

Η Καρέλια Α.Ε. ως φιλόπρωχο ταμείο ή ως επιχείρηση

Του Θάνου Καραμπουρνιώτη

Τα τελευταία 4 χρόνια στις αρχές κάθε νέου έτους έρχεται στο προσκήνιο η ίδια συζήτηση “Είναι κοινωνικό έργο η προσφορά των εκατομμυρίων ευρώ από την εργοδοσία της καπνοβιομηχανίας Καρέλια στους εργαζομένους της, ή έχει να κερδίσει κάτι περισσότερο από την κίνηση αυτή”; Το παρόν άρθρο θα προσπαθήσει να δώσει απάντηση στο παραπάνω ερώτημα χρησιμοποιώντας στοιχεία που αντλούνται από τους ισολογισμούς του Ομίλου Καρέλια αλλά και δηλώσεις του ίδιου του διευθύνοντα συμβούλου, του Ανδρέα Καρέλια.

Ο όμιλος Καρέλια παρουσιάζει καθαρά κέρδη από το 2012 έως σήμερα από 40 εκ. ευρώ το ελάχιστο (2013) έως 64 εκ. ευρώ το μέγιστο (2014), με το 2016 να αναμένεται η πιο κερδοφόρα χρονιά του με βάση τον ισολογισμό του 9μηνου που δόθηκε στη δημοσιότητα. Κατέχει το 15% της εγχώριας αγοράς τσιγάρων και εξαγει σε περίπου 70 χώρες, κατακτώντας το 0.32% της παγκόσμιας αγοράς τσιγάρων. Γιατί λοιπόν ένας τόσο μεγάλος όμιλος με ομολογουμένως απρόσωπες σχέσεις μεταξύ εργοδότη-εργαζομένων να μοιράζει τόσα χρήματα (έως και 3 εκ. ευρώ) στους εργαζομένους;

Η πρώτη απλοϊκή σκέψη που μπορεί να έρθει στο μυαλό κάποιου είναι για λόγους διαφήμισης. Μια πολύ δαπανηρή διαφήμιση, μα συγχρόνως και πολύ δυναμική η οποία συναντά σημαντική ανταπόκριση στο καταναλωτικό κοινό. Ωστόσο η απάντηση δεν είναι αυτή. Ο λόγος είναι πως το εγχώριο καταναλωτικό κοινό στο οποίο έχει αναφορά η διαφήμιση αποτελεί την αγορά μόλις του 13% της παραγωγής της καπνοβιομηχανίας (2013) οπότε χονδρικά μπορούμε να μιλήσουμε για περίπου 5.2 εκ. ευρώ από τα 40 εκ. ευρώ σε καθαρά κέρδη το 2013. Το να δίνει κάποιος 2.5 εκ. ευρώ σε διαφήμιση που απευθύνεται σε κοινό που του αποφέρει μόλις τα διπλάσια σε κέρδη είναι το λιγότερο ακραία επιζήμιο και δεν μπορεί να αποτελεί επιχειρηματική επιλογή.

Η σωστή απάντηση είναι η μεγιστοποίηση του κέρδους της εταιρείας. Μπορεί κάποιος να πει λογικά πως το να δίνει περισσότερα κεφάλαια σε εργαζομένους από αυτά που υποχρεούσαι είναι μάλλον ζημιολόγο και δεν οδηγεί σε πλεονάσματα, αλλά ίσως δεν είναι τόσο απλό το ζήτημα όσο μπορεί να φαίνεται. Το πραγματικό αίτιο της επίτευξης κερδών κρύβεται μέσα στη θεωρία κινήτρων η οποία στην ουσία αναφέρεται στην παροχή κινήτρων από την πλευρά του εργοδότη προς τους εργαζομένους του με σκοπό οι δεύτεροι να αυξήσουν την παραγωγικότητα και την απόδοσή τους. Η κίνηση λοιπόν της εταιρείας βασίζεται ακριβώς στη λογική αυτή και στηρίζεται σε δύο ειδών παροχές με διακριτά χαρακτηριστικά.

Το πρώτο είδος παροχής που συμπεριλαμβάνει τις έξι από τις επτά συνολικά παροχές της εταιρείας, είναι τα κεφάλαια που δίνει στους εργαζόμενους χωρίς να ζητά άμεσο αντάλλαγμα, με σκοπό να είναι χαρούμενοι στην εργασία τους και να νιώθουν πως η δουλειά τους ανταμείβεται αναλόγως και αναγνωρίζεται από τον εργοδότη, με αποτέλεσμα να έχουν κίνητρο να αυξήσουν την παραγωγικότητά τους. Το δεύτερο είδος παροχής, η 7η και τελευταία παροχή είναι τα 800 ευρώ που θα δοθούν σε όσους εργαζομένους δεν έχουν λείψει από την εργασία τους καμία απολύτως ημέρα.

Στην περίπτωση αυτή γίνεται εμφανές το αντάλλαγμα που υποχρεούται να “πληρώσει” ο εργαζόμενος για να λάβει αυτή την οικονομική ενίσχυση, που δεν είναι τίποτε άλλο από την

άνευ όρων εντατικοποίηση της εργασίας του. Είτε ο εργαζόμενος είναι καλά στην υγεία του είτε όχι, θα κάνει τα αδύνατα δυνατά να παραβρίσκεται στο χώρο εργασίας του κάθε ημέρα όλο το χρόνο, γνωρίζοντας πως στο τέλος της χρονιάς τα 800 αυτά ευρώ θα είναι μια πολύ σημαντική ανάσα για αυτόν και την οικογένειά του. Και τα δύο αυτά είδη παροχών συνηγορούν σε ένα και μόνο γεγονός, αύξηση παραγωγικότητας.

Είναι όμως αρκετά τα κίνητρα αυτά για να επιφέρουν σημαντικότερα κέρδη από αυτά που θα είχε η εταιρεία σε περίπτωση που δεν τα παρείχε; Η απάντηση είναι ναι και βασίζεται στα εξής:

Την περίοδο 2013-2014 η εταιρεία προχώρησε σε 37 προσλήψεις και από 497 εργαζομένους έφτασε τους 534, με μια αύξηση κατά 7.4%. Την ίδια περίοδο (με βάση τους ισολογισμούς της εταιρείας) η αύξηση των κερδών προ φόρων ήταν της τάξης του 43%(!), από 60.98 εκ. ευρώ σε 87.04 εκ. ευρώ. Με αύξηση μικρότερη του 10% σε ανθρώπινο δυναμικό, το κέρδος αυξήθηκε σχεδόν κατά 50%, κάτι που αναδεικνύει μια τρομακτική αύξηση παραγωγικότητας από πλευράς εργαζομένων. Η “επένδυση” αυτή των 2.5 εκ. ευρώ της εταιρείας, επέφερε πολλαπλάσια κεφάλαια από αυτά που η εταιρεία θα είχε λάβει σε περίπτωση που αυτή δεν είχε πραγματοποιηθεί. Βέβαια ενώ το 2013 μοιράστηκε το 6.25% των κερδών στους εργαζομένους, το 2014 το ποσοστό αυτό έπεσε στο 4.45% κάτι που δείχνει πως ενώ η καπινοβιομηχανία δίνει κίνητρα και επιτυγχάνει το να αυξήσουν οι εργαζόμενοι την παραγωγικότητά τους, το ύψος της παραγωγικότητας αυτής δεν αμείβεται αναλόγως.

Καταλήγοντας, η εταιρεία Καρέλια δεν παύει να είναι τίποτα λιγότερο και τίποτα περισσότερο από μια επιχείρηση με πολύ ικανή, αν μη τι άλλο, διοίκηση η οποία στοχεύει στη μεγιστοποίηση των κερδών της και το επιτυγχάνει και με το παραπάνω. Τα εκατομμύρια που διαθέτει ως bonus θα πρέπει να τα αντιλαμβανόμαστε περισσότερο ως μεσοπρόθεσμη επένδυση, παρά ως κοινωνική προσφορά. Ενδεχομένως στην Ελλάδα του 2017 να θεωρείται (σε επίπεδο παροχών) εργασιακός παράδεισος, αυτό όμως δε σημαίνει πως ο Ανδρέας Καρέλιας όπως και κάθε εργοδότης-επιχειρηματίας διοικεί την επιχείρησή του με όρους φιλόπτωχου ταμείου.