

Τουρισμός και Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Ένα εργαλείο Αειφόρου Ανάπτυξης για τις ΜΜΕ

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ) έχει μπει δυναμικά στην ατζέντα των μεγάλων και προβεβλημένων επιχειρήσεων της ελληνικής οικονομίας. Η εστίαση στις ανάγκες όλων όσοι επηρεάζονται από το σύνολο των δραστηριοτήτων μιας επιχείρησης (stakeholders) έτοι ώστε το κοινωνικό σύνολο να επηρεάζεται θετικά από την κοινωνική δράση της επιχείρησης, αλλά και η δημοσιοποίηση της δράσης αυτής, μοιάζουν να απασχολούν όλο και περισσότερο τις επιχειρήσεις και τα στελέχη του ιδιωτικού τομέα. Είναι όμως η ΕΚΕ απλά ένα ακόμα εργαλείο δημοσίων σχέσεων ή η έννοια της αειφόρου ανάπτυξης (sustainability), η οποία αποτελεί και το στόχο κάθε επιχείρησης προσδίδει μια τελείως διαφορετική διάσταση;

του Αλέξη Κομσέλη*

Ο τουρισμός αποτελεί το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της χώρας μας. Είναι εθνικός στρατηγικός στόχος και ένας από τους κλάδους με τη μεγαλύτερη άμεση ή έμμεση απασχόληση. Επίσης, ο τουρισμός είναι μια οικονομική δραστηριότητα με πολλές συμπληρωματικές συνέργειες. Από τον τουρισμό δεν τρέφεται μόνο ο ξενοδοχειακός ή ο ταξιδιωτικός κλάδος. Σημαντικά έσοδα έχουν μεταξύ άλλων οι μεταφορές, η εστίαση, η διασκέδαση, το λιανεμπόριο, αρκετοί κλάδοι του χονδρεμπορίου και το κράτος. Επίσης, σημαντικά κεφάλαια εισρέουν στη χώρα, τα οποία ενισχύουν το κατά κεφαλήν εισόδημα και τονώνουν την αγοραστική κίνηση. Συνεπώς, η αειφόρος ανάπτυξη του τουριστικού κλάδου μοιάζει να είναι μονόδρομος για την οικονομική ευρωστία της χώρας μας.

Εστιάζοντας λοιπόν σε ένα πολυετές οικονομικό όφελος και όχι σε ένα επίκαιρο υπερκέρδος, εξασφαλίζουμε τη συνέχιση της συνολικής τουριστικής εκμετάλλευσης της χώρας μας. Η ΕΚΕ αποτελεί ένα χρήσιμο εργαλείο για την υποστήριξη της βιώσιμης ανάπτυξης, μιας και εντοπίζει

τους ευαίσθητους εκείνους τομείς όπου μπορεί η επιχειρηματική δραστηριότητα να τραυματίζει το περιβάλλον της. Ειδικά στον τουρισμό, είναι σημαντικό να καλλιεργηθεί η ευαισθησία για τη διασφάλιση του ανταγωνιστικού της πλεονεκτήματος. Πλεονέκτημα το οποίο αποτελείται από το ιδιαίτερο φυσικό κάλλος, τη θάλασσα με τις ωραίες μας παραλίες, την πολιτιστική μας κληρονομιά, αλλά και την ιδιαίτερη φιλοξενία μας. Στοιχεία που δεν ανυγράφονται ούτε προγραμματίζονται.

Η αειφόρος ανάπτυξη του τουρισμού στη χώρα μας επιτάσσει συνεπώς τη διαφύλαξη των παραπάνω στοιχείων στο διηνεκές. Η διατήρηση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος της Ελλάδας στον τουρισμό αφορά βέβαια το σύνολο του κλάδου. Αφορά όμως πολύ περισσότερο τις μικρομεσαίες οικογενειακές τουριστικές επιχειρήσεις (ΜΜΕ), οι οποίες ουσιαστικά «κληροδοτούν» την εκμετάλλευση του τοπικού τουριστικού περιβάλλοντος στα παιδιά τους. Από ξενοδοχεία μέχρι εστιατόρια, από καταστήματα με τουριστικά είδη μέχρι τοπικές κρουαζιέρες και από ενοικιάσεις αυτοκινήτων μέχρι την παραγωγή τοπικών προϊόντων, το τουρι-

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

σικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μεταφέρεται από γενιά σε γενιά. Οπότε, είναι ιδιαίτερα σημαντικό για τους γονείς να μην επιβαρύνουν σε σημαντικό βαθμό το περιβάλλον της επιχείρησής τους, ώστε τα παιδιά τους να έχουν τον ίδιο πλούτο προς εκμετάλλευση.

Αν πάρουμε τη βασική θεώρηση της ΕΚΕ ότι κάθε επιχειρηματική δραστηριότητα έχει μια επίδραση στο οικονομικό, κοινωνικό και φυσικό της περιβάλλον, θα πρέπει κάθε ΜΜΕ του τουρισμού να κάνει τον κοινωνικό της απολογισμό (social auditing) ώστε να εντοπίσει πού και πώς επιβαρύνει το επιχειρηματικό περιβάλλον της. Στα αποτελέσματα του απολογισμού αυτού είναι σχεδόν βέβαιο ότι θα εντοπίσει σημεία ενδιαφέροντος που έχουν να κάνουν με το εργασιακό κλίμα και το προσωπικό της, την τοπική κοινωνία και οικονομία, το φυσικό περιβάλλον και την αλυσίδα εφοδιασμού. Τα σημεία αυτά δεν είναι απαραίτητα μόνο αρνητικά. Είναι πολύ πιθανό μια επιχείρηση να έχει και θετική επίπτωση στο περιβάλλον της. Η επιχείρηση πρέπει να ενδιαφέρεται τόσο για τη μείωση των αρνητικών επιπτώσεων όσο και για την αύξηση, τόνωση και διατήρηση των θετικών. Σε κάθε περίπτωση, δεν μπορούν να απαλειφθούν πλήρως οι αρνητικές επιπτώσεις της δραστηριότητας μιας επιχείρησης. Επίσης, όσο μικρότερη είναι μια επιχείρηση τόσο ακριβότερη γίνεται η προσπάθεια μείωσής τους. Από την άλλη, η ευελιξία μιας μικρομεσαίας επιχείρησης μπορεί να είναι και το κλειδί στην επιτυχία ενός καλά οργανωμένου προγράμματος ΕΚΕ. Το ζητούμενο για τη μικρή και μεσαία τουριστική επιχείρηση είναι να βγει κερδοσύννη από την εφαρμογή ενός προγραμματισμένου και οργανωμένου σχεδίου ΕΚΕ. Πέρα από την ευαισθησία που μπορεί να έχουν τα μέλη της επιχείρησης για το περιβάλλον, τους ανθρώπους και την τοπική κοινωνία, χρειάζεται και ένα επιχειρηματικό όφελος για να καταστεί βιώσιμο το σχέδιο ΕΚΕ. Από τη στιγμή που οι τουριστικές επιχειρήσεις αυτού του μεγέθους δεν μπορούν να χρηματοδοτήσουν μια ολοκληρωμένη εκστρατεία δημοσίων σχέσεων, η ΕΚΕ αποτελεί ένα σημαντικό και ολοκληρωμένο εργαλείο ανάπτυξης.

Ποιος είναι όμως ο τρόπος που η ΜΜΕ του τουρισμού μπορεί να βγει κερδοσύννη από ένα σχέδιο ΕΚΕ; Η επιχείρηση μπορεί αρκετά εύκολα να εστιάσει σε συγκεκριμένους τομείς για να τονώσει το ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα. Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα κάθε μικρής και μεσαίας ανεξάρτητης επιχείρησης είναι η διαφοροποίηση της από τον ανταγωνισμό. Με τη διαφοροποίηση αυτή επιτυγχάνει την εξειδίκευση και στοχεύει πλέον σε ένα πολύ συγκεκριμένο μέρος της αγοράς, το οποίο παραμένει ανικανοποίητο από τις μαζικές υπηρεσίες του κλάδου. Οι τομείς που ενδιαφέρουν σε αυτήν την περίπτωση είναι η επίδραση στο φυσικό περιβάλλον, η υγεία και ασφάλεια των εργαζομένων, η εργασιακή ηθική και η συναλλαγή με την τοπική κοινωνία.

Πρακτικά, όλα αυτά μεταφράζονται σε φροντίδα για τους ανθρώπους και

σεβασμό στο περιβάλλον. Ξεκινώντας από την κατασκευή μιας τουριστικής μονάδας και το σεβασμό στο περιβάλλον, προχωρούμε στην επιλογή τοπικών προμηθευτών για τη διασφάλιση της ποιότητας και της ευρωστίας της τοπικής οικονομίας και φτάνουμε στη διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού μας. Αν και τα δύο πρώτα στοιχεία αποτελούν ακρογωνιαίο λίθο, είναι ευρέως αποδεκτό ότι το ανθρώπινο δυναμικό μιας τουριστικής επιχείρησης εντείνει ή αποδυναμώνει το ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα. Όπως σε κάθε υπηρεσία, έτσι και στον τουρισμό, η εκλαμβανόμενη από τον πελάτη ποιότητα επηρεάζεται σε σημαντικό βαθμό από τη συμπεριφορά των ανθρώπων που συμμετέχουν στην παροχή της υπηρεσίας αυτής. Συνεπώς, ένας ουσιαστικός τρόπος προσέγγισης της ΕΚΕ από τουριστικές επιχειρήσεις είναι η εστίαση στις ανάγκες του προσωπικού της, των ανθρώπων που διασφαλίζουν το επίπεδο της ποιότητας των υπηρεσιών που παρέχει.

Επίσης, στο πλαίσιο της εξειδίκευσης, δεν είναι τυχαίο ότι τα τελευταία χρόνια αυξάνεται το ποσοστό των τουριστών που επιλέγουν επιχειρήσεις με βάση το σεβασμό στο περιβάλλον, την αυθόρμητη και ειλικρινή φιλοξενία και την τοπική διάσπαση. Στον αντίποδα του all inclusive, εντοπίζουμε ταξιδιώτες που αναζητούν κάτι περισσότερο από μια χαμηλή τιμή. Είναι χαρακτηριστικό ότι για την ικανοποίηση τέτοιων πελατών προέκυψε ένα υβριδικό επιχειρηματικό μοντέλο, ο αγροτουρισμός, που συνδυάζει την ευαισθητοποιημένη εκμετάλλευση των φυσικών πόρων με την ανάγκη των ανθρώπων να έρθουν πιο κοντά στη φύση. Και βέβαια υπάρχει και το ανερχόμενο είδος του οικοτουρισμού, για τον οποίο η Ελλάδα αποτελεί μοναδικό προορισμό στην Ε.Ε. Οι δραστηριότητες αυτές εμπεριέχουν σε μεγάλο βαθμό στοιχεία ΕΚΕ.

Τέλος, αρκετή συζήτηση γίνεται για την πιστοποίηση ΜΜΕ του Τουρισμού σε θέματα ΕΚΕ. Υπάρχουν μια σειρά από αξιοπρόσεκτες προσεγγίσεις στο θέμα τις πιστοποιήσεις, όπως για παράδειγμα οι Γαλάζιες Σημαίες (Blue Flags), το Green Globe, το VISIT (Voluntary Initiatives for Sustainable Tourism) και το επιτυχημένο βρετανικό μοντέλο GTBS (Green Tourism Business Scheme). Ο σκοπός βέβαια δεν είναι να επενδύσει απαραίτητα η μικρομεσαία τουριστική επιχείρηση ένα σημαντικό ποσό για να λάβει την πιστοποίηση αυτή, παρόλο που συνεχώς αυξάνεται ο αριθμός των τουριστών που αναζητούν πιστοποιημένες επιχειρήσεις. Τις περισσότερες φορές αρκεί η ευαισθησία και η προσέγγιση των ευαίσθητων θεμάτων για να πειστούν πελάτες και προσωπικό ότι η επιχείρηση διαφέρει από τον ανταγωνισμό της, καθώς και ένας απλός μηχανισμός προβολής όπως η παρουσία στο διαδίκτυο.

Ο Αλέξης Κομσέλης είναι Υπεύθυνος Ειδικών Έργων στην DRM Στυλιανού ΑΕ, εταιρεία Ορκωτών Ελεγκτών Λογιστών και Συμβούλων Επιχειρήσεων, η οποία είναι μέλος της RSM International που λειτουργεί με 620 γραφεία σε περισσότερο από 70 χώρες.