

ΕΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΣΤΙΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Συνοπτική Παρουσίαση



Έρευνα για την ΕΚΕ στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις

Η έρευνα για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ) στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) πραγματοποιήθηκε από το Πανεπιστήμιο Αθηνών, το καλοκαίρι του 2006, με πρωτοβουλία του Ελληνικού Δικτύου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΔΕΚΕ). Εντάσσεται στο συγχρηματοδοτούμενο από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή πρόγραμμα «Ερμής»*, που έχει στόχο την ευρύτερη διάδοση της έννοιας της ΕΚΕ στις ΜΜΕ. Συμμετείχαν 300 ΜΜΕ μέσω προσωπικής συνέντευξης. Τα συγκεντρωθέντα στοιχεία αναλύθηκαν με μεθόδους περιγραφικής στατιστικής.

Σκοπός της έρευνας ήταν η διερεύνηση:

- 1 του βαθμού αντίληψης και κατανόησης, εκ μέρους των ΜΜΕ, του θέματος της ΕΚΕ
- 2 των κυριότερων ωφελημάτων που προκύπτουν από την εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ
- 3 των δυσκολιών και προβλημάτων που εμποδίζουν τις ΜΜΕ να εφαρμόσουν πρακτικές ΕΚΕ
- 4 των ενεργειών που πρέπει να γίνουν για την ευρύτερη δημοσιοποίηση του θέματος.

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ενδιαφέρει όλους μας

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ) ενδιαφέρει όλους μας γιατί αντανακλά τις βασικές αρχές της κοινωνίας στην οποία ζούμε.

- Ενδιαφέρει **τις επιχειρήσεις**, μεγάλες ή μικρές, οι οποίες μέσα από το υπεύθυνο «επιχειρείν» μπορούν να βελτιώσουν την οικονομική, περιβαλλοντική και κοινωνική τους αποτελεσματικότητα, βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα.
- Ενδιαφέρει **τους εργαζόμενους**, γιατί διασφαλίζει ένα εργασιακό περιβάλλον δημιουργικό και ανταποδοτικό.
- Ενδιαφέρει **τους καταναλωτές**, οι οποίοι όλο και περισσότερο ενδιαφέρονται για τα κοινωνικά και περιβαλλοντικά «διαπιστευτήρια» των προϊόντων και υπηρεσιών που αγοράζουν.
- Ενδιαφέρει **τις τοπικές κοινωνίες**, οι οποίες θέλουν να γνωρίζουν ότι συνυπάρχουν με επιχειρήσεις και μοιράζονται τις ίδιες αξίες και προβληματισμούς.
- Ενδιαφέρει **τους επενδυτές**, οι οποίοι πιστεύουν ότι η υπεύθυνη επιχειρηματική συμπεριφορά στηρίζει τις επιχειρήσεις μακροπρόθεσμα και χρειάζεται ενθάρρυνση.
- Ενδιαφέρει **όλους τους ανθρώπους**, όπου κι αν ζουν, οι οποίοι προσδοκούν από τις εταιρείες που εδρεύουν στην Ευρώπη να συμπεριφέρονται σύμφωνα με τις ευρωπαϊκές αξίες και αρχές, όπου κι αν λειτουργούν.
- Τέλος, ενδιαφέρει **τα παιδιά μας και τις μελλοντικές γενεές**, οι οποίες απαιτούν να ζήσουν σε έναν κόσμο που σέβεται τους ανθρώπους και τη φύση.



Συμπεράσματα Έρευνας

Όταν κάποιος μιλά για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ) των επιχειρήσεων, ο νους του πηγαίνει στις μεγάλες ή τις πολυεθνικές εταιρείες.

Παρ' όλα αυτά, ο οικονομικός, περιβαλλοντικός και κοινωνικός ρόλος των μεσαίων και μικρών επιχειρήσεων είναι εξίσου σημαντικός και τούτο διότι, τόσο σε εθνικό όσο και ευρωπαϊκό επίπεδο, καλύπτουν πάνω από το 90% της συνολικής επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Επομένως, η ενημέρωση και ευαισθητοποίησή τους σε θέματα ΕΚΕ, αλλά και η κατανόηση της διαφορετικότητας των προκλήσεων που αντιμετωπίζουν και του τρόπου με τον οποίο προσεγγίζουν το θέμα έχει μεγάλη σημασία.

Η διαφορετικότητα της προσέγγισης προκύπτει από:

- 1 το ότι μεγάλο ποσοστό (34%) των δράσεων ΕΚΕ που εφαρμόζονται από τις ΜΜΕ στην Ελλάδα στοχεύουν αποκλειστικά και μόνο στο εσωτερικό τους και πιο συγκεκριμένα στο ανθρώπινο δυναμικό τους (διαφάνεια 2). Αυτό είναι κατανοητό, δεδομένου ότι η ιδιοκτησία της επιχείρησης βρίσκεται σε άμεση επαφή με τους εργαζομένους της και θέλει να τους έχει ικανοποιημένους.
- 2 το γεγονός ότι μεγάλο ποσοστό (60% αθροιστικά) συνδυάζει την ανάπτυξη δράσεων ΕΚΕ με την αύξηση του κύκλου εργασιών τους και τα έμμεσα οφέλη (διαφάνεια 8) δείχνει ότι η ΕΚΕ είναι ακόμη συνδεδεμένη με το «marketing» και όχι με όλο το πλέγμα των επιχειρηματικών τους δραστηριοτήτων που έχουν επίσης αντίκτυπο στο περιβάλλον (24%) και την κοινωνία (18%) (διαφάνεια 2).
- 3 την προβολή του κόστους ως σημαντικού αλλά μη αποτρεπτικού παράγοντα (54%) (διαφάνεια 5), που επιβεβαιώνει την αντίληψη ότι, σε πολλούς, οι δράσεις ΕΚΕ παραπέμπουν στις μεγάλες εταιρείες, αλλά επίσης ότι δεν είναι γνωστό πως υπάρχουν και δράσεις ΕΚΕ που δεν έχουν καθόλου κόστος.

Επομένως, είναι σημαντικό οι προσπάθειες για ένταξη της ΕΚΕ στις πολιτικές των ΜΜΕ να επικεντρωθούν στην:

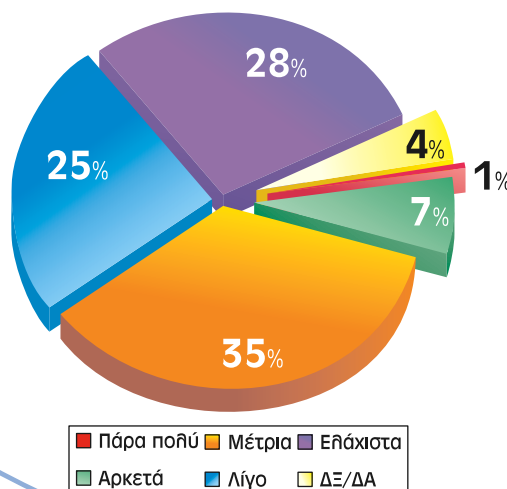
- ανάγκη μεγαλύτερης ενημέρωσης, έτσι ώστε οι ΜΜΕ να μπορέσουν να παγιώσουν και να οικοδομήσουν επάνω στις τρέχουσες δράσεις τους και να δουν αν μπορούν να τις εφαρμόζουν με καλύτερο τρόπο
- ανάγκη κατανόησης των ωφελειών που θα έχουν από την ενσωμάτωση της ΕΚΕ στις κύριες επιχειρηματικές τους δραστηριότητες έτσι ώστε να μην τη θεωρούν πρόσθετο κόστος και βάρος
- ανάγκη κατανόησης ότι η ΕΚΕ δεν είναι κάτι παροδικό και ότι αποτελεί τη βάση για ανταγωνιστικότητα και μακροπρόθεσμη επιβίωση
- ανάγκη ύπαρξης εργαλείων για ολοκληρωμένη και πλήρη μέτρηση της επίδρασης των κοινωνικών και περιβαλλοντικών τους προγραμμάτων/δράσεων στην αποτελεσματικότητα και ανταγωνιστικότητά τους.

Μελλοντική Χρήση Έρευνας

Τα αποτελέσματα της έρευνας θα αποτελέσουν σημαντικό εργαλείο προγραμματισμού τόσο των υπολοίπων δράσεων του προγράμματος «Ερμής», όσο και μελλοντικών δράσεων και ενεργειών του ΕΔΕΚΕ, για μεγαλύτερη και αποτελεσματικότερη προσέγγιση των ΜΜΕ, όπως:

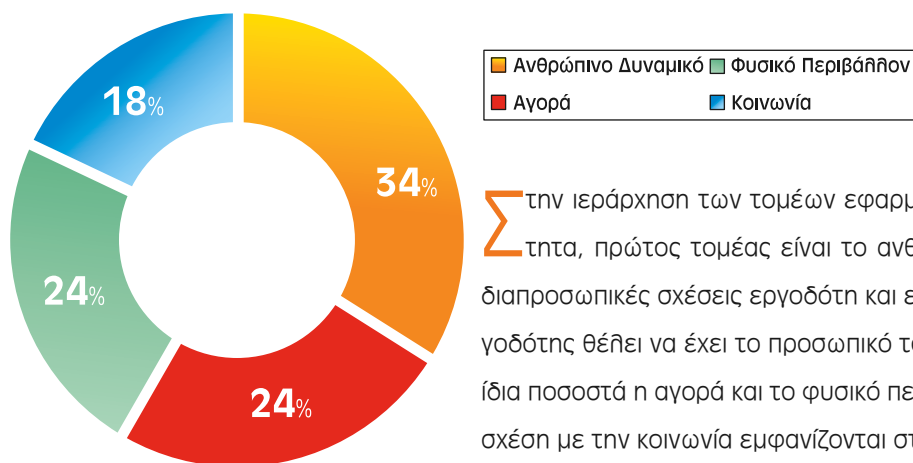
- δημιουργία εργαλείων εφαρμογής προγράμματος ΕΚΕ
- δημιουργία υλικού βασικής κατάρτισης/ενημέρωσης
- έκδοση οδηγού για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

1. Βαθμός Εφαρμογής Πρακτικών ΕΚΕ



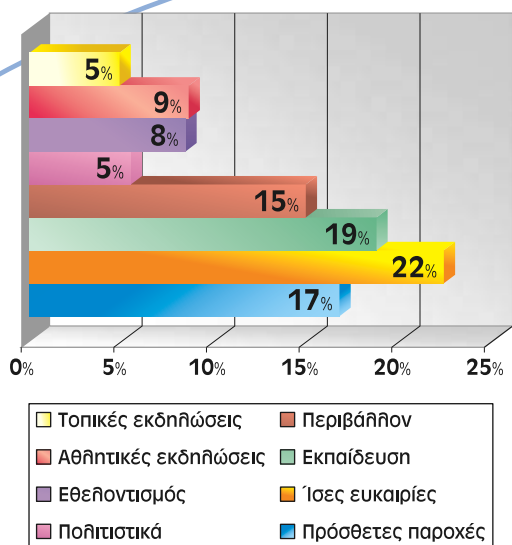
Όσον αφορά το βαθμό υιοθέτησης πρακτικών ΕΚΕ από τις ΜΜΕ στην Ελλάδα, οι ίδιες οι ΜΜΕ σε ποσοστό 35% πιστεύουν ότι τέτοιες πρακτικές υιοθετούνται σε μέτριο βαθμό, ενώ ποσοστό 53% πιστεύουν ότι τέτοιες πρακτικές υιοθετούνται λίγο ή ελάχιστα. Αναγνωρίζουν δηλαδή πως ο συνολικός βαθμός υιοθέτησης καλών πρακτικών είναι χαμηλός, αλλά δείχνουν ενδιαφέρον για το θέμα και ζητούν περισσότερη ενημέρωση και παραδείγματα από άλλες ομοειδείς επιχειρήσεις που έχουν ήδη δραστηριοποιηθεί με σχετικές δράσεις.

2. Τομείς Εφαρμογής Δράσεων ΕΚΕ κατά σημαντικότητα



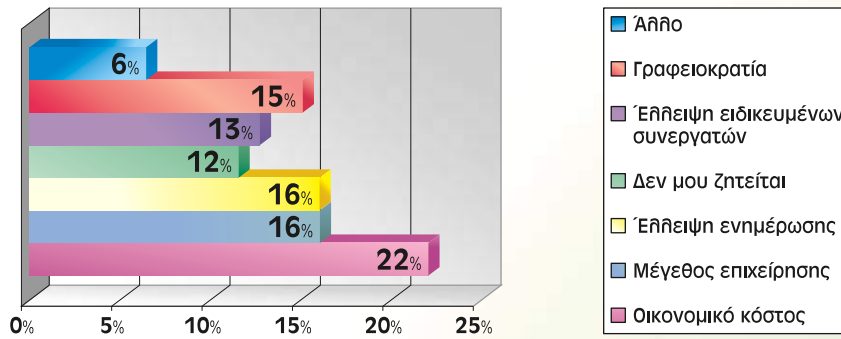
Στην ιεράρχηση των τομέων εφαρμογής δράσεων ΕΚΕ ανά σημαντικότητα, πρώτος τομέας είναι το ανθρώπινο δυναμικό και αυτό γιατί οι διαπροσωπικές σχέσεις εργοδότη και εργαζομένων είναι στενές και ο εργοδότης θέλει να έχει το προσωπικό του ικανοποιημένο. Ακολουθούν με ίδια ποσοστά η αγορά και το φυσικό περιβάλλον, ενώ δράσεις που έχουν σχέση με την κοινωνία εμφανίζονται στην τελευταία θέση.

3. Δράσεις ΕΚΕ που εφαρμόζονται



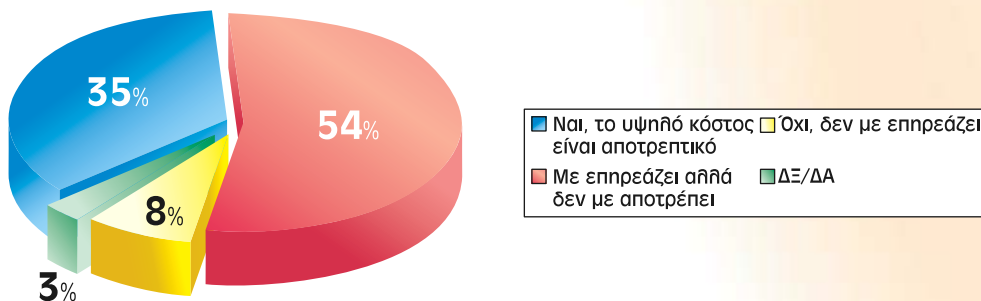
Στην κατάταξη των οχτώ πιο διαδεδομένων δράσεων ΕΚΕ που εφαρμόζουν οι ΜΜΕ παρατηρείται ότι το 22%, εφαρμόζουν ήδη δράσεις σχετικές με την παροχή ίσων ευκαιριών σε όλους τους εργαζομένους τους, ανεξάρτητα από φύλο, φυλή, θρησκεία, κ.λπ. Ακολουθούν, στις δυο επόμενες θέσεις, δράσεις που σχετίζονται και πάλι με το ανθρώπινο δυναμικό, όπως η εκπαίδευση και οι πρόσθετες παροχές. Η μεν εκπαίδευση στόχο έχει την εξέλιξη των εργαζομένων στον τομέα εργασίας τους, οι δε πρόσθετες παροχές (ιατροφαρμακευτική κάλυψη, οικονομικές διευκολύνσεις προς τους εργαζομένους) δίνονται για αποτελεσματικότερη κάλυψη των αναγκών των εργαζομένων.

4. Ανασταλτικοί Παράγοντες



Αναφορικά με τους ανασταλτικούς παράγοντες που, ενδεχομένως, λειτουργούν αποτρεπτικά και εμποδίζουν τις ΜΜΕ στην υλοποίηση δράσεων ΕΚΕ, πρώτο έρχεται το οικονομικό κόστος. Ακολουθούν, με μικρή διαφορά μεταξύ τους, το μέγεθος της επιχείρησης, η έλλειψη ενημέρωσης, αλλή και η γραφειοκρατία που αντιμετωπίζει όταν προσπαθεί να εφαρμόσει μια δράση. Αξίζει να σημειωθεί ότι κάποιες ΜΜΕ θα εφαρμόζαν δράσεις ΕΚΕ αν τους είχε ζητηθεί από μεγάλες επιχειρήσεις-πελάτες τους.

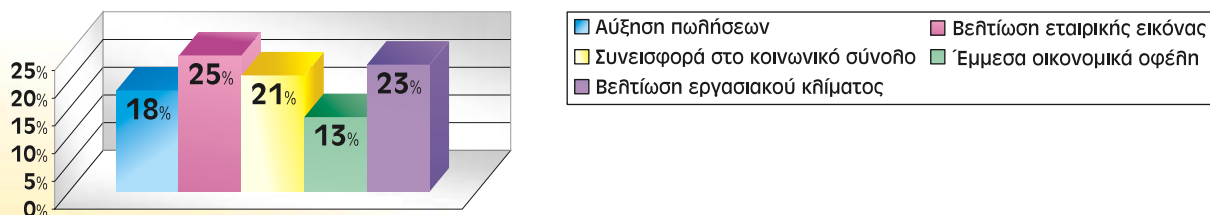
5. Πόσο επηρεάζει το Οικονομικό Κόστος



Σχετικά με το οικονομικό κόστος, φαίνεται ότι είναι αποτρεπτικό για εφαρμογή δράσεων ΕΚΕ από το 35%, αλλή η μεγάλη πλειοψηφία θεωρεί ότι το υψηλό κόστος αποτελεί μεν σημαντικό παράγοντα για την εφαρμογή δράσεων ΕΚΕ, αλλή όχι αποτρεπτικό. Επίσης, ένα μικρό ποσοστό, το οποίο αγγίζει το 8% των εταιρειών, θεωρεί το οικονομικό κόστος ως μη αποτρεπτικό παράγοντα. Βέβαια, υπάρχουν δράσεις ΕΚΕ που δεν έχουν καθόλου ή ελάχιστο κόστος (π.χ. εθελοντική αιμοδοσία, προγράμματα ανακύκλωσης, καθαρισμού δημόσιων χώρων κ.λπ.).

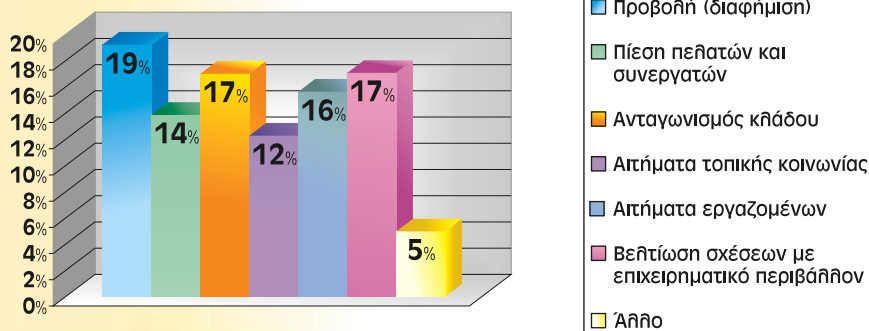


6. Οφέλη από την Εφαρμογή Πρακτικών ΕΚΕ



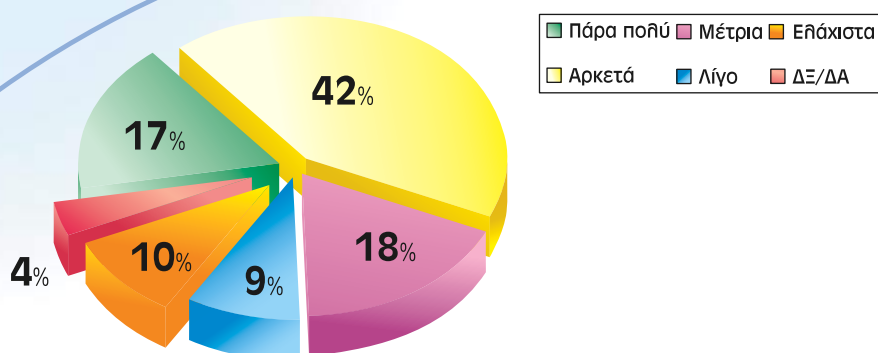
Η βελτίωση τόσο της εταιρικής εικόνας και φήμης, όσο και του εργασιακού κλίματος στην επιχείρηση, αποτελούν τα σημαντικότερα οφέλη που προσδοκούν οι ΜΜΕ από την εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ.

7. Κίνητρα



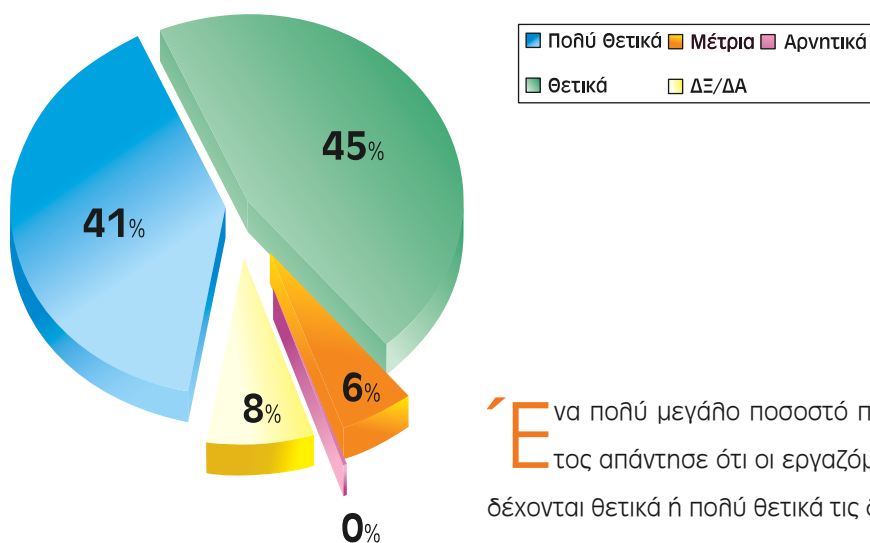
Αναφορικά με τα κίνητρα που έχει μια επιχείρηση, για εφαρμογή δράσεων ΕΚΕ, ως πιο ισχυροί θεωρούνται η εταιρική προβολή και βελτίωση των σχέσεων με το επιχειρηματικό περιβάλλον, ενώ με μικρή διαφορά ακολουθεί ο εσωτερικός, εντός του ίδιου κλάδου, ανταγωνισμός.

8. Έμμεσα Οφέλη



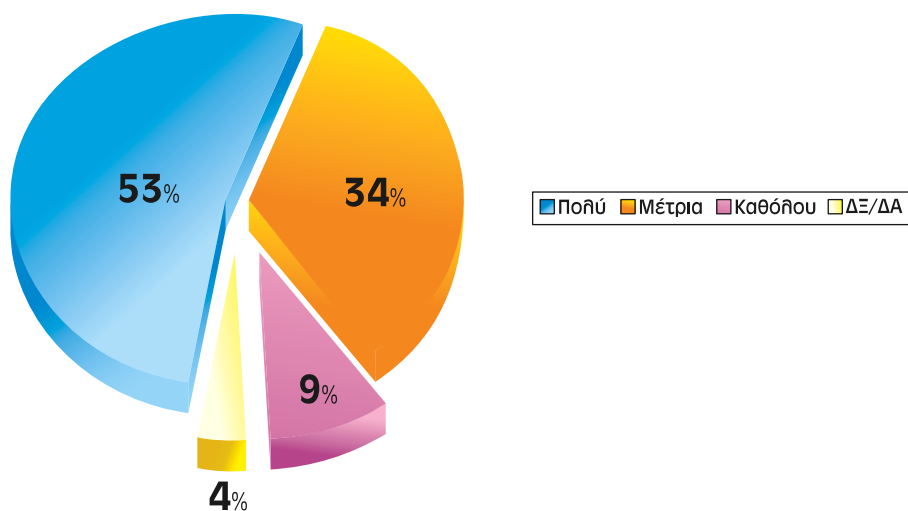
Σχετικά με τα έμμεσα οφέλη, όπως είναι φοροελαφρύνσεις, αύξηση των πωλήσεων κ.ά., διαπιστώνεται πως το 60% επηρεάζεται από τα έμμεσα οφέλη αρκετά ή πάρα πολύ. Στον αντίποδα, ποσοστό που κυμαίνεται στο 18% επηρεάζεται λίγο ή ελάχιστα από τα έμμεσα οφέλη.

9. Αποδοχή Πρακτικών ΕΚΕ από Εργαζομένους



Ένα πολύ μεγάλο ποσοστό που ξεπερνά το 85% του δείγματος απάντησε ότι οι εργαζόμενοι ή άλλοι ωφεληούμενοι δέχονται θετικά ή πολύ θετικά τις δράσεις ΕΚΕ που αναλαμβάνει η επιχείρηση.

10. Βαθμός Επίδρασης ΕΚΕ στους Καταναλωτές



Με βάση το γράφημα, προκύπτει ότι οι περισσότερες επιχειρήσεις (σε ποσοστό μεγαλύτερο του 85%) θεωρούν ότι η εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ επηρεάζει τους αποδέκτες των υπηρεσιών τους σε κάποιο βαθμό. Μόνο ένα ποσοστό μικρότερο του 10% θεωρεί ότι οι αποδέκτες των προϊόντων και των υπηρεσιών δεν επηρεάζονται καθόλου από την ανάληψη ή μη πρακτικών ΕΚΕ. Ποσοστό μικρότερο από το 4% απάντησαν ότι δεν γνωρίζουν. Το γεγονός ότι οι περισσότερες από τις επιχειρήσεις θεωρούν ότι οι καταναλωτές των προϊόντων και των υπηρεσιών τους επηρεάζονται από την εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ επενεργεί θετικά για την υιοθέτηση τέτοιων δράσεων, καθώς, προκειμένου οι επιχειρήσεις να είναι αρεστές στους καταναλωτές τους, θα προβούν στην ανάληψη δράσεων ΕΚΕ.



Το Πρόγραμμα «Ερμής»*

Το πρόγραμμα «Ερμής» σχεδιάστηκε και υλοποιείται από το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ, στο πλαίσιο της ευρωπαϊκής εκστρατείας για την προώθηση της ΕΚΕ στις ΜΜΕ, με σκοπό την υποστήριξη των ελληνικών ΜΜΕ στην εφαρμογή και αποτελεσματική αποδοχή πρακτικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, ως μέσου ενίσχυσης της μακροπρόθεσμης ανταγωνιστικότητάς τους.

Βασικοί άξονες για την υλοποίηση του προγράμματος και των στόχων του είναι:

- η διάχυση της γνώσης και της εμπειρίας καθώς και η διάδοση καλών πρακτικών που αναπτύσσονται από τις ΜΜΕ
- η κινητοποίηση των ΜΜΕ για την υιοθέτηση υπεύθυνων επιχειρηματικών πρακτικών, προσαρμοσμένων στις δικές τους ιδιαίτερες συνθήκες και προτεραιότητες
- η δημιουργία κατάλληλων δομών για την υποστήριξη των ΜΜΕ στον τομέα αυτό.

Το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

είναι Μη Κερδοσκοπικό Σωματείο που ιδρύθηκε τον Ιούνιο 2000. Στόχοι του είναι η προώθηση της έννοιας της Κοινωνικής Ευθύνης των επιχειρήσεων και η προαγωγή της ιδέας της Κοινωνικής Συνοχής στην Ελλάδα.

Οι παραπάνω στόχοι πραγματώνονται μέσα από:

- 1 τη συνεχή ενημέρωση και διάδοση πληροφοριών στον τομέα αυτό
- 2 τη δικτύωση και συνεργασία με επιχειρήσεις, συλλογικούς και άηθους φορείς σε κάθε επίπεδο για την ανταλλαγή και διάχυση πληροφοριών
- 3 την ευαισθητοποίηση της επιχειρηματικής κοινότητας και του κοινού για την κοινωνική δράση και συμβολή των επιχειρήσεων σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο
- 4 την κινητοποίηση και ανάπτυξη συνεργασιών για την προώθηση προγραμμάτων συλλογικής προσφοράς και την από κοινού αντιμετώπιση κοινωνικών προβλημάτων
- 5 τη μεταφορά, προσαρμογή και διάδοση καλών πρακτικών στον τομέα της Κοινωνικής Συνοχής και της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Σήμερα (Οκτώβριος 2007) μέλη του είναι 94 επιχειρήσεις και 6 επιχειρηματικοί φορείς.



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΟΥΜΕΝΟ
ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΕ

ΑΚΑΔΗΜΙΑΣ 61, 106 79 ΑΘΗΝΑ
ΤΗΛ.: 210 33 87 422, FAX: 210 33 87 424
www.csrhellas.org • e-mail: diktio@csrhellas.gr

