

Η επίδραση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης



Του καθηγητή δρος
ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ Γ. ΓΕΩΡΓΑΚΑ
Partner & Managing Director της GECON ΕΠΕ
info@gecon.gr

Η εποχή που οι επιχειρήσεις έβλεπαν απέναντί τους μόνο καταναλωτές έχει κατά γενική ομολογία παρέλθει και τη θέση τους κατέχουν πλέον οι καταναλωτές-πολίτες, οι εργαζόμενοι και οι συνεργάτες, η κοινή γνώμη, οι τοπικές κοινότητες κ.ά.

Η επιχείρηση πλέον είναι ένα ανοικτό σύστημα στην κοινωνία, ένα σύστημα το οποίο πρέπει να επικοινωνεί. Την ίδια στιγμή διάφοροι κοινωνικοί, οικονομικοί, πολιτισμικοί και φυσικοί παράγοντες επιβάλλουν νέα όρια στις πρακτικές των επιχειρήσεων και του μάρκετινγκ. Οι εταιρείες που είναι σε θέση να καινοτομούν με νέες λύσεις και αξίες με κοινωνικά υπεύθυνο τρόπο έχουν τις μεγαλύτερες πιθανότητες επιτυχίας. Η εταιρική κοινωνική ευθύνη αφορά την εθελοντική συμπεριφορά των επιχειρήσεων που ξεπερνά τις νομικές υποχρεώσεις, στοχεύει στο μακροχρόνιο επιχειρηματικό συμφέρον και συνδέεται στενά με την έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης. Αποτελεί, λοιπόν, στρατηγική επιλογή και τρόπο διαχείρισης των επιχειρήσεων και όχι απλώς ένα προαιρετικό στοιχείο, πρόσθετο στις κύριες δραστηριότητές της.

Η θεώρηση του κοινωνικού μάρκετινγκ (societal marketing concept) υποστηρίζει ότι αποτελεί υποχρέωση του οργανισμού να ανακαλύψει τις ανάγκες, τις επιθυμίες και τα ενδιαφέροντα των αγορών-στόχων και να προσφέρει την επιθυμητή ικανοποίηση με τρόπο πιο αποδοτικό και πιο αποτελεσματικό από τους ανταγωνιστές, που να διατηρεί ή να προάγει την ευημερία του καταναλωτή και της

κοινωνίας. Τα τελευταία χρόνια ολοένα και περισσότερο η έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης απασχολεί την ελληνική επιχειρηματική κοινότητα, καθώς εξελίσσεται σε στρατηγική επιλογή για την πρόοδο των κοινωνιών και την ανάπτυξη των επιχειρήσεων, ενώ οι πρακτικές της υιοθετούνται σήμερα από ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις. Ο επιχειρηματικός κόσμος εμπλέκεται πλέον ενεργά στην επίλυση των κοινωνικών προβλημάτων ως απάντηση σε μια ποικιλία κοινωνικών, περιβαλλοντικών και οικονομικών πιέσεων, διευρύνοντας τις στρατηγικές, τους στόχους αλλά και τις πηγές κερδοφορίας του.

Η επίδραση της ΕΚΕ στη στρατηγική των επιχειρήσεων δεν αφορά μόνον τις μεγάλες επιχειρήσεις με μεγάλο αριθμό εργαζομένων, αλλά το σύνολο των επιχειρήσεων, ανεξαρτήτως δραστηριότητας και μεγέθους. Η μακροχρόνια βιωσιμότητα μιας επιχείρησης, όπως έχουν καταδείξει διεθνείς έρευνες, είναι άμεσα συσχετιζόμενη με την κοινωνική ευθύνη και τη γενικότερη συνεισφορά της στο ευρύτερο «κοινωνικό γίγνεσθαι». Υπό τη νέα αυτή συνθήκη, η κοινωνία περιμένει από τις επιχειρήσεις να δρουν βάσει συγκεκριμένων κανόνων και προτύπων και να εκπληρώνουν ορισμένες υποχρεώσεις απέναντι στο περιβάλλον (φυσικό, κοινωνικό, πολιτικό και οικονομικό) που τις φιλοξενεί.