

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Θετικών Επιστημών

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών

Διαχείριση και Προστασία Περιβάλλοντος

Μεταπτυχιακή Διατριβή



**Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Περιβαλλοντικές Πρωτοβουλίες
Προοπτικές, Οφέλη και Εμπόδια στην Περίπτωση της Κύπρου**

Ανδρέας Φιλίππου

Επιβλέπων Καθηγητής

Σίσσυ Ευθυμιάδου

Μάιος 2018

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Θετικών Επιστημών

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών

Διαχείριση και Προστασία Περιβάλλοντος

Μεταπτυχιακή Διατριβή

**Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Περιβαλλοντικές Πρωτοβουλίες
Προοπτικές, Οφέλη και Εμπόδια στην Περίπτωση της Κύπρου**

Ανδρέας Φιλίππου

Επιβλέπων Καθηγητής

Σίσσυ Ευθυμιάδου

Η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή υποβλήθηκε προς μερική εκπλήρωση των απαιτήσεων για απόκτηση μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών στη Διαχείριση και Προστασία Περιβάλλοντος από τη Σχολή Θετικών Επιστημών του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου.

Μάιος 2018

Περίληψη

Το πλαίσιο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης έχει μακρά ιστορία στη βιβλιογραφία. Είναι μια συνεχώς εξελισσόμενη έννοια και γενικά ορίζεται σαν η συμπεριφορά των επιχειρήσεων απέναντι σε κοινωνικά και περιβαλλοντικά ζητήματα. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ορίζει την ΕΚΕ σαν την ευθύνη των επιχειρήσεων για τις επιπτώσεις τους στην κοινωνία, όπου ενσωματώνονται κοινωνικές, περιβαλλοντικές, δεοντολογικές, ανθρωπιστικές και καταναλωτικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές δραστηριότητες και την κεντρική στρατηγική τους, σε στενή συνεργασία με τους ενδιαφερόμενους. Στα ενδιαφερόμενα μέρη συμπεριλαμβάνεται και το φυσικό περιβάλλον, το οποίο υποβαθμίζεται ποιοτικά και ποσοτικά σε πολλές περιπτώσεις σαν αποτέλεσμα των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Η παρούσα εργασία εστιάζει ιδιαίτερα στις περιβαλλοντικές πρακτικές και πολιτικές της υιοθέτησης της ΕΚΕ. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη δεν αφορά μόνο το καθαρό νομικό πλαίσιο και τις υποχρεώσεις που επιβάλλονται από την πολιτεία. Αλλά αποτελεί την πρωτοβουλία για μια ολιστική προσέγγιση εκ μέρους των επιχειρήσεων ώστε να λάβουν υπόψη την επίδραση τους στο περιβάλλον και να επιτύχουν μέσα από την περιβαλλοντική και την οικονομική αειφορία. Η ολοκληρωμένη εφαρμογή περιβαλλοντικών πρωτοβουλιών και δράσεων μπορεί να οδηγήσει σε μείωση κόστους, βελτιστοποίηση απόδοσης, όπως επίσης και στην ανάπτυξη μιας σχέσης εμπιστοσύνης με τον καταναλωτή μέσω μίας περιβαλλοντικά φιλικής εικόνας οδηγώντας σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι άλλων επιχειρήσεων. Στη περίπτωση της Κύπρου ο όρος είναι σχετικά καινούργιος και τα τελευταία χρόνια η Κυπριακές Εταιρίες άρχισαν να παίρνουν το πλαίσιο της ΕΚΕ πιο σοβαρά και να το υιοθετούν στα στρατηγικά τους πλάνα. Δεδομένου του Κυπριακού επιχειρηματικού πεδίου, το οποίο αποτελείται σχεδόν στην ολότητά του από μικρομεσαίες επιχειρήσεις, και της πρόσφατης οικονομικής κρίσης δημιουργούνται επιπλέον εμπόδια στην υιοθέτηση Περιβαλλοντικών Πρωτοβουλιών κάτω από το πλαίσιο της ΕΚΕ, αφού τα μέσα είναι περιορισμένα και τα επιχειρηματικά οφέλη δεν είναι ξεκάθαρα. Μελετώντας τα ενδιαφερόμενα μέρη των καταναλωτών και των εταιρικών διοικήσεων, αν και έδειξαν μέτρια ενημέρωση για το θέμα και περιορισμένη εφαρμογή πρωτοβουλιών, αναγνώριζαν ότι μπορεί να προκύψουν σημαντικά οφέλη, δημιουργώντας θετικές προοπτικές οι οποίες μπορούν να υποβοηθηθούν υπό προϋποθέσεις κάτω από το υφιστάμενο από πλευράς Πολιτείας Εθνικού Σχεδίου Δράσης.

Summary

The Corporate Social Responsibility framework has a long history in the bibliography. It is a constantly evolving concept and is generally defined as the behaviour of companies in relation to social and environmental issues. The European Commission defines CSR as the responsibility of businesses for their impact on society integrating social environmental ethical humanitarian and consumer concerns into their business activities and their core strategy in close cooperation with stakeholders. Interested parties include the natural environment which in many cases is degraded qualitatively and quantitatively as a result of business activities. This work focuses particularly on environmental practices and policies of CSR adoption. Corporate Social Responsibility is not just about the pure legal framework and the obligations imposed by the state. But it is the initiative for a holistic approach on the part of enterprises to take into account their environmental impact and to achieve through environmental sustainability and economic sustainability. Integrated implementation of environmental initiatives and actions can lead to cost savings, optimization of performance as well as the development of a relationship of trust with the consumer through an environmentally friendly image leading to a competitive advantage over other businesses. In the case of Cyprus, the term is relatively new and in recent years Cypriot companies have begun to take the CSR framework more seriously and to adopt it in their strategic plans. Given the Cypriot business field, which consists almost in its entirety of small and medium-sized enterprises and the recent economic crisis, additional obstacles are created towards to the adoption of Environmental Initiatives under the CSR framework as the instruments are limited and the business benefits are not clear. By studying interested parties of consumers and corporate administrations, although they showed moderate awareness of the issue and limited implementation of initiatives, they recognized that significant benefits could be generated by creating positive prospects that can be helped under conditions under the current National Action Plan.

Ευχαριστίες

Σε αυτό το σημείο θέλω να ευχαριστήσω θερμά την επιβλέπουσα καθηγήτριά μου, κα. Σίσσυ Ευθυμιάδου για τη στήριξη και την εμπιστοσύνη που μου έδειξε προς την ολοκλήρωση της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής.

Επίσης, θέλω να ευχαριστήσω την Τζούλια, τον Χρυσόστομο και τον Άθω για την πολύτιμη βοήθειά τους στην διανομή του ερωτηματολογίου.

Θερμές ευχαριστίες στον πατέρα μου Ιωάννη για την κατανόησή και ανεκτικότητα που επέδειξε.

Ειδικά ένα μεγάλο ευχαριστώ στην Μαριλένα, για τη αμέριστη υποστήριξη, τη συνεχή συμπαράσταση και την τεράστια υπομονή που έδειξε κατά την διάρκεια της εκπόνησης της διατριβής.

Τελειώνοντας, θέλω να αφιερώσω την παρούσα διατριβή στη μνήμη της πολυαγαπημένης μου μητέρας, Κυριακής.

Συντομογραφίες και Ακρωνύμια

Ε.Ε : Ευρωπαϊκή Επιτροπή

ΕΚΕ: Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

ΕΣΔ: Εθνικό Σχέδιο Δράσης

ΟΟΣΑ: Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης

ΜΜΕ: Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις

ΜΚΟ: Μη Κερδοσκοπικές Οργανώσεις

GRI: Global Reporting Initiative

Υ.Ο: Υπουργείο Οικονομικών

ΣΠΔ: Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης

Περιεχόμενα

Κεφάλαιο 1.....	1
Εισαγωγή.....	1
1.1 Εισαγωγικά Σχόλια	1
1.2 Σκοπός	3
1.3. Στόχοι.....	4
1.4 Δομή Διατριβής	5
Κεφάλαιο 2.....	6
Βιβλιογραφική Αναφορά	6
2.1 Ιστορικό Υπόβαθρο της ΕΚΕ	6
2.2 Ορισμός Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	9
2.3. ΕΚΕ και Ενδιαφερόμενα Μέρη (Stakeholders)	10
2.4 Πλαίσιο Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης	12
2.4.1 Διαχείριση Ανθρώπινου Δυναμικού.....	12
2.4.2 Υγεία και Ασφάλεια στην Εργασία	13
2.4.3 Διαχείριση Περιβαλλοντικού Αντίκτυπου και Φυσικών Πόρων	13
2.4.4 Ολοκληρωμένη Πολιτική των Προϊόντων	13
2.4.5 Επιχειρηματικοί Εταίροι, Προμηθευτές και Καταναλωτές	14
2.5 ΕΚΕ και Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα	14
2.6 ΕΚΕ και Καταναλωτική Συμπεριφορά	15
2.7 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Κύπρος: Εθνικό Σχέδιο Δράσης	18
2.7.1 Κυπριακός Επιχειρηματικός Τομέας	18
2.7.2 Εθνικό Σχέδιο Δράσης για την ΕΚΕ	22

2.7.3 Περιβαλλοντικός Άξονας του Εθνικού Σχεδίου Δράσης για την ΕΚΕ	23
2.8 Ολοκληρωμένα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης	25
2.8.1 ISO 14000	26
2.8.2 EMAS	26
2.8.3 EU Eco – Label	27
2.9 Παραδείγματα Περιβαλλοντικών Πρακτικών ΕΚΕ	28
2.9.1 Παραδείγματα Σε Παγκόσμιο Επίπεδο Από Διεθνώς Αναγνωρισμένες Επιχειρήσεις	28
2.9.2 Σε Εθνικό Επίπεδο Από Κυπριακές Εταιρίες	33
Κεφάλαιο 3	36
Μεθοδολογία	36
3.1 Ποσοτική Έρευνα	36
3.2 Συλλογή Δεδομένων	36
3.3 Σχεδιασμός Ερωτηματολογίου	37
3.3.1 Περιοχή Μελέτης	37
3.3.2 Πληθυσμιακά Δείγματα Ερωτηματολογίου	37
3.3.3 Σχεδιασμός ερωτήσεων	38
3.3.4 Δομή και Επιλογή ερωτήσεων	39
3.3.5 Προέλεγχος και τελικός σχεδιασμός	44
3.3.6 Συλλογή απαντήσεων	45
3.3.7 Κωδικοποίηση Επεξεργασία Δεδομένων	45
3.3.8 Ερμηνεία-Αποτελεσμάτων	46
Κεφάλαιο 4	47
Αποτελέσματα	47
4.1 Δημογραφικά Καταναλωτών	47
4.1.1 Φύλο, Καταναλωτές	47

4.1.2 Ηλικία Καταναλωτών	48
4.1.3 Επίπεδο Μόρφωσης και Θέση Εργασίας Καταναλωτών	49
4.2 Ευαισθητοποίηση Καταναλωτών	51
4.2.1 Εξοικείωση Καταναλωτών με την Έννοια της ΕΚΕ.....	51
4.2.2 Σημαντικότητα ΕΚΕ σύμφωνα με τους Καταναλωτές	52
4.2.3 Πρακτικές ΕΚΕ	54
4.2.4 ΕΚΕ και Αειφορία	56
4.3 Ενημέρωση Περιβαλλοντικά Υπεύθυνων Πρακτικών και Επιβράβευση - Προτιμήσεις Καταναλωτών	58
4.3.1 Καταναλωτική Συνείδηση και ΕΚΕ.....	58
4.3.2 Περιβαλλοντική Συνέπεια Επιχειρήσεων κατά τους Καταναλωτές.....	60
4.3.3 Ενημέρωση Καταναλωτών για Περιβαλλοντικά Υπεύθυνες Πρακτικές	61
4.3.4 Πρόθεση αγοράς Περιβαλλοντικά Υπεύθυνου Προϊόντος – Υπηρεσίας	63
4.3.5 Οικολογική Σήμανση και Καταναλωτές.....	64
4.4 Δημογραφικά Επιχειρηματικών	66
4.4.1 Φύλο, Ηλικία, Μόρφωση Επιχειρηματικών Εκπροσώπων	66
4.4.2 Μέγεθος Επιχείρησης.....	68
4.4.3 Τομέας Δραστηριότητας.....	69
4.5 Ευαισθητοποίηση Επιχειρηματικών για ΕΚΕ	70
4.5.1 Εξοικείωση με την Έννοια της ΕΚΕ.....	70
4.5.2 Σημαντικότητα ΕΚΕ σύμφωνα με Επιχειρηματικούς.....	71
4.6 Εταιρικές Πολιτικές και Πρακτικές ΕΚΕ	73
4.6.1 Εταιρικές Πρακτικές ΕΚΕ.....	73
4.6.2 Πολιτικές ΕΚΕ	75
4.6.3 Πράσινες Πρακτικές ΕΚΕ.....	76
4.6.4 Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης	77

4.7 Οφέλη Περιβαλλοντικών Πρωτοβουλιών ΕΚΕ.....	79
4.8 Εμπόδια και Δυσκολίες Εφαρμογής Πράσινων Πρωτοβουλιών.....	81
Κεφάλαιο 5.....	83
Σύνοψη-Συμπεράσματα-Εισηγήσεις	83
5.1 Σύνοψη	83
5.2 Συμπεράσματα Δείγματος Καταναλωτών.....	87
5.2 Συμπεράσματα Δείγματος Επιχειρηματικών	90
5.3 Διαπιστώσεις – Εισηγήσεις	92
Βιβλιογραφία	95
Παράρτημα	103
A1. Ερωτηματολόγιο	103
A2. Δευτερεύοντα Αποτελέσματα Ερωτήσεων	110
A3. Διασταύρωση Ερωτήσεων.....	114

Κεφάλαιο 1

Εισαγωγή

1.1 Εισαγωγικά Σχόλια

Η ανάγκη για κοινωνική υπευθυνότητα ανάμεσα στις επιχειρήσεις δεν αποτελεί νέα έννοια, αλλά ούτε και μπορεί να θεωρηθεί καινούρια πρωτοβουλία. Σύμφωνα με τους Werther και Chandler, αρχαίες γραφές Κινέζων, Αιγυπτίων και Σουμερίων περιγράφουν συχνά κανόνες οι οποίοι διευκολύνουν το εμπόριο μέσα από διάφορες κοινωνικές συνδιαλλαγές, ενώ ταυτόχρονα προβλέπουν στη διασφάλιση του γεγονότος ότι πλέον λαμβάνονται υπόψη τα συμφέροντα του ευρύτερου κοινού (Werther και Chandler, 2011: 9, 10). Από τότε, το γενικό ενδιαφέρον για την αλληλεπίδραση επιχείρησης και κοινωνίας έχει αυξηθεί κατ' αναλογία με την ανάπτυξη της εταιρικής δραστηριότητας, θέτοντας σαν τη σύγχρονη απαρχή της τη δεκαετία του 1950, όπου η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ) αναδύθηκε ως νέο πεδίο επιχειρηματικής μελέτης στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής (Banerjee, 2008: 60).

Η έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης αποτελεί ουσιαστικό παράγοντα στην κάθε επιχείρηση για την ενίσχυση του κοινωνικού της ρόλου αλλά και γενικότερα, της φήμης της. Μάλιστα, όπως έχει διατυπωθεί από τους Lii και Lee, κατά τη διάρκεια της τελευταίας δεκαετίας η εικόνα των επιχειρήσεων φαίνεται να συνδέεται όλο και περισσότερο με αυτήν και είναι πλέον παγκόσμια αποδεκτή (Lii και Lee, 2012: 69).

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ορίζει την ΕΚΕ ως εξής:

Η ευθύνη των επιχειρήσεων για τις επιπτώσεις τους στην κοινωνία, όπου ενσωματώνονται κοινωνικές, περιβαλλοντικές, δεοντολογικές, ανθρωπιστικές και καταναλωτικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές δραστηριότητες και την κεντρική στρατηγική τους, σε στενή συνεργασία με τους ενδιαφερόμενους, μεγιστοποιώντας τη δημιουργία κοινής αξίας για τους μετόχους τους ενδιαφερόμενους και της κοινωνίας γενικότερα, εντοπίζοντας αποτρέποντας και ελαχιστοποιώντας τις ενδεχόμενες δυσμενείς επιπτώσεις τους. (European Commission, 2011)

Ο πρώτος στόχος των εταιριών όπως λογικά συνεπάγεται είναι η οικονομική τους βιωσιμότητα. Παρ' όλα αυτά, οι εταιρίες, όπως ισχυρίζονται οι Porter και Kramer, «θα ανακαλύψουν ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη μπορεί να είναι κάτι περισσότερο από κόστος, περιορισμός ή φιλανθρωπική πράξη – μπορεί να αποτελέσει πηγή ευκαιριών, καινοτομία και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα» (Porter και Kramer, 2006: 80). Για να γίνει αυτό ωστόσο, πρέπει να ενσωματώσουν στο στρατηγικό τους σχέδιο, τις δράσεις ΕΚΕ και να αντιμετωπίσουν τις ανάγκες των ενδιαφερόμενων μερών τους με μακροπρόθεσμη προοπτική. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι μια πρωτοβουλία επένδυσης που, όπως έχουν διαπιστώσει και οι Wang και Bansal, θα αποδώσει μακροπρόθεσμα, και δεν αποκόπτει τα οφέλη βραχυπρόθεσμα (Wang και Bansal, 2012: 1147).

Μία από τις κύριες κατηγορίες πολιτικών που εφαρμόζονται εξαιτίας της ΕΚΕ τόσο στην εσωτερική αλλά και στην εξωτερική της διάσταση, είναι η διαχείριση πόρων και του περιβαλλοντικού τους αντίκτυπου (Babiak και Trendafilova, 2011: 13).

Η εφαρμογή ενεργειών προς αυτή την κατεύθυνση οδηγούν στη μείωση του διαχειριστικού κόστους, αλλά και σε μια καλύτερη Εταιρική Εικόνα μέσω της οποίας χτίζεται μια σχέση εμπιστοσύνης με τον καταναλωτή. Ο καταναλωτής αποτελεί μια σημαντική κατηγορία των ενδιαφερόμενων μερών, σύμφωνα με τη φιλοσοφία της ΕΚΕ, όπου μπορεί να υπάρξει διπλό κέρδος, για το περιβάλλον και για την ίδια εταιρία (Fisher et. al., 2009: 81, Du et. al., 2010: 10).

Στην περίπτωση της Κύπρου, ο όρος είναι σχετικά καινούργιος και τα τελευταία χρόνια οι Κυπριακές Εταιρίες άρχισαν να λαμβάνουν υπόψη το ολοκληρωμένο πλαίσιο της ΕΚΕ πιο σοβαρά, και να το υιοθετούν στα στρατηγικά τους πλάνα (Krambia-Karardis, 2012). Η Κυπριακή Πολιτεία στο ίδιο πνεύμα έχει καταθέσει και ενεργοποιήσει συγκεκριμένο Εθνικό Σχέδιο Δράσης για την ΕΚΕ, του οποίου στόχος είναι με συγκεκριμένες ενέργειες η προώθηση πλαισίου της ΕΚΕ (Planning Bureau, NAP-CSR 2013). Στην παρούσα διατριβή διερευνάται ο περιβαλλοντικός άξονας και οι περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες που περιλαμβάνει το πλαίσιο της ΕΚΕ. Θα μελετηθεί η ευαισθητοποίηση, τα κίνητρα και οι προθέσεις, δύο κατηγοριών από τα ενδιαφερόμενα μέρη, των καταναλωτών και των επιχειρήσεων όσον αφορά την υιοθέτηση και εφαρμογή τέτοιων περιβαλλοντικών πρωτοβουλιών, δεδομένου του ιδιόμορφου επιχειρηματικού πεδίου της Κύπρου.

1.2 Σκοπός

Στην περίπτωση της Κύπρου, παρόλο που υπάρχει ολοκληρωμένο σχέδιο δράσης από την Ευρωπαϊκή Ένωση, λόγω του μικρού μεγέθους της και της πρόσφατης οικονομικής κρίσης η εφαρμογή του πλαισίου της ΕΚΕ σίγουρα δεν αποτελεί προτεραιότητα και αντιμετωπίζει προβλήματα (European Commission, 2014). Εκτός από τη νομική υποχρέωση, ένας μοχλός πίεσης προς αυτή τη κατεύθυνση αποτελούν και οι καταναλωτές μέσω της στάσης τους, της συνείδησης τους και των καταναλωτικών τους συνηθειών. Σκοπός της μελέτης είναι η έρευνα του βαθμού ευαισθητοποίησης του κοινού με το πλαίσιο της ΕΚΕ και ειδικότερα προς τον περιβαλλοντικό άξονα, την καταναλωτική του συμπεριφορά και την τάση προτίμησης – επιβράβευσης τέτοιων εταιρικών πράσινων πρωτοβουλιών. Από την άλλη πλευρά, αυτήν της εταιρικής διοίκησης, θα διερευνηθεί η ευαισθητοποίηση και η τάση εφαρμογής των περιβαλλοντικών πρωτοβουλιών ΕΚΕ, δηλαδή τα κίνητρα και τα οφέλη που μπορεί να έχουν, όπως επίσης και τα εμπόδια που προβάλλονται προς αυτή τη κατεύθυνση. Αναλύοντας τα αποτελέσματα θα αξιολογηθεί η προοπτική της ΕΚΕ ως εργαλείο Περιβαλλοντικής Αειφορίας και μείωσης των περιβαλλοντικών επιπτώσεων των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στην περίπτωση της Κύπρου.

1.3. Στόχοι

Οι στόχοι της παρούσας μελέτης είναι να απαντηθούν οι εξής διερευνητικές προτάσεις:

- 1) Οι τάσεις ευαισθητοποίησης της κοινής γνώμης – καταναλωτών, όσον αφορά την έννοια και τις πρακτικές της ΕΚΕ.
- 2) Οι τάσεις ευαισθητοποίησης και η στάση της κοινής γνώμης – καταναλωτών προς τον περιβαλλοντικό άξονα πολιτικών της ΕΚΕ.
- 3) Ποιες τάσεις προτίμησης έχει ο Κύπριος καταναλωτής όσον αφορά ένα περιβαλλοντικά φιλικό προϊόν και κατά πόσο επιβραβεύει τις επιχειρήσεις που εφαρμόζουν περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες μέσω της καταναλωτικής του συμπεριφοράς.
- 4) Οι τάσεις ευαισθητοποίησης του επιχειρηματικού κόσμου της Κύπρου, όσον αφορά την έννοια και τις πρακτικές της ΕΚΕ.
- 5) Οι τάσεις ευαισθητοποίησης των εταιρικών διοικήσεων, όσον αφορά τον Περιβαλλοντικό άξονα των πολιτικών της ΕΚΕ.
- 6) Κατά πόσο και ποιές περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες εφαρμόζουν οι εταιρίες μέσα στις επιχειρηματικές τους στρατηγικές.
- 7) Ποια είναι τα περιβαλλοντικά και τα οικονομικά οφέλη που προκύπτουν από πράσινες πρακτικές ΕΚΕ.
- 8) Ποια είναι τα εμπόδια που εμφανίζονται κατά την εφαρμογή κάποιας υπεύθυνης Περιβαλλοντικής πολιτικής.

1.4 Δομή Διατριβής

Η διατριβή αποτελείται από πέντε κεφάλαια και είναι δομημένη ως εξής:

Στο Κεφάλαιο 1 της Εισαγωγής παρουσιάζονται τα Εισαγωγικά Σχόλια και μια σύντομη περιγραφή της έννοιας Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ). Επίσης, παρουσιάζεται το αντικείμενο της μελέτης και τελειώνει με το σκοπό και στόχους της διατριβής.

Στο Κεφάλαιο 2 της Βιβλιογραφίας παρουσιάζεται το θεωρητικό υπόβαθρο, όπως ο ορισμός της ΕΚΕ, η έννοια, το πλαίσιο και οι κατηγορίες των πολιτικών που περιέχει. Στο σημείο αυτό εξετάζεται το ιστορικό υπόβαθρο και παρουσιάζεται η θεωρία των ενδιαφερόμενων μερών, το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που μπορεί να υπάρξει μέσω της καταναλωτικής συμπεριφοράς. Παρατίθεται ο σχεδιασμός της Πολιτείας μέσω του Εθνικού Σχεδίου Δράσης για την ΕΚΕ όσον αφορά την περιβαλλοντική κατηγορία πολιτικών Τέλος, παρουσιάζεται μια βιβλιογραφική ανασκόπηση παραδειγμάτων πράσινων πρωτοβουλιών και παραδείγματα εταιριών που εφαρμόζουν ολοκληρωμένες δράσεις Πράσινης ΕΚΕ τόσο στην Κύπρο όσο και στο εξωτερικό.

Στο Κεφάλαιο 3 της Μεθοδολογίας παρουσιάζεται η μέθοδος της έρευνας με τα πλεονεκτήματα και τους περιορισμούς που μπορεί να υπάρχουν, η δομή, η επιλογή και ο στόχος των ερωτήσεων. Σύντομη περιγραφή της περιοχής μελέτης και επιλογή των πληθυσμιακών δειγμάτων.

Στο Κεφάλαιο 4 των Αποτελεσμάτων παραθέτονται τα αποτελέσματα της έρευνας του ερωτηματολογίου και αναλύονται συνοπτικά τα δεδομένα που έχουν ληφθεί.

Στο Κεφάλαιο 5 των Συμπερασμάτων συνοψίζονται τα βασικά σημεία της διατριβής και απαντάται ο στόχος και ο σκοπός της έρευνας. Επιπλέον, προτείνονται εισηγήσεις για μελλοντικές έρευνες και πρακτικές.

Κεφάλαιο 2

Βιβλιογραφική Αναφορά

2.1 Ιστορικό Υπόβαθρο της ΕΚΕ

Ήδη στα τέλη του 19ου αιώνα, οι επιχειρήσεις εξέφρασαν ανησυχίες για την ευημερία τους, την ευημερία των εργαζομένων τους και τον αντίκτυπό τους στην κοινωνία εν γένει. Με την εμφάνιση του εργατικού κινήματος και την εξάπλωση των παραγκουπόλεων που πυροδότησε η βιομηχανική επανάσταση, οι επιχειρήσεις άρχισαν να παρέχουν κοινωνική μέριμνα – ευημερία σε περιορισμένη κλίμακα, συμπεριλαμβανομένης της κατασκευής νοσοκομείων και λουτρών και παροχής κουπονιών τροφίμων (Wren, 2005: 269, 270). Στη συνέχεια, η μεγάλη ύφεση το 1929 ενίσχυσε περαιτέρω αυτή την τάση φιλανθρωπίας, όπου θεωρείται η αιχμή του δόρατος για την ανάπτυξη του πλαισίου της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (Carroll, 2008: 23).

Η έννοια της ΕΚΕ σαν ενιαίο πλαίσιο άρχισε τη δεκαετία του 1950. Ο Bowen πρώτος χαρακτήρισε την ΕΚΕ το 1953 ως *την υποχρέωση των επιχειρήσεων να εφαρμόζουν πολιτικές, να λαμβάνουν αποφάσεις ή να ακολουθούν τις γραμμές δράσης τους, οι οποίες είναι επιθυμητές όσον αφορά τους στόχους και τις αξίες της κοινωνίας* (Bowen, 1953: 6). Ισχυρίστηκε ότι οι επιχειρηματίες είναι υπεύθυνοι για τις συνέπειες των ενεργειών τους σε μια σφαίρα κάπως ευρύτερη εκτός από την οικονομική απόδοση, αλλά υποδεικνύοντας ταυτόχρονα την ύπαρξη και τη σημασία της εταιρικής κοινωνικής απόδοσης (ibid, 6).

Ο Davis λίγο αργότερα, το 1960, πρότεινε ότι κάποιες κοινωνικά υπεύθυνες πρακτικές μπορούν να δικαιολογηθούν από τα μακροπρόθεσμα οικονομικά οφέλη της εταιρίας (Davis, 1960: 70). Ο Frederick την ίδια χρονιά, είδε την ΕΚΕ ως ιδιωτική συνεισφορά στην κοινωνία και ως την προθυμία των επιχειρήσεων να φροντίσουν ότι οι πόροι αυτοί χρησιμοποιήθηκαν για κοινωνικούς σκοπούς (Frederick, 1960: 55). Συνοψίζει επίσης την ανάπτυξη της ιδέας της ΕΚΕ για τη δεκαετία του 1950 σε τρεις βασικές αρχές: (1) οι εταιρικοί διαχειριστές θεωρούνται ως δημόσιοι διαχειριστές μέσω του συστήματος συμμετοχής στο μετοχικό κεφάλαιο, (2) διατηρούνται ισορροπημένες απαιτήσεις των ενδιαφερομένων στους εταιρικούς πόρους και (3) η επιχειρηματικής φιλανθρωπίας είναι πλέον αποδεκτή (ibid).

Η δεκαετία του 1960 και 1970 διακρίθηκε από την ταχεία ανάπτυξη των κοινωνικών κινημάτων που υποστήριζαν και πίεζαν για τα εργασιακά δικαιώματα, την προστασία των καταναλωτών και την προστασία του περιβάλλοντος. Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, τα εργασιακά ζητήματα υπέστησαν μετάβαση από το καθεστώς ειδικού ενδιαφέροντος στο καθεστώς των επίσημων κυβερνητικών κανονισμών. Ο Johnson το 1971 πρότεινε ότι μια επιχείρηση αντί να αγωνίζεται μόνο για μεγαλύτερες αποδόσεις στους μετόχους (shareholders), μια περισσότερο υπεύθυνη επιχείρηση θα λαμβάνει υπόψη τα συμφέροντα των εργαζομένων, των προμηθευτών, των αντιπροσώπων, τις τοπικές κοινότητες και το έθνος στο σύνολό του (Johnson, 1971). Αξίζει να σημειωθεί ότι πρωτοστάτησε στη θεωρία των ενδιαφερομένων μερών (stakeholders), το πλαίσιο με το οποίο εντοπίστηκαν βασικοί ενδιαφερόμενοι των δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων και που αποτελεί μέχρι σήμερα το πιο διαδεδομένο πλαίσιο λήψης αποφάσεων όσον αφορά την εφαρμογή της ΕΚΕ.

Στο τέλος της δεκαετίας του 1970, ίσως το πιο ολοκληρωμένο πλαίσιο της ΕΚΕ, προτάθηκε από τον Carroll, ο οποίος κατασκεύασε ένα εννοιολογικό πρότυπο της ΕΚΕ βασισμένο σε τρεις άξονες: 1) τις εταιρικές ευθύνες 2) τα κοινωνικά ζητήματα και 3) τις εταιρικές ενέργειες (Carroll, 1979: 504).

Κατά την δεκαετία του 1990, η ανάπτυξη νέων ή μάλλον πιο εκλεπτυσμένων εννοιών της ΕΚΕ σταδιακά οδήγησε σε εναλλακτικές προσεγγίσεις, όπως είναι η Εταιρική Υπευθυνότητα (Pinkston και Carroll, 1994: 158), η Επιχειρηματική Ηθική (Shapiro, 1995: 348) και η Θεωρία των Ενδιαφερομένων Μερών (Freeman, 1984: 24).

Η καθιέρωση συστημάτων βιωσιμότητας, τα οποία κέρδισαν μεγάλη δημοτικότητα, κατά τη διάσκεψη κορυφής του ΟΗΕ του 1992 στο Ρίο ντε Τζανέιρο, έδωσε ώθηση στην έννοια της ΕΚΕ (UNCED, 1992). Η συμβολή της διάσκεψης κορυφής ήταν ισχυρή, καθώς αποκάλυψε την ιδέα του μοντέλου της «τριπλής βάσης» μαζί με τη χρήση τεχνικών βιώσιμης ανάπτυξης για να καταστήσει μια επιχείρηση ανταγωνιστική και κερδοφόρα.

Με την είσοδο στον 21ο αιώνα, δόθηκε μεγαλύτερη έμφαση στην εφαρμογή των πρωτοβουλιών ΕΚΕ παρά την εμπειρική μελέτη της. Πιο πρόσφατα, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή όρισε το 2010 την ΕΚΕ ως ευθύνη των επιχειρήσεων για τις επιπτώσεις τους στην κοινωνία, και μετατόπισε τον προηγούμενο ορισμό της για εθελοντική ενσωμάτωση, η οποία δείχνει ότι οι επιχειρήσεις θα πρέπει να έχουν μια διαδικασία για την ενσωμάτωση του πλαισίου ΕΚΕ στις δικές τους λειτουργίες και βασικές στρατηγικές σε στενή συνεργασία με τα ενδιαφερόμενα μέρη τους (European Commission, 2010). Το Παγκόσμιο Επιχειρηματικό Συμβούλιο για την Αειφόρο Ανάπτυξη (World Business Council for Sustainable Development – WBCSD) τόνισε το 2012 την ισορροπία απόδοσης των οικονομικών, φυσικών και κοινωνικών κεφαλαίων, συστήνοντας την ενσωμάτωση ετήσιας έκθεσης αναφοράς ΕΚΕ (WBCSD, 2012).

2.2 Ορισμός Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Ο ορισμός της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης έχει μακρά ιστορία στη βιβλιογραφία. Η επιστημονική ανάλυσή της και η ερευνητική συγγραφή άρχισε τη δεκαετία του 1950 και μέχρι σήμερα έχουν καταγραφεί πλήθος ορισμών σχετικά με το πώς ορίζεται η ΕΚΕ (Carroll, 2008: 89). Οι Turban και Greening ορίζουν την ΕΚΕ ως την διοικητική ευθύνη της επιχείρησης να ενεργεί για να προστατεύει και να βελτιώνει εξίσου την ευημερία της κοινωνίας γενικά αλλά και τα συμφέροντα των οργανισμών (Turban and Greening, 1997: 659). Ο Gunningham αναφερόμενος στην έννοια της ΕΚΕ, διατυπώνει πως ως φιλοσοφία διακρίνεται από μια πιο ανθρωπιστική υπόσταση, ενώ ως επιχειρηματική δεοντολογία αποτελεί συνδυασμό για οικονομική ανάπτυξη, συνοχή και βιωσιμότητα (Gunningham, 2009: 215).

Σύμφωνα με το Διεθνές Επιχειρηματικό Συμβούλιο για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη (World Business Council for Sustainable Development) η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ορίζεται ως η δέσμευση του επιχειρηματικού κόσμου να συμβάλει στην αειφόρο οικονομική ανάπτυξη, σε συνεργασία με τους εργαζομένους, τις οικογένειές τους, την τοπική και την ευρύτερη κοινωνία, για να βελτιώσει την ποιότητα ζωής (WBCSD, 1998).

Οι Bloom και Gundlach ορίζουν την ΕΚΕ ως τις υποχρεώσεις της επιχείρησης προς τις ομάδες των ενδιαφερόμενων μερών, δηλαδή τις ομάδες που μπορούν να επηρεάσουν ή να επηρεαστούν από την πολιτική της εταιρείας και τις επιχειρηματικές πρακτικές της (Bloom και Gundlach, 2001). Αυτές οι υποχρεώσεις υπερβαίνουν τις νομικές προϋποθέσεις προς τις ομάδες των ενδιαφερόμενων μερών. Βασικός τους στόχος είναι η μακροπρόθεσμη θετική επίδραση της εκάστοτε εταιρείας στην κοινωνία τους.

Στην Πράσινη Βίβλο η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ορίζει την ΕΚΕ ως εξής:

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σχετίζεται με τον τρόπο με τον οποίο οι εταιρίες ενσωματώνουν τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις αλληλεπιδράσεις τους με τους ενδιαφερόμενους φορείς σε εθελοντική βάση (European Commission, Green Paper, 2001).

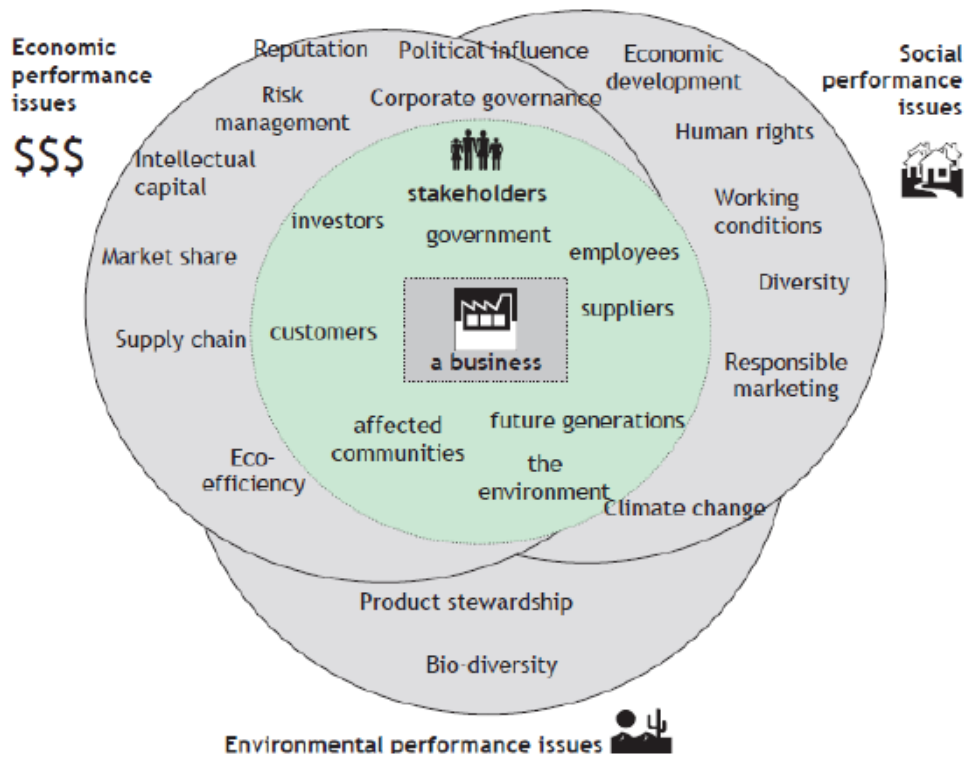
Στον νεότερο και πιο λεπτομερή ορισμό της Ευρωπαϊκής Επιτροπής 2011 η ΕΚΕ ορίζεται σαν:

Η ευθύνη των επιχειρήσεων για τις επιπτώσεις τους στην κοινωνία, όπου ενσωματώνονται κοινωνικές, περιβαλλοντικές, δεοντολογικές, ανθρωπιστικές και καταναλωτικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές δραστηριότητες και την κεντρική στρατηγική τους, σε στενή συνεργασία με τους ενδιαφερόμενους, μεγιστοποιώντας τη δημιουργία κοινής αξίας για τους μετόχους, τους ενδιαφερόμενους και της κοινωνίας γενικότερα, εντοπίζοντας, αποτρέποντας και ελαχιστοποιώντας τις ενδεχόμενες δυσμενείς επιπτώσεις τους (European Commission, 2011).

Παρατηρείται ότι αναγνωρίζοντας τη σημαντικότητα της ΕΚΕ η Ευρωπαϊκή Επιτροπή μετατοπίζει τον ορισμό του 2001 από την εθελοντική ενσωμάτωση στις δραστηριότητες προς την ευθύνη των εταιριών για ενσωμάτωση στις επιχειρηματικές δραστηριότητες και στους βασικούς σχεδιασμούς της.

2.3. ΕΚΕ και Ενδιαφερόμενα Μέρη (Stakeholders)

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ) είναι το σύνολο των εθελοντικών πρακτικών που υιοθετεί στη λειτουργία της μια εταιρία σε σχέση με όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη (stakeholders) σύμφωνα με τον ορισμό της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (Ευρωπαϊκή Επιτροπή 2001). Στα ενδιαφερόμενα μέρη συμπεριλαμβάνονται οι ιδιοκτήτες, οι πελάτες, οι προμηθευτές, οι εργαζόμενοι, οι τοπικές κοινωνίες στις οποίες δραστηριοποιείται η κάθε επιχείρηση, το κράτος, το περιβάλλον, διάφορες μη κερδοσκοπικές οργανώσεις (ΜΚΟ), κ.λπ. Δηλαδή τα ενδιαφερόμενα μέρη είναι όλοι όσοι επηρεάζουν ή επηρεάζονται άμεσα ή έμμεσα από τις αποφάσεις και τις δραστηριότητές της εταιρίας (Freeman και Reed, 1983).



Διάγραμμα 2.1: Πλαίσιο EKE και Ενδιαφερόμενα Μέρη (UNIDO, 2002: 6)

Οι μεγαλύτερες τάσεις για υιοθέτηση πρακτικών EKE είναι προς την κατεύθυνση των πρακτικών που υπόκεινται στη θεωρία της ταυτοποίησης των ενδιαφερομένων μερών (Parent και Deerpouse, 2007: 18, Crane και Ruebottom, 2011: 85). Η θεωρία της ομάδας των ενδιαφερομένων μερών χρησιμοποιεί ως βάση ανάλυσης τις ομάδες για τις οποίες η επιχείρηση θα πρέπει να είναι υπεύθυνη. Όπως περιγράφει ο Freeman, η επιχείρηση μπορεί να περιγραφεί ως μια σειρά σχέσεων μεταξύ ενδιαφερομένων, όπου η εταιρική διοίκηση προσπαθεί να διευθύνει (Freeman, 1983). Ο ορισμός των ενδιαφερομένων μερών όπως προαναφέρθηκε σύμφωνα με τον τελευταίο, είναι κάθε ομάδα ή άτομο που μπορεί να επηρεάσει ή επηρεάζεται από την επίτευξη των στόχων του οργανισμού (ibid, 1983).

Χρησιμοποιώντας την προσέγγιση των ενδιαφερομένων για τη λήψη αποφάσεων και τη στρατηγική διαχείριση συμβάλλει στη δημιουργία αξίας για όλους τους ενδιαφερόμενους (McWilliams et al., 2006: 3, Godfrey et al., 2008: 426, Deng et al., 2013: 88). Ορισμένοι ενδιαφερόμενοι, όπως οι καταναλωτές, οι εργαζόμενοι, οι προμηθευτές και το περιβάλλον αγνοούνταν παραδοσιακά στις πρακτικές εταιρικής διακυβέρνησης. Η συνεργασία με τα ενδιαφερόμενα μέρη δίνει ιδιαίτερη προσοχή στην σχέσεις με όλους τους ενδιαφερόμενους, ιδίως εκείνους που είχαν προηγουμένως είχαν αγνοηθεί.

2.4 Πλαίσιο Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Οι περισσότεροι ορισμοί περιγράφουν την εταιρική κοινωνική ευθύνη ως το πλαίσιο των πολιτικών, σύμφωνα με το οποίο οι επιχειρήσεις και οι διάφοροι οργανισμοί ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κυρίως, κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με τα υπόλοιπα ενδιαφερόμενα μέρη. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι ουσιαστικά το σύνολο των πολιτικών με τις οποίες οι εταιρίες εφαρμόζουν πρωτοβουλίες για μια καλύτερη κοινωνία και ένα καθαρότερο περιβάλλον. Σε μία περίοδο όπου η Ευρωπαϊκή Ένωση προσπαθεί να αναγνωρίσει τις κοινές αρχές της εγκρίνοντας το Χάρτη Θεμελιωδών Δικαιωμάτων, όλο και πιο πολλές ευρωπαϊκές επιχειρήσεις αναγνωρίζουν την κοινωνική τους ευθύνη με τρόπο όλο και πιο σαφή, υιοθετώντας το σαν μέρος της εταιρικής τους ταυτότητας. Αυτή η ευθύνη εκφράζεται σε όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη που μπορούν να επηρεαστούν από μία επιχείρηση και τα οποία με τη σειρά τους μπορούν να επηρεάσουν την επιτυχία της. Τα ενδιαφερόμενα μέρη είναι οι εργαζόμενοι, οι πελάτες, οι προμηθευτές, οι μέτοχοι και οι τοπικές κοινότητες. Καθώς οι ίδιες οι εταιρίες έρχονται αντιμέτωπες με τις προκλήσεις της παγκοσμιοποίησης και της εσωτερικής τους αγοράς, συνειδητοποιούν όλο και περισσότερο ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη μπορεί να έχει άμεση οικονομική αξία. Ανεξαρτήτως του γεγονότος ότι ο κύριος στόχος της Εταιρικής Διακυβέρνησης είναι η παραγωγή κερδών, μπορούν παράλληλα να επιτύχουν τους κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς τους στόχους ενσωματώνοντας την ΕΚΕ ως στρατηγική επένδυση στους σχεδιασμούς τους στα μέσα και στις δραστηριότητες τους. Η Εταιρική Διακυβέρνηση είναι η σχέση μεταξύ της διοίκησης της εταιρίας, του διοικητικού συμβουλίου και των μετόχων όπου καθορίζονται τα μέσα και οι στόχοι της εταιρίας (European Commission, Green Paper, 2001).

2.4.1 Διαχείριση Ανθρώπινου Δυναμικού

Το ανθρώπινο δυναμικό, δηλαδή οι εργαζόμενοι και το εργατικό προσωπικό αποτελούν μια από τις κύριες κατηγορίες πολιτικών της ΕΚΕ. Σήμερα μία από τις πιο σημαντικές προκλήσεις είναι η προσέλκυση και η συγκράτηση ειδικευμένου προσωπικού. Στο πλαίσιο αυτό τα μέτρα περιλαμβάνουν την δια βίου μάθηση, την καλύτερη ισορροπία μεταξύ εργασίας – οικογένειας και ελεύθερου χρόνου. Την ίση αμοιβή και τις προοπτικές εργασίας (European Commission, Green Paper, 2001: 9).

2.4.2 Υγεία και Ασφάλεια στην Εργασία

Οι εταιρίες, οι κυβερνήσεις και οι κλαδικές οργανώσεις διερευνούν όλο και περισσότερους τρόπους για την προώθηση της υγείας και ασφάλειας στην εργασία. Χρησιμοποιώντας τις δύο αυτές παραμέτρους ως κριτήρια κατά την προμήθεια προϊόντων και υπηρεσιών από άλλες εταιρίες και ως μέσο προώθησης των δικών τους προϊόντων και υπηρεσιών. Αυτές οι πρωτοβουλίες μπορούν να θεωρηθούν συμπληρωματικές ως προς τις ενέργειες νομοθεσίας και ελέγχου των δημόσιων αρχών, εφόσον και αποσκοπούν σε υψηλότερα επίπεδα ασφάλειας και υγείας στον εργασιακό χώρο. Τα κριτήρια που αφορούν την υγεία και την ασφάλεια περιλαμβάνονται σε διάφορους βαθμούς στα υπάρχοντα συστήματα πιστοποίησης και επισήμανσης για τα προϊόντα και τον εξοπλισμό (European Commission, Green Paper, 2001: 10).

2.4.3 Διαχείριση Περιβαλλοντικού Αντίκτυπου και Φυσικών Πόρων

Σε γενικές γραμμές η μείωση της κατανάλωσης πόρων, ρυπογόνων εκπομπών και αποβλήτων μπορούν να μειώσουν το περιβαλλοντικό αντίκτυπο των δραστηριοτήτων της κάθε εταιρίας. Πολύ πιθανόν να ωφελήσει και τις επιχειρήσεις μειώνοντας του λογαριασμούς κατανάλωσης ενέργειας και διάθεσης των αποβλήτων, καθώς και τις δαπάνες για τις πρώτες ύλες και την ενδεχόμενη απορρύπανση. Κάποιες εταιρίες έχουν ανακαλύψει ότι η μείωση στη χρήση μπορεί να οδηγήσει σε αυξημένη αποδοτικότητα και λειτουργικότητα. Στον περιβαλλοντικό τομέα, οι περιβαλλοντικές αυτές επενδύσεις αναφέρονται ως ευκαιρίες διπλού κέρδους. Κέρδος για την επιχείρηση και για το Περιβάλλον (European Commission, Green Paper, 2001: 12).

2.4.4 Ολοκληρωμένη Πολιτική των Προϊόντων

Η συγκριμένη πολιτική λαμβάνει τον αντίκτυπο των προϊόντων σε όλη τη διάρκεια του κύκλου ζωής τους και αφορά την έρευνα για την εξεύρεση της καλύτερης προσέγγισης με την καλύτερη δυνατή σχέση κόστους- αποτελέσματος.

Μία άλλη πρακτική είναι το κοινοτικό σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης και ελέγχου EMAS ISO 19000. Η δημιουργία οικειοθελών συστημάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης και ελέγχου στον χώρο όπου δραστηριοποιούνται με στόχο την προώθηση τη συνεχή βελτίωση των περιβαλλοντικών επιδόσεων. Η περιβαλλοντική δήλωση είναι δημόσια και επικρίνεται με πιστοποίηση από διαπιστευμένους οργανισμούς (European Commission, Green Paper, 2001: 12).

2.4.5 Επιχειρηματικοί Εταίροι, Προμηθευτές και Καταναλωτές

Τα ενδιαφερόμενα μέρη των προμηθευτών και καταναλωτών μέσα από τη συνεργασία αυτών των επιχειρηματικών εταίρων, οι εταιρίες μπορούν να μειώσουν τη πολυπλοκότητα και τις δαπάνες και να αυξήσουν την ποιότητα. Μακροπρόθεσμα η οικοδόμηση δύναται να οδηγήσει σε πιο δίκαιες τιμές, όρους, προσδοκίες καθώς και ποιότητα. Ως μέρος της κοινωνικής τους ευθύνης οι εταιρίες παρέχουν προϊόντα και υπηρεσίες στους καταναλωτές με τρόπο δεοντολογικά βιώσιμο και φιλικό προς το περιβάλλον. Οι εταιρίες που κτίζουν σχέσεις εμπιστοσύνης με τους καταναλωτές εστιάζουν τις στρατηγικές τους στην κατανόηση των αναγκών και των επιθυμιών των πελατών τους, παρέχοντάς τους ανώτερη ποιότητα, δίκαιη τιμή, ασφάλεια, αξιοπιστία και εξυπηρέτηση και για αυτό τον λόγο αναμένεται ότι θα είναι πιο προσοδοφόρες (European Commission, Green Paper, 2001: 12).

2.5 ΕΚΕ και Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα

Όπως έχει ήδη αναφερθεί πιο πάνω, η επιχειρηματική δραστηριότητα της ΕΚΕ δεν είναι δραστηριότητα μηδενικού αθροίσματος μεταξύ επιχειρήσεων και κοινωνίας, αντιθέτως, οι επιχειρήσεις μπορούν επίσης να επωφεληθούν από τις πρωτοβουλίες ΕΚΕ (Porter και Kramer, 2006: 80). Ορισμένες δράσεις ΕΚΕ μπορούν να ενισχύσουν μια επιχείρηση εάν κατορθώσουν να δημιουργήσουν μια κοινή αξία μεταξύ της επιχείρησης και των ενδιαφερόμενων μερών της, αυξάνοντας την ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης. Με βάση τις παρατηρήσεις αυτές ο δεσμός μεταξύ ΕΚΕ, ανταγωνιστικότητας και καταναλωτών μπορεί να ενισχυθεί μέσω μιας σειράς φιλόδοξων δράσεων με σκοπό την ενίσχυση της αμοιβαιότητας μεταξύ εμπορικών στρατηγικών των επιχειρήσεων και του κοινωνικού περιβάλλοντος.

2.6 ΕΚΕ και Καταναλωτική Συμπεριφορά

Οι Mohr, Webb και Harris επισημαίνουν ότι οι στάσεις των καταναλωτών προς τις κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις είναι πιο θετικές απέναντι σε ανεύθυνες επιχειρήσεις (Mohr et al., 2001: 47). Κι ενώ οι καταναλωτές μπορεί να γνωρίζουν ότι οι κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις να αναζητούν το κέρδος μέσω της ΕΚΕ, εντούτοις η αντίληψη αυτή δεν βλάπτει τις θετικές τους αξιολογήσεις προς την κατεύθυνση των κοινωνικά υπεύθυνων επιχειρήσεων. Οι επιλογές των καταναλωτών έχουν και αυτές με τη σειρά τους επιπτώσεις για το σύνολο και την κοινωνία και γι' αυτό οι «κοινωνικά ευσυνείδητοι καταναλωτές» προχωρούν σε πιο υπεύθυνες επιλογές, δηλαδή, οι κοινωνικά υπεύθυνες εταιρίες είναι πιο ελκυστικές για τους καταναλωτές (Webster, 1975: 188). Οι καταναλωτές ενδιαφέρονται για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και την επίδραση των επιχειρήσεων στο περιβάλλον. Ανταμείβουν και τιμωρούν τις επιχειρήσεις αναλόγως επιλέγοντας ή εκδηλώνοντας αποστροφή στα προϊόντα των συγκεκριμένων επιχειρήσεων (Mohr et al., 2001: 62).

Η μελέτη των Mohr, Webb και Harris είναι διαφωτιστική για τους ερευνητές και τις εταιρικές διοικήσεις. Ορισμένοι καταναλωτές έχουν υψηλή ηθική στην καταναλωτική τους συμπεριφορά. Η υιοθέτηση της ΕΚΕ και οι επιλογές των καταναλωτών θα μπορούσαν να αποτελέσουν μια νέα ευκαιρία ανάπτυξης για το μάρκετινγκ. Πρωτοβουλίες ΕΚΕ με καλά σχεδιασμένους στόχους και υψηλό επίπεδο ενημέρωσης των καταναλωτών θα μπορούσε να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο σε ένα επιτυχημένο μάρκετινγκ και πωλήσεων.

Σύμφωνα με τους Öberseder et al., οι καταναλωτές επηρεάζονται από την ΕΚΕ των επιχειρήσεων κατά την διαδικασία αγοράς προϊόντων ή υπηρεσιών (Öberseder et al., 2011: 450). Παρ' όλα αυτά, ο αντίκτυπος της ΕΚΕ τις περισσότερες φορές είναι περιορισμένος σε σχέση με την τιμή, την ποιότητα και την επωνυμία του προϊόντος ή της υπηρεσίας. Επιπλέον, η οικονομική κατάσταση του καταναλωτή έχει άμεση σχέση κατά την διαδικασία αγοράς, και για αυτό τον λόγο, τις περισσότερες φορές η βαρύτητα της ΕΚΕ δεν παίζει κανένα ουσιαστικό ρόλο. Τα άτομα με καλό οικονομικό υπόβαθρο θα ενδιαφερθούν περισσότερο για την ΕΚΕ σε σχέση με άλλα που αντιμετωπίζουν οικονομικές δυσκολίες. Επίσης, οι καταναλωτές ενδιαφέρονται κατά πόσο η Εταιρική Ταυτότητα μιας επιχείρησης ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα. Οι Öberseder et al. είχαν επιστήσει την προσοχή τους σε δύο βασικούς παράγοντες της αξιολόγησης των καταναλωτών της ΕΚΕ στη διαδικασία αγοράς.

Ένας βασικός παράγοντας είναι η επάρκεια των πληροφοριών. Δηλαδή, οι καταναλωτές πιθανότατα θα παραλείψουν τον αντίκτυπο της ΕΚΕ στη διαδικασία αγοράς τους εάν δεν έχουν επαρκείς πληροφορίες για αυτήν. Ο άλλος βασικός παράγοντας είναι η αξιοπιστία των πληροφοριών της ΕΚΕ. Οι καταναλωτές που έλαβαν επαρκείς πληροφορίες ΕΚΕ μιας επιχείρησης θα αξιολογήσουν την αξιοπιστία αυτών των πληροφοριών ΕΚΕ και για να αποφασίσουν τελικά αν είναι περισσότερο υπέρ των προϊόντων των κοινωνικά υπεύθυνων παραγωγών (Öberseder et al., 2011: 453, 454).

Οι Becker-Olsen et al. αναφέρουν μεταξύ άλλων ότι οι δραστηριότητες ΕΚΕ που δεν ταιριάζουν με τον τομέα ενασχόλησης μιας επιχείρησης μπορεί να έχουν αρνητικές επιπτώσεις στη στάση των καταναλωτών απέναντι σε μια επιχείρηση και όπως επίσης και για την αξιοπιστία της επιχείρησης (Becker-Olsen et al., 2006). Οι δραστηριότητες ΕΚΕ με χαμηλή καταλληλότητα για μια επιχείρηση, θεωρούνται από τους καταναλωτές κατευθυνόμενες μόνο από το κέρδος και οδηγεί σε μη θετικές αξιολογήσεις των καταναλωτών. Εάν οι καταναλωτές πιστεύουν οι πρωτοβουλίες Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης βασίζονται στην κερδοφορία και όχι στην κοινωνία, τότε θα αξιολογήσουν μια επιχείρηση και την αξιοπιστία της αρνητικά, κάτι που θα οδηγήσει σε χαμηλή πρόθεση αγοράς. Οι δραστηριότητες ΕΚΕ στο σύνολο, βοηθούν τις επιχειρήσεις να λαμβάνουν θετικές αξιολογήσεις από τους καταναλωτές. Επίσης, ο χρόνος εφαρμογής των πρωτοβουλιών μετρά σημαντικά για τον καταναλωτή και οι πρωτοβουλίες ΕΚΕ που έχουν προληπτικό χαρακτήρα αντιμετωπίζονται πιο θετικά.

Σύμφωνα με την Carrigan και Attalla οι πιο πολλοί καταναλωτές δεν αναζητούν ενεργά πληροφορίες για την ΕΚΕ μιας επιχείρησης, αλλά αντ' αυτού, περιμένουν να ενημερωθούν για τις δράσεις ΕΚΕ που ακολουθούν από τις ίδιες τις επιχειρήσεις (Carrigan και Attalla, 2001: 564). Τιμή, η ποιότητα, η τάση και το εμπορικό σήμα είναι οι σημαντικότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή των καταναλωτών. Ωστόσο, οι καταναλωτές δηλώνουν ότι η ΕΚΕ μιας επιχείρησης έχει αντίκτυπο στις επιλογές τους. Οι καταναλωτές είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν για προϊόντα που παράγονται με κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνους τρόπους. Οι καταναλωτές ισχυρίζονται ότι είναι πρόθυμοι να πληρώσουν μια υψηλότερη τιμή για τα προϊόντα των κοινωνικά υπεύθυνων επιχειρήσεων, αλλά δεν είναι διατεθειμένοι να δαπανήσουν χρόνο για να διαπιστώσουν ποια επιχείρηση είναι κοινωνικά υπεύθυνη (ibid, 573).

Οι Sen και Bhattacharya εξέτασαν τα είδη των πρωτοβουλιών ΕΚΕ, τα οποία έχουν θετικές αντιδράσεις των καταναλωτών με τη διερεύνηση, της προσέγγισης και του στόχου, και υποστήριξαν ότι η αντιστοίχιση μεταξύ των πρωτοβουλιών ΕΚΕ και των προσωπικών χαρακτηριστικών των καταναλωτών έχει σημασία. Διαπίστωσαν ότι οι αντιδράσεις των καταναλωτών στην ΕΚΕ είναι ιδιαίτερα υψηλές όπου υπάρχει αντιστοίχιση των δραστηριοτήτων ΕΚΕ και των ατομικών ενδιαφερόντων και απόψεων των καταναλωτών. Δηλαδή εάν ο καταναλωτής ενδιαφέρεται περισσότερο για την περιβαλλοντική επίπτωση του προϊόντος δεν θα επιβραβεύσει μια επιχείρηση που οι μόνες πρωτοβουλίες της είναι προς την κατεύθυνση των εργασιακών δικαιωμάτων. Η ποιότητα ενός προϊόντος έχει σημασία αλλά και η αντίληψη του καταναλωτή για την ΕΚΕ της εταιρίας παίζει ρόλο και για την πρόθεση αγοράς. Χαμηλή αξιολόγηση ΕΚΕ ως προς τα ενδιαφέροντα του καταναλωτή μπορεί να μειώσει την πρόθεση αγοράς, παρόλο που το ίδιο το προϊόν μπορεί να είναι καλής ποιότητας (Sen και Bhattacharya, 2001).

Μέσα από τις προηγούμενες μελέτες καταδεικνύεται ότι αν και στην πρόθεση αγοράς η ΕΚΕ μιας επιχείρησης μπορεί να μην είναι στη πρώτη θέση αλλά είναι γενικά αποδεκτό ότι οι καταναλωτές τείνουν να επιβραβεύουν προϊόντα καλής ΕΚΕ. Οι παράγοντες ενημέρωση και ειδικά η αξιόπιστη ενημέρωση, η ευαισθητοποίηση του καταναλωτή, οι αληθινές προθέσεις της εταιρίας και το είδος και χρόνος των πρακτικών ΕΚΕ φαίνεται να επηρεάζουν την τάση επιβράβευσης των συγκεκριμένων εταιριών και των προϊόντων τους. Συνεπώς πρωτοβουλίες ΕΚΕ με καλά σχεδιασμένους στόχους και υψηλό επίπεδο ενημέρωσης του καταναλωτή θα μπορούσε να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην οικοδόμηση εμπιστοσύνης μεταξύ καταναλωτή και εταιρίας, καταναλωτή και προϊόντος και από αυτή την άποψη να οδηγήσει στην οικονομική αειφορία.

Οι κοινωνικά υπεύθυνες εταιρείες προσελκύουν περισσότερους πελάτες, επιχειρηματικούς εταίρους και πιο ανταγωνιστικούς υπαλλήλους. Όλοι αυτοί οι ενδιαφερόμενοι συμβάλλουν με σκοπό προς καλύτερα οικονομικά αποτελέσματα για την ίδια την επιχείρηση και για τη δημιουργία ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων έναντι άλλων εταιριών. Σύμφωνα με τους Minor και Morgan, οι κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις είναι λιγότερο πιθανό να εμπλακούν σε μοϊκοτάζ περιβαλλοντικών και ανθρωπιστικών σκανδάλων.

Σκάνδαλα τα οποία μπορούν να προκαλέσουν υπέρογκες οικονομικές βλάβες σε μια επιχείρηση, όπως είχε συμβεί για παράδειγμα με την πετρελαιοκηλίδα στον Κόλπο του Μεξικού από την British Petroleum (BP), τους ελαττωματικούς επιταχυντές σε αυτοκίνητα της Toyota, τις προβληματικές μπαταρίες φορητών υπολογιστών της Dell, κ.ά (Minor και Morgan, 2011: 40, 41).

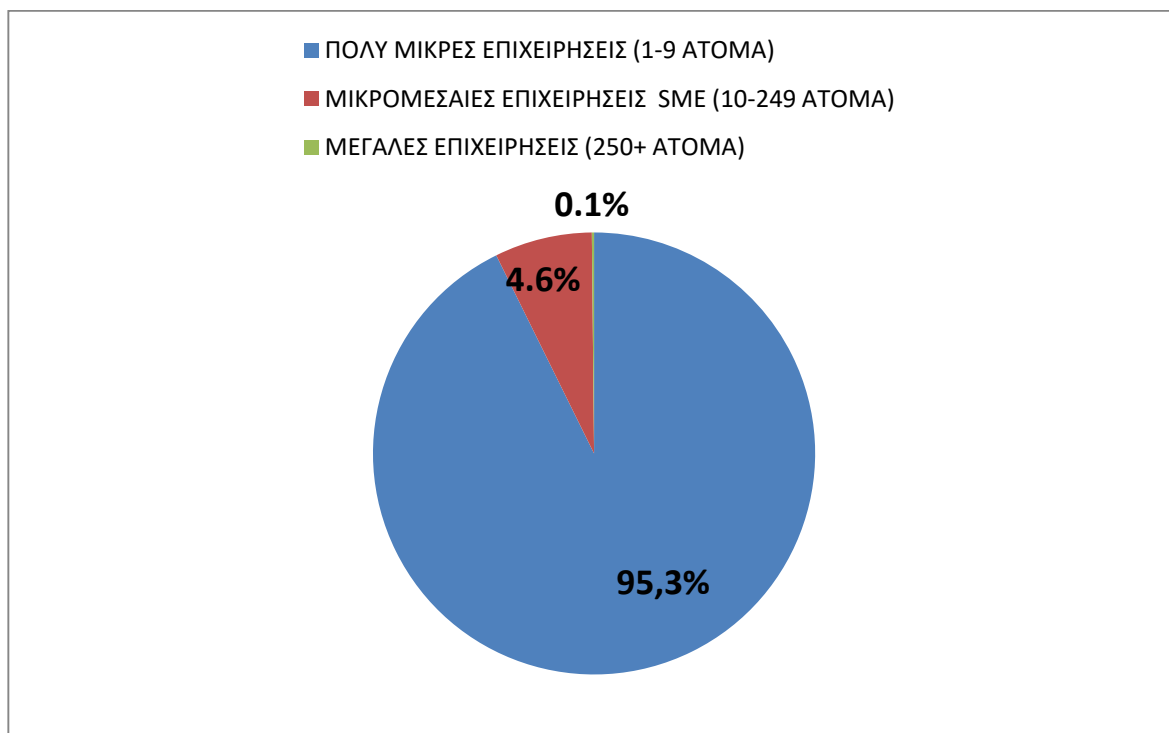
Συγκεκριμένες πρωτοβουλίες ΕΚΕ μπορούν να μειώσουν το λειτουργικό κόστος, δηλαδή πάγια έξοδα. Για παράδειγμα, μειώνοντας το υλικό συσκευασίας ή σχεδιάζοντας τη βέλτιστη διαδρομή για τα φορτηγά μεταφοράς, όχι μόνο μειώνει τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις που προκύπτουν από την λειτουργία της εταιρίας, αλλά επίσης μειώνει το κόστος διεκπεραίωσης του κύκλου εργασιών της (Tsoutsoura, 2004: 7). Η διαδικασία υιοθέτησης αρχών της ΕΚΕ προτρέπει τα στελέχη να επανεξετάσουν τις επιχειρηματικές τους πρακτικές και να αναζητήσουν περισσότερους και πιο αποτελεσματικούς τρόπους λειτουργίας.

Η ΕΚΕ που αναπτύσσεται και εφαρμόζεται με τους πλέον κατάλληλους τρόπους μπορεί να ωφελήσει τις επιχειρήσεις και να οδηγήσει σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα .

2.7 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Κύπρος: Εθνικό Σχέδιο Δράσης

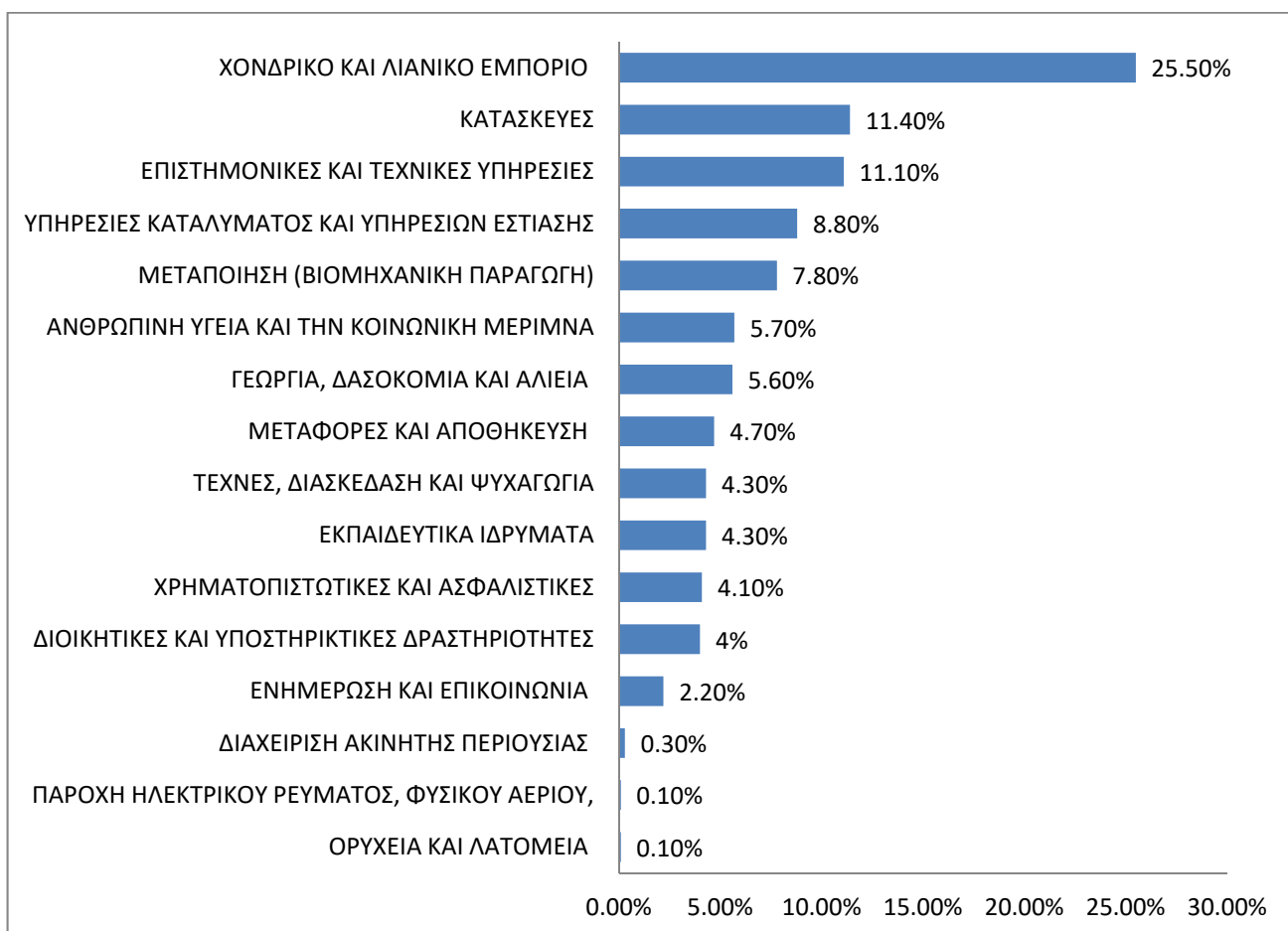
2.7.1 Κυπριακός Επιχειρηματικός Τομέας

Ο επιχειρηματικός χάρτης της Κύπρου από άποψη μεγεθών αναλύεται στα εξής πιο κάτω: Υπάρχουν εγγεγραμμένες 93.066 επιχειρήσεις όπου το 95,3% των επιχειρήσεων αυτών είναι πολύ μικρές (απασχολούν 1 – 9 άτομα), το 3,9% είναι μικρές επιχειρήσεις (10 – 49 εργαζόμενοι), το 0,7% είναι μεσαίου μεγέθους (50 – 249 εργαζόμενοι) και μόνο το 0,1% είναι μεγάλες επιχειρήσεις (250 + εργαζόμενοι) (Στατιστική Υπηρεσία 2016).



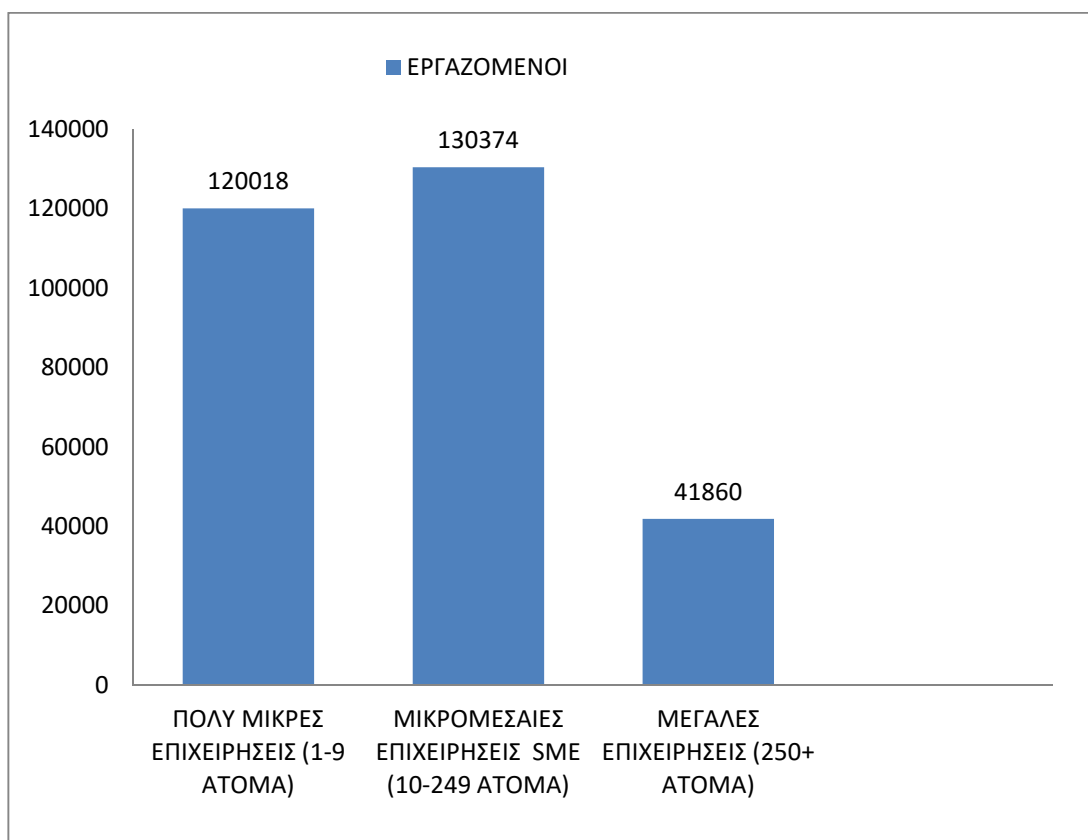
Διάγραμμα 2.2: Κατανομή επιχειρήσεων στην Κύπρο ως προς την Κατηγορία Μεγέθους – Στατιστική Υπηρεσία 2016: Αποτελέσματα Μητρώου Επιχειρήσεων

Σύμφωνα με τα δεδομένα της Στατιστικής Υπηρεσίας για το 2016, ο μεγαλύτερος παραγωγικός τομέας σε αριθμό επιχειρήσεων είναι ο τομέας του Χονδρικού και Λιανικού Εμπορίου και αμέσως μετά ακολουθεί ο Κατασκευαστικός / Οικοδομικός Τομέας. Ο μικρότερος τομέας είναι τα Ορυχεία και Λατομεία (Στατιστική Υπηρεσία 2016).



Διάγραμμα 2.3: Κατανομή Επιχειρήσεων ανά Κλάδο Δραστηριότητας – Στατιστική Υπηρεσία 2016

Αν και το μεγαλύτερο ποσοστό εγγεγραμμένων επιχειρήσεων αποτελούν οι πολύ μικρές επιχειρήσεις (1 – 9 άτομα), εντούτοις η κατηγορία που συγκεντρώνει την πιο μεγάλη απασχόληση σε ανθρώπινο δυναμικό είναι ο τομέας των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (ΜΜΕ).



Διάγραμμα 2.4. Απασχόληση ανά Κατηγορία Επιχείρησης – Στατιστική Υπηρεσία 2016

Είναι γεγονός ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (SME) με μικρούς ισολογισμούς δημιουργούν επιπλέον εμπόδια προς την ενσωμάτωση της ΕΚΕ στην επιχειρηματική τους δραστηριότητα. Επίσης, η πρόσφατη οικονομική κρίση στην Κύπρο αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους κατασταλτικούς παράγοντες, παρόλο που η Κυπριακή Οικονομία δείχνει σημεία ανάκαμψης κατά την περίοδο από το 2015 και 2016, αφού είχε παρατηρηθεί αύξηση στον αριθμό των επιχειρήσεων. Η αύξηση η οποία είχε καταγραφεί ανέβηκε στα 3,2% (Στατιστική Υπηρεσία 2016).

Οι επιχειρήσεις γενικά τέτοιου μεγέθους, δεν έχουν μεγάλους προϋπολογισμούς, αλλά ούτε χρόνο, δομή και κίνητρα για να υλοποιήσουν προγράμματα ΕΚΕ (Hamann et al., 2005: 15). Επίσης, οι Simpson, Taylor και Barker αναφέρουν ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν την υιοθέτηση καλών περιβαλλοντικών πρακτικών ως κόστος το οποίο δύσκολα θα περάσει στο προϊόν ως προστιθέμενη αξία και επομένως θέτουν σαν προτεραιότητα τα επιχειρηματικά τους συμφέροντα σε σχέση με τις περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες (Simpson et al., 2004: 160).

Από την άλλη μεριά, ο Vives υποστηρίζει ότι οι μικρές επιχειρήσεις διακατέχονται από πιο έντονο συναίσθημα προσκόλλησης για τον τόπο τους και το μέλλον της περιοχής στην οποία δραστηριοποιούνται (Vives, 2006: 40). Κατά συνέπεια, πολλές μικρές και οικογενειακές επιχειρήσεις, κατευθυνόμενες από τις πεποιθήσεις αυτές και τις ηθικές αξίες των ιδιοκτητών και της διοίκησης τους, μπορεί πιο εύκολα να τους προτρέψει να υιοθετήσουν πρακτικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ibid, 40). Επίσης, επειδή λειτουργούν σε ένα συγκεκριμένο κοινωνικό περιβάλλον αναλαμβάνουν δράσεις ενίσχυσης και υποστήριξης της τοπικής κοινότητας. Όπως παρατηρεί και ο Lyman, οι σχέσεις που διαμορφώνουν οι οικογενειακές επιχειρήσεις με τους εργαζομένους, τους προμηθευτές και γενικά με όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη είναι ισχυρότερες και θετικότερες, συγκριτικά με τις σχέσεις που διαμορφώνουν οι μεγαλύτερες σε μέγεθος επιχειρήσεις (Lyman, 1991: 303).

2.7.2 Εθνικό Σχέδιο Δράσης για την ΕΚΕ

Όπως αναφέρεται στην έκθεση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής το 2014, πολλές χώρες έχουν κάποια κατατεθειμένη στρατηγική ΕΚΕ, ενώ σε αρκετές άλλες κάτι τέτοιο είναι προς ανάπτυξη. Τον Δεκέμβριο του 2011, το Γραφείο Προγραμματισμού ανέθεσε σε συμβουλευτικό προσωπικό τη στήριξη της ανάπτυξης ενός Εθνικού Σχεδίου Δράσης για την ΕΚΕ (ΕΣΔ). Τον Φεβρουάριο του 2013, αυτό εγκρίθηκε από το Συμβούλιο Υπουργών (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2014: 14).

Μέσα από το Εθνικό Σχέδιο Δράσης για την ανάπτυξη της ΕΚΕ, στόχος του κράτους είναι η προώθηση της έννοιας της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στην Κύπρο με αντικειμενικό στόχο την ενθάρρυνση της υπεύθυνης επιχειρηματικότητας και την ώθηση των επιχειρήσεων να λάβουν υπόψη τις επιπτώσεις και τον αντίκτυπο των δραστηριοτήτων τους στην κοινωνία όπου και δραστηριοποιούνται.

Ο κύριος στόχος του ΕΣΔ είναι να αυξηθεί ο αριθμός των κυπριακών επιχειρήσεων που ασχολούνται με την ΕΚΕ και να τονίσει ότι η ΕΚΕ δεν αφορά μόνο τις μεγάλες επιχειρήσεις, αλλά και τις μικρότερες, καθότι μπορούν να αναλάβουν δράσεις που προωθούν την υπεύθυνη επιχειρηματικότητα, περιορίζοντας το αρνητικό τους αντίκτυπο στην κοινωνία, επιτυγχάνοντας την ισορροπία μεταξύ κερδοφορίας και βιώσιμης ανάπτυξης (ΕΣΔ, 2013).

Στο πολύ φιλόδοξο και εκτενέστατο σχέδιο δράσης του κράτους, αναλύονται οι υφιστάμενες κυβερνητικές παρεμβάσεις, τα πλαίσια, οι ενέργειες και οι οδηγίες για τον δημόσιο και ιδιωτικό τομέα, όπως επίσης και οι μελλοντικοί σχεδιασμοί και ενέργειές τους ούτως ώστε να προωθηθεί όσο το δυνατό σε μεγαλύτερο βαθμό το πλαίσιο της ΕΚΕ στους άξονες: 1) Δίκαιων Πρακτικών στην Αγορά, 2) Κοινωνικός άξονας, 3) Ανθρώπινα Δικαιώματα, 4) Μείωση της Διαφθοράς, 5) Εργασιακές Πρακτικές και 6) Προστασία του Περιβάλλοντος (ΕΣΔ 2013).

2.7.3 Περιβαλλοντικός Άξονας του Εθνικού Σχεδίου Δράσης για την ΕΚΕ

Όσον αφορά τον άξονα Προστασία του Περιβάλλοντος, μέσα από το Εθνικό Σχέδιο Δράσης το κράτος υιοθετεί και αναλαμβάνει την ευθύνη να προωθήσει την ανάπτυξη μέτρων προκειμένου να προωθηθούν αειφόρα μοντέλα παραγωγής και κατανάλωσης. Τα πιο κύρια μέτρα που αφορούν τον ιδιωτικό τομέα συνοψίζονται στα εξής.

Παροχή Κυβερνητικών Χορηγιών και συμβουλευτικών υπηρεσιών για την εισαγωγή και επικύρωση συστήματος περιβαλλοντικής διαχείρισης με βάση το Ευρωπαϊκό Σύστημα Διαχείρισης και Ελέγχου - EMAS, που αφορά στην εθελοντική συμμετοχή οργανισμών στο Κοινοτικό Σύστημα Οικολογικής Διαχείρισης και Ελέγχου,

Πρώθηση του Ευρωπαϊκού συστήματος οικολογικής σήμανσης ECOLABEL για την προώθηση των προϊόντων με περιορισμένες επιπτώσεις στο περιβάλλον και ενημέρωση των καταναλωτών για το συγκεκριμένο σύστημα.

Σχέδιο Χορηγιών για εξοικονόμηση ενέργειας και προώθηση της χρήσης Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας προς τους Οργανισμούς του ιδιωτικού τομέα.

Με απόφαση του Υπουργικού Συμβουλίου έχει καθιερωθεί ως ετήσιος θεσμός ο διαγωνισμός για την επιλογή και βράβευση επιχειρήσεων που διακρίνονται σε θέματα περιβάλλοντος και γενικότερα αειφόρου ανάπτυξης.

Πρώθηση της έκδοσης ετήσιων Περιβαλλοντικών εκθέσεων όσον αναφορά την κάλυψη σχετικών δεικτών του GRI από τις επιχειρήσεις και τους ημικρατικούς οργανισμούς.

Η Παγκόσμια Πρωτοβουλία Αναφοράς (γνωστή ως GRI – Global Report Initiative) είναι ένας διεθνής ανεξάρτητος οργανισμός τυποποίησης που βοηθά τις επιχειρήσεις, τις κυβερνήσεις και άλλους οργανισμούς να κατανοήσουν και να κοινοποιήσουν τις επιπτώσεις τους σε θέματα όπως η κλιματική αλλαγή, τα ανθρώπινα δικαιώματα και η διαφθορά. (GRI, 2018)

Υλοποίηση περιβαλλοντικών σεμιναρίων και εργαστηρίων σε συνεργασία με εξειδικευμένους φορείς και περιβαλλοντικές μη κερδοσκοπικές οργανώσεις (Μ.Κ.Ο) με θέμα τη σημασία της αξιολόγησης των Περιβαλλοντικών Κινδύνων από την εκάστοτε επιχειρηματική δραστηριότητα. Έκδοση Πρακτικού Οδηγού από το Γραφείο του Επιτρόπου Περιβάλλοντος για την Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη που απευθύνεται στους Οργανισμούς του Ιδιωτικού τομέα. Επιστημονική υποστήριξη επιχειρήσεων προς την υιοθέτηση νεοφυών τεχνολογιών και τεχνικών μείωσης των αέριων αποβλήτων. Κατάρτιση οργανισμών παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών σε θέματα ελέγχου βιομηχανικής ρύπανσης.

Προώθηση της Χάρτας των κυπριακών επιχειρήσεων κατά της κλιματικής αλλαγής και την ιδέα της Βιομηχανικής Οικολογίας.

Έλεγχοι διασφάλισης εγκατάστασης συστημάτων επεξεργασίας υγρών αποβλήτων, διαχείρισης ενέργειας και θορύβου σε βιομηχανίες και εντατικοποίηση των εποπτικών αρχών προς την υλοποίηση περιβαλλοντικών επιθεωρήσεων.

Υιοθέτηση φορολογικών κινήτρων για περιβαλλοντικά φιλικά προϊόντα ή υπηρεσίες καθώς και αυστηρών κυρώσεων προς τις μη υπεύθυνες περιβαλλοντικά επιχειρήσεις.

Ενημέρωση και ευαισθητοποίηση του κοινού μέσω των Μ.Κ.Ο και εκπαιδευτικών ιδρυμάτων για την αειφόρο ανάπτυξη και για τα κρίσιμα περιβαλλοντικά ζητήματα με εκστρατείες ενημέρωσης, εκδόσεις, πρωτοβουλίες αναδάσωσης ή καθαρισμού ακτών και εκδηλώσεις κάτω από την αιγίδα της Κυπριακής Δημοκρατίας.

Υλοποίηση περιοδικών ερευνών στις Κυπριακές επιχειρήσεις όσον αφορά την αξιολόγηση της περιβαλλοντικής τους επίδοσης αλλά και στους πολίτες καταναλωτές για την ανάδειξη των περιβαλλοντικών προσδοκιών τους και το βαθμό εμπιστοσύνης τους στην περιβαλλοντική ευθύνη των εταιριών.

Σχέδιο Χορηγιών για εξοικονόμηση Ενέργειας και προώθηση της χρήσης ΑΠΕ προς τους Οργανισμούς του ιδιωτικού τομέα.

Συνεργασία του Επιτρόπου Περιβάλλοντος με το Κυπριακό Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο (ΚΕΒΕ) για την ίδρυση του Μη Κερδοσκοπικού Φορέα «Χρυσόφυλλη Δρυς», ο οποίος έχει εγκριθεί από το Υπουργείο Οικονομικών ως φιλανθρωπικό ίδρυμα με στόχο την εξεύρεση πόρων, μέσω εθελοντικών εισφορών (οι οποίες έχουν απαλλαγή από το φόρο εισοδήματος) από επιχειρήσεις και Οργανισμούς που θέλουν να προσφέρουν στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος.

2.8 Ολοκληρωμένα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης

Όπως έχει προαναφερθεί, η ΕΚΕ είναι το πλαίσιο όπου εμπεριέχεται η ευθύνη των επιχειρήσεων να περιορίσουν τις επιπτώσεις των δραστηριοτήτων τους στο περιβάλλον. Η ολοκληρωμένη ΕΚΕ προσπαθεί να δημιουργήσει κέρδος μέσα από τις διάφορες περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες. Η εφαρμογή ολοκληρωμένων Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης (ΣΠΔ) προσφέρουν πλεονεκτήματα όπως είναι η βελτιστοποίηση της απόδοσης της εταιρείας, η βελτίωση της εταιρικής εικόνας και η συμμόρφωση με την ανάλογη νομοθεσία, όπου όλα αυτά ενισχύουν την ανταγωνιστικότητα (Giménez et al., 2003: 108). Ορισμένα ολοκληρωμένα συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης εφαρμόζονται σε όλο τον κόσμο από οργανισμούς, προκειμένου να μειωθούν οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις που προκύπτουν από τις δραστηριότητές τους και ταυτόχρονα να βελτιώσουν και την οικονομική τους αειφορία. Στην Ευρώπη χρησιμοποιούνται διάφορα περιβαλλοντικά συστήματα. Τα πιο γνωστά από αυτά είναι το διεθνές ISO-14001, το Ευρωπαϊκό Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης και Ελέγχου (EMAS) και το Ευρωπαϊκό Σχέδιο Οικολογικού Σήματος EU-Ecolabel. Τα δύο τελευταία προωθούνται όπως προαναφέρθηκε και από το Εθνικό Σχέδιο δράσης για την ΕΚΕ από πλευρά της Κυπριακής Πολιτείας.

2.8.1 ISO 14000

Το ISO-14001 δημοσιεύθηκε το 1996 και αναθεωρήθηκε το 2004 για να βελτιώσει τη συμβατότητα με το ISO-9001 (διαχείριση της ποιότητας) και να αποσαφηνίσει το υπάρχον κείμενο χωρίς να προσθέσει νέες απαιτήσεις (European Commission, 2006a). Είναι μέρος της σειράς προτύπων ISO-14000 που περιλαμβάνει πρότυπα στους τομείς του περιβαλλοντικού ελέγχου, της περιβαλλοντικής απόδοσης, της περιβαλλοντικής σήμανσης και της αξιολόγησης του κύκλου ζωής. Το συγκεκριμένο πρότυπο ισχύει για όλους τους τύπους και τα μεγέθη οργανισμών παγκοσμίως. Στόχος της είναι η ανάπτυξη συστηματικής διαχείρισης των δραστηριοτήτων ενός οργανισμού σε σχέση με το περιβάλλον, με στόχο τη συνεχή βελτίωση των περιβαλλοντικών του επιδόσεων. Το ISO-14000 και η υπόλοιπη οικογένεια προτύπων του, παρέχει σε έναν οργανισμό μια δομημένη διαδικασία και ένα πλαίσιο με το οποίο επιτυγχάνεται και συστηματικά ο έλεγχος του επίπεδου περιβαλλοντικών επιδόσεων που ορίζονται. Προκειμένου να επιτύχει τους στόχους του, ενθαρρύνει τους οργανισμούς να εξετάσουν το ενδεχόμενο εφαρμογής της βέλτιστης διαθέσιμης τεχνολογίας όπου αυτό είναι απαραίτητο και όπου είναι οικονομικά βιώσιμο. Ωστόσο, η ίδια δεν δηλώνει συγκεκριμένα περιβαλλοντικά κριτήρια, καθώς ο κύριος στόχος είναι η συνεχής βελτίωση.

Μετά από σχετική βιβλιογραφική έρευνα βρέθηκαν 66 κυπριακές επιχειρήσεις πιστοποιημένες από το εν λόγω οργανισμό για 2016 (ISO, 2018).

2.8.2 EMAS

Το σύστημα οικολογικής διαχείρισης και οικολογικού ελέγχου της ΕΕ (EMAS) είναι ένα εργαλείο διαχείρισης για επιχειρήσεις και άλλους οργανισμούς για την αξιολόγηση, αναφορά και βελτίωση των περιβαλλοντικών τους επιδόσεων. Το καθεστώς είναι εθελοντικό και εφαρμόζεται σε δημόσιους ή ιδιωτικούς οργανισμούς που λειτουργούν στα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ορισμένες υποψήφιες χώρες εφαρμόζουν επίσης το πρόγραμμα ενόψει της προσχώρησής τους στην ΕΕ. Το καθεστώς είναι διαθέσιμο για συμμετοχή εταιριών από το 1995 και περιοριζόταν αρχικά σε επιχειρήσεις σε βιομηχανικούς τομείς. Οι στόχοι του EMAS και οι γενικές απαιτήσεις καθορίζονται στον κανονισμό 761/2001 (European Parliament and Council, 2001).

Μετά από σχετική βιβλιογραφική έρευνα βρέθηκαν 85 κυπριακές επιχειρήσεις πιστοποιημένες από τον εν λόγω οργανισμό μέχρι τον Οκτώβριο του 2017 (European Parliament and Council, 2018a).

2.8.3 EU Eco – Label

Ενώ το ISO-14001 και το EMAS είναι συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης που επικεντρώνονται στις γενικές περιβαλλοντικές επιδόσεις μιας εταιρίας, το σύστημα οικολογικού σήματος της ΕΕ επικεντρώνεται στα συγκεκριμένα προϊόντα ή υπηρεσίες που παράγει ή προσφέρει ο οργανισμός. Το σχέδιο οικολογικού σήματος έχει σχεδιαστεί για να ενθαρρύνει τις επιχειρήσεις να εμπορευτούν προϊόντα και υπηρεσίες που είναι λιγότερο επιβλαβή για το περιβάλλον. Ο προσδιορισμός της πιστοποίησης πραγματοποιείται μέσω μιας κοινής ετικέτας. Το λουλούδι ετικέτα μπορεί να απονεμηθεί σε ολόκληρη την Ευρωπαϊκή Ένωση.

Για να υποβληθεί αίτηση για την απονομή του οικολογικού σήματος, ο ενδιαφερόμενος οργανισμός υποβάλλει αίτηση στην αρμόδια αρχή που είναι υπεύθυνη για το καθεστώς στην αντίστοιχη χώρα. Η αρμόδια αρχή είναι επίσης υπεύθυνη για την επαλήθευση της συμμόρφωσης με τα κριτήρια οικολογικής σήμανσης (European Commission, 2018b).

Μετά από σχετική βιβλιογραφική έρευνα βρέθηκε ότι η Κύπρος βρίσκεται ανάμεσα στις χώρες που έχουν κάτω από 12 επιχειρήσεις καταχωρημένες με την εν λόγω πιστοποίηση μέχρι τον Σεπτέμβριο του 2016 (European Parliament and Council, 2018c).

Αναλύοντας του αριθμούς των πιστοποιημένων επιχειρήσεων η Κύπρος βρίσκεται πολύ πιο κάτω από το μέσο όρο όσον αφορά την εφαρμογή ISO14000 και του Ευρωπαϊκού Eco-Label. Όσον αφορά το σύστημα EMAS τα στοιχεία είναι ενθαρρυντικά αφού αριθμούνται περισσότερα πιστοποιητικά ακόμα και από μεγαλύτερες και πιο ανεπτυγμένες χώρες. Πιθανώς αυτό να οφείλεται στην προώθησή του από Εθνικό Σχέδιο Δράσης. Παρ' όλα αυτά, αν αναλογιστούμε το αριθμό των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην Κύπρο απαιτείται περεταίρω βελτίωση.

2.9 Παραδείγματα Περιβαλλοντικών Πρακτικών ΕΚΕ

Η ΕΚΕ συμβάλλει πλέον αισθητά στη δημιουργία καλής φήμης μιας επιχείρησης και προβλέπει για τη διαχρονική διατήρησή της. Τα οφέλη τέτοιων πρακτικών για τις επιχειρήσεις ποικίλουν και μπορεί να είναι η εδραίωση της εταιρίας στον επιχειρηματικό κόσμο, η προσέλκυση κεφαλαίων και νέων πελατών, η μείωση σταθερών δαπανών, η υιοθέτηση αυξημένης τιμολογιακής πολιτικής, η συγκράτηση υφιστάμενου πελατολογίου, δυνατότητα επιχειρηματικής επέκτασης – εξάπλωσης στον παγκόσμιο χώρο, ακόμη και σε άλλους παραπλήσιους τομείς.

Πολλές εταιρίες από τον παγκόσμιο επιχειρηματικό κόσμο έχουν υιοθετήσει την πρωτοβουλία της ΕΚΕ και υποστηρίζουν με κάθε τρόπο την προστασία του περιβάλλοντος. Υπάρχουν πολλά παραδείγματα εταιριών που συμμετέχουν σε αυτό τον σκοπό ανά την υφήλιο. Στις παραγράφους που ακολουθούν γίνεται μια σύντομη αναφορά για πρακτικές – πρωτοβουλίες που ακολουθούν διάφορες εταιρίες διεθνώς, όπως είναι η LG Electronics, η Starbucks και η Shell, αλλά και στην Κύπρο, όπως π.χ. η Cyta (Cyprus Telecommunication Authority)

2.9.1 Παραδείγματα Σε Παγκόσμιο Επίπεδο Από Διεθνώς Αναγνωρισμένες Επιχειρήσεις

Η LG Electronics, μία από τις μεγαλύτερες εταιρίες στην παραγωγή ηλεκτρονικών ειδών και οικιακών συσκευών, είχε ανακοινώσει για πρώτη φορά το 1994 το όραμά της για περιβαλλοντική συνείδηση και έκτοτε ακολουθεί διάφορες πρακτικές με οδηγό τον «Κύκλο Ζωής Προϊόντος» για υλοποίηση του στόχου. Σύμφωνα με τους Lee και Kim η LG Electronics έχει υιοθετήσει σύγχρονα πρότυπα ΕΚΕ και κώδικες συμπεριφοράς, συμπεριλαμβανομένων των ISO14001 (Διεθνές Πρότυπο για Περιβαλλοντική Διαχείριση), SA8000 (Διεθνές Πρότυπο Διαχείρισης Εργασίας και Εφοδιαστικής Αλυσίδας), AA1000 (Διεθνές Πρότυπο Διασφάλισης Απολογισμού Απόδοσης Βιωσιμότητας) και το Οικουμενικό Σύμφωνο Ηνωμένων Εθνών (UN's Global Compact) (Συμφωνία Δημιουργίας Αειφόρου και Μη Αποκλειστικής Παγκόσμιας Οικονομίας), εξαιτίας της εμβέλειας της επωνυμίας της (Lee and Kim, 2009, p. 139).

Η συγκεκριμένη επωνυμία, έχει διαμορφώσει την διαχειριστική πολιτική Ενέργεια/ Περιβάλλον/ Ασφάλεια/ Υγεία (Energy/ Environment/ Safety/ Health – EESH), όπου σύμφωνα με αυτήν δεσμεύεται έμπρακτα για συμμετοχή στην προσπάθεια μείωσης του φαινομένου του θερμοκηπίου με παραγωγή πράσινων προϊόντων, αύξηση του επιπέδου ανακύκλωσης, ορθότερη διαχείριση υδάτινων πόρων και μείωσης του θορύβου.

Ήδη από το 2009 βρίσκεται σε εξέλιξη η προσπάθεια μείωσης του ποσοστού παραγωγής – εκπομπής διοξειδίου του άνθρακα, που προκύπτει από την λειτουργία της εταιρίας, η οποία θα κρατήσει μέχρι το 2020. Οι εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα το 2008 ανέρχονταν στους 1.463.000 τόνους κατά την διάρκεια ενός έτους, σύμφωνα με δημοσίευση της εταιρίας, ενώ μέχρι το 2016 σημειώθηκε σημαντική μείωση στους 1.101.000 τόνους ανά έτος. Κάτι τέτοιο έχει επιτευχθεί αφότου η εταιρία έχει αντικαταστήσει τα συστήματα παραγωγής ενέργειας με ηλιακούς συλλέκτες – φωτοβολταϊκά, και έχει επενδύσει σε εξοπλισμό και εγκαταστάσεις υψηλής απόδοσης στο εργοστάσιο της στην Κορέα, ενώ ταυτόχρονα αυξάνει την αγορά ανανεώσιμων πηγών ενέργειας στα γραφεία της ανά τον κόσμο (LG Electronics Corp., 2018).

Επίσης, η LG Electronics έχει λάβει μέτρα για την διαχείριση αποβλήτων με τελικό σκοπό την 90% αύξηση του επιπέδου ανακύκλωσης μέχρι το 2020. Έχει ήδη προχωρήσει σε ελαχιστοποίηση των αποβλήτων που απορρίπτονται από τους χώρους παραγωγής και έχει εφαρμόσει φιλικές προς το περιβάλλον διαδικασίες επεξεργασίας αποβλήτων. Αξίζει να σημειωθεί πως μέχρι το 2016 έχει πλησιάσει το 78% ανακυκλωσιμότητας (LG Electronics Corp., 2018)

Επιπλέον, η ίδια εταιρία έχει περιορίσει σημαντικά την σπατάλη νερού στους χώρους παραγωγής στην Κορέα και στον υπόλοιπο κόσμο. Όπως και στις προηγούμενες περιπτώσεις για την διαχείριση εκπομπών αερίων και αποβλήτων, η LG Electronics έχει βλέψεις για μείωση της χρήσης υδάτινων πόρων κατά 20% μέχρι το 2020 σε σύγκριση με τα δεδομένα του 2007. Σύμφωνα με ανακοίνωση της εταιρίας, έχει ξεκινήσει το 2015 η συλλογή δεδομένων για την ποσότητα νερού που απαιτείται μέχρι εκπλήρωσης των εργασιών της εταιρίας, ούτως ώστε τις χρονιές που ακολουθούν να εφαρμοστεί αναβαθμισμένο πρόγραμμα διαχείρισης νερού, το οποίο συμπεριλαμβάνει διαχείριση πηγών νερού (κράτος, βιομηχανία και υπόγεια ύδατα), βελτίωση ποιότητας νερού και συνυπολογισμό της τοπικής τιμής μονάδος για τους υδάτινους πόρους.

Για το έτος 2016 έχει υπολογιστεί ότι η όγκος νερού που χρησιμοποιήθηκε στις εγκαταστάσεις τόσο στην Κορέα όσο και διεθνώς έφτανε τους 9,80 εκατομμύρια τόνους, ενώ από αυτούς επαναχρησιμοποιήθηκαν 0,31 εκατομμύρια τόνοι (LG Electronics Corp., 2018).

Καταλήγοντας, η LG Electronics πέρα από την εσωτερική της πολιτική για ΕΚΕ έχει εξελίξει σημαντικά και την εξωτερική της πολιτική. Έχει τροποποιήσει τις κατασκευαστικές της διαδικασίες ούτως ώστε να ακολουθεί την στρατηγική «Πράσινων Προϊόντων». Αυτή η στρατηγική, άμεσα συνδεδεμένη με την προαναφερθείσα φιλοσοφία, βρίσκει εφαρμογή από το ξεκίνημα μιας διαδικασίας μέχρι και το τέλος της, δηλαδή από την υλοποίηση της αρχικής ιδέας μέχρι και την παρουσίαση του τελικού προϊόντος. Κάποιες από τις πιο αποτελεσματικές πρακτικές που ακολουθεί για την δημιουργία προϊόντων φιλικών προς το περιβάλλον αποτελούν η μείωση πόρων, η βελτίωση της ανακυκλωσιμότητας, η αντικατάσταση επικίνδυνων ουσιών, η βελτίωση οικιακού περιβάλλοντος, η ενίσχυση ενεργειακής απόδοσης και η ανάπτυξη διαδικασίας για πράσινη συσκευασία. Πιο αναλυτικά, έχει ελαχιστοποιηθεί ο όγκος των προϊόντων – slim designed products, με απώτερο σκοπό την μείωση πρώτων υλών, υδάτινων και ενεργειακών πόρων, έχει ληφθεί υπόψη η αποσύνθεση των υλικών και η ανακυκλωσιμότητα του προϊόντος μετά το πέρας του χρόνου ζωής του, έχουν αντικατασταθεί τα υλικά κατασκευής με άλλα πιο φιλικά προς τον άνθρωπο και το περιβάλλον για μείωση θορύβου και όχι μόνο (αλλεργίες, κλπ), ακολουθώντας τα πρότυπα συμμόρφωσης RoHS (Restriction of Hazardous Substances – Αντικατάσταση Επικίνδυνων Υλικών) και REACH (Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals – Καταχώρηση, Αξιολόγηση, Αδειοδότηση και Περιορισμός Χημικών Ουσιών), έχει βελτιωθεί η απόδοτικότητα των συσκευών όσον αφορά τις ενεργειακές τους ανάγκες όταν βρίσκονται σε κατάσταση κατανάλωσης ισχύος και κατάσταση αναμονής, έχει υπολογιστεί η συνολική ποσότητα εκπομπών άνθρακα που σχετίζονται με τον κύκλο ζωής των προϊόντων για περιορισμό τους, και τέλος έχει προωθηθεί η διαδικασία για πράσινη συσκευασία, αφού πλέον η συσκευασία έχει ελαχιστοποιηθεί σε όγκο και μέγεθος, ενώ τα υλικά της είναι επαναχρησιμοποιημένα και ανακυκλώσιμα (LG Electronics Corp., 2018).

Κατά παρόμοιο τρόπο, η εταιρία Starbucks, παγκόσμια αλυσίδα καταστημάτων καφεστίασης η οποία λειτουργεί από το 1971, μόλις το 2000 ανακοίνωσε την μακροπρόθεσμη δέσμευσή της για ΕΚΕ, ονομάζοντας την πρωτοβουλία της «Shared Planet». Κι ενώ έχει δραστηριοποιηθεί αρκετά και έχει κάνει αξιόλογη συνεισφορά όσον αφορά τον πυλώνα Κοινωνία με κοινωνική εργασία, ευκαιρίες πρόσληψης για ντόπιους και αλλοδαπούς, δωρεές τροφίμων, επενδύσεις σε αγρότες, κλπ (Argenti, 2004, p. 99), εντούτοις ως εταιρία βασιζείται σε γεωργικά προϊόντα για την παραγωγή του καφέ, με αποτέλεσμα ο πλανήτης να θεωρείται ο σημαντικότερος της συνεργάτης. Για στήριξη του τελευταίου, και κατ' επέκταση του πυλώνα Περιβάλλον, η εταιρία Starbucks έχει ήδη μέχρι το 2016 καταφέρει να πιστοποιήσει ως πράσινα πάνω από 1200 καταστήματά της παγκόσμια, σύμφωνα με τους ελέγχους της LEED (Leadership in Energy and Environmental Design – Διαχείριση Ενεργειακού και Περιβαλλοντικού Σχεδιασμού) για τον σχεδιασμό, την κατασκευή και την λειτουργία των κτιρίων/υποστατικών της. Πλέον κατασκευάζει ποτήρια – κύπελλα από ανακυκλώσιμα υλικά, ενώ ταυτόχρονα προωθεί την ανακύκλωση τοποθετώντας ειδικούς κάδους στα καταστήματα και την επαναχρησιμοποίηση των ποτηριών παρέχοντας εκπτώσεις σε όσους συμμετέχουν έμπρακτα στον σκοπό αυτό. Επίσης, έχει επενδύσει στην ανανεώσιμη ηλεκτρική ενέργεια για την λειτουργία των καταστημάτων της και στηρίζει την εξεύρεση και χρήση άλλων ανανεώσιμων πηγών ενέργειας ανάλογα με την γεωγραφική θέση των χωρών στις οποίες δραστηριοποιείται. Τέλος, έχει επικεντρωθεί στο να προωθήσει την περιβαλλοντική συνείδηση προς όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη της μέσω προγραμμάτων εκπαίδευσης και κινητοποίησης διεθνώς και δημοσιεύοντας κάθε χρόνο ετήσιες εκθέσεις αναφορών.

Η Shell αποτελεί έναν διεθνή όμιλο εταιριών παραγωγής ενέργειας, εξόρυξης, επεξεργασίας και διανομής πετροχημικών. Είναι ένας καινοτόμος οργανισμός, ο οποίος στρέφει τα μελλοντικά του επιχειρηματικά βήματα προς νέα καύσιμα μεταφορών, όπως είναι π.χ. τα προηγμένα βιοκαύσιμα, το υδρογόνο και η ηλεκτρική για ηλεκτρικά οχήματα, και προς την παροχή εναλλακτικών πηγών ενέργειας χαμηλών σε εκπομπές άνθρακα, όπως είναι το φυσικό αέριο, η αιολική και ηλιακή ενέργεια. Η Shell θέλοντας να μειώσει το περιβαλλοντικό της αποτύπωμα ως εταιρία για σκοπούς βιωσιμότητας, έχει λάβει σοβαρά υπόψη την περιβαλλοντική προστασία της ΕΚΕ με απώτερο στόχο την παροχή ενέργειας με τις ελάχιστες εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα στην ατμόσφαιρα.

Για να το πετύχει αυτό επιδοκιμάζει τη Συμφωνία των Παρισίων των Ηνωμένων Εθνών (United Nations Paris Agreement) η οποία τέθηκε σε ισχύ στις 4 Νοεμβρίου 2016 και προβλέπει σε διατήρηση της θέρμανσης του πλανήτη κάτω από 2 βαθμούς Κελσίου (European Council, 2016).

Συμβάλλοντας σε αυτό το κομμάτι της Συμφωνίας των Παρισίων, η Shell έχει επενδύσει σε πρόγραμμα εκμετάλλευσης, συλλογής και αποθήκευσης διοξειδίου του άνθρακα (Carbon, Capture and Storage – CCS) ούτως ώστε αυτό να μην ελευθερώνεται στην ατμόσφαιρα. Το συγκεκριμένο πρόγραμμα, Quest (Quality Urban Energy Systems of Tomorrow) όπως ονομάζεται, εδρεύει στον Καναδά και αποτελεί καθαρά μια πρακτική ΕΚΕ, στο οποίο λαμβάνουν μέρος διάφορες επιχειρήσεις, η Shell και συνεργάτες της, εφόσον οι τελευταίοι είναι κομμάτι των ενδιαφερόμενων μερών της. Ποσοτικά, το Quest έχει καταφέρει να περιορίσει και να αποθηκεύσει ένα εκατομμύριο τόνους διοξειδίου του άνθρακα κατά τον πρώτο χρόνο λειτουργίας του, από τα σαράντα εκατομμύρια τόνους που έχουν αποθηκεύσει συνολικά όλα τα προγράμματα CCS που βρίσκονται σε εφαρμογή παγκόσμια (Royal Dutch Shell, 2018).

Ως προς το κομμάτι των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, η Shell έχει επενδύσει για πάνω από μια δεκαετία στην αιολική ενέργεια τόσο στην Βόρεια Αμερική όσο και στην Ευρώπη, όπως επίσης και στα βιοκαύσιμα, κυρίως στην Βραζιλία. Σύμφωνα με δημοσίευση της Shell, στην Βραζιλία έχει επιτευχθεί η παραγωγή αιθανόλης από ζαχαροκάλαμο, ένα βιοκαύσιμο με την χαμηλότερη περιεκτικότητα σε άνθρακα, χρησιμοποιώντας βιοτεχνολογικές διεργασίες, όπως είναι η υδρόλυση της κυτταρινικής αιθανόλης (Arruda, 2011, p. 6-7). Στο επενδυτικό αυτό σχέδιο η Shell έχει χρηματοδοτήσει ένα σεβαστό ποσό το οποίο ανέρχεται στα 12 εκατομμύρια δολάρια (Waltz, 2010, p. 305).

Σε συνδυασμό με τα πιο πάνω, η Shell εφαρμόζει σχέδιο αύξησης του αριθμού των σταθμών ανεφοδιασμού υδρογόνου στην Γερμανία και στο Ηνωμένο Βασίλειο μέχρι το 2023 για να προωθήσει την χρήση των ηλεκτρικών αυτοκινήτων στις πόλεις, με αποτέλεσμα την μείωση της περιβαλλοντικής μόλυνσης. Επιπλέον, στηρίζει τους μηχανισμούς τιμολόγησης της Παγκόσμιας Τράπεζας που αναφέρονται σε αυξημένες εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα για δύο σημαντικούς λόγους.

Πρώτον, γιατί με την επιβολή φόρων τα διάφορα επενδυτικά σχέδια προσανατολίζονται προς την εξεύρεση – δημιουργία νέων πηγών ενέργειας και στην ανάπτυξη τεχνολογιών με μειωμένες εκπομπές άνθρακα, και κατά δεύτερο, τέτοιοι μηχανισμοί αλλάζουν το κόστος των προϊόντων ή των υπηρεσιών προς όφελος όσων συμβάλλουν σε μειωμένες εκπομπές (Royal Dutch Shell, 2018).

2.9.2 Σε Εθνικό Επίπεδο Από Κυπριακές Εταιρίες

Μεταβαίνοντας σε επιχειρήσεις μικρότερης κλίμακας και εμβέλειας, στις παραγράφους που ακολουθούν γίνεται αναφορά για εταιρίες που εδρεύουν και λειτουργούν στην Κύπρο. Υπάρχει μια εμφανής διαφορά στον τρόπο με τον οποίο αντιμετωπίζεται η ΕΚΕ στο εξωτερικό σε σχέση με την Κύπρο. Όπως συνοψίζεται από τα πιο πάνω, οι επιχειρήσεις που λειτουργούν στον υπόλοιπο κόσμο εφαρμόζουν πρακτικές και δράσεις που σχετίζονται περισσότερο με την εσωτερική πολιτική των εταιριών για μείωση του περιβαλλοντικού τους αποτυπώματος, ενώ στα δεδομένα της Κύπρου αυτές περιορίζονται στην εξωτερική πολιτική και διατηρούν μια μάλλον εκπαιδευτική – ενημερωτική υπόσταση για περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση της κοινωνίας.

Η Αρχή Τηλεπικοινωνιών Κύπρου – CYTA είναι ένας ημικρατικός οργανισμός, ο οποίος αποτελεί τον κυριότερο πάροχο ολοκληρωμένης ηλεκτρονικής επικοινωνίας στην Κύπρο. Θέλοντας να κτίσει σχέσεις εμπιστοσύνης με όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη της, η CYTA λειτουργεί με σκοπό την βελτίωση του τρόπου ζωής και την παραγωγικότητά τους με σεβασμό προς το περιβάλλον, συμμετέχοντας με τον τρόπο της στην πρωτοβουλία της ΕΚΕ από το 2001. Όπως και στις προηγούμενες περιπτώσεις, η ανακύκλωση αποτελεί την πιο άμεση και εύκολη πρακτική ΕΚΕ για περιβαλλοντική προστασία. Έτσι και η CYTA στην εξωτερική της πολιτική συνεργάζεται με μη-κερδοσκοπικά συλλογικά συστήματα διαχείρισης αποβλήτων, όπως είναι η WEEE Ηλεκτροκύκλωση Κύπρου Λτδ (για ηλεκτρικό και ηλεκτρονικό εξοπλισμό), η ΑΦΗΣ Κύπρου Λτδ (για φορητές μπαταρίες οικιακού τύπου) και η Green-Dot Cyprus Ltd (για συσκευασίες).

Μία άλλη πρακτική που εφαρμόζει η CYTA για να μειώσει το ανθρακικό της αποτύπωμα εξαιτίας της δραστηριότητάς της και να καλλιεργήσει την περιβαλλοντική συνείδηση στην τοπική κοινωνία είναι η διοργάνωση δεντροφυτεύσεων σε διάφορα σημεία του νησιού. Σύμφωνα με τα Δελτία Τύπου του οργανισμού, η CYTA είχε διοργανώσει δεντροφύτευση στον Δήμο Έγκωμης τον Μάρτιο του 2016, στο Πάρκο Ακαδημίας στην Αγλαντζιά τον Δεκέμβριο του 2016, στην Ορμήδεια τον Μάρτιο του 2017 και στην Πάφο τον Νοέμβριο του 2017. Αξίζει να σημειωθεί πως κάθε δεντροφύτευση έχει πραγματοποιηθεί με τέτοιο τρόπο, ούτως ώστε κάθε φορά να αυξάνονται οι πιθανότητες επιβίωσης των δενδρυλλίων και να εξασφαλίζεται η εξοικονόμηση νερού κατά ποσοστό μεγαλύτερο του 70%. Τον Οκτώβριο του 2016 η CYTA αποτέλεσε χορηγό της πρωτοβουλίας «Πρασινίζουμε την Κύπρο», με σκοπό την αναδάσωση των καμένων περιοχών Σολέας και Αργάκας για αποκατάσταση της χλωρίδας και της πανίδας της περιοχής (Cyta, 2018).

Επιπρόσθετα, σε μια άλλη προσπάθεια κοινωνικής ευαισθητοποίησης για την παγκόσμια κλιματική αλλαγή, η CYTA συμμετέχει ενεργά και προωθεί την «Ωρα της Γης». Πιο συγκεκριμένα, τον Μάρτιο του 2016 και του 2017 είχε καλέσει τον κυπριακό λαό να σβήσει τα φώτα για μία ώρα, κάτι που έπραξαν εκατομμύρια πολίτες από όλο τον κόσμο. Για να προσθέσει σε αυτή της την προσπάθεια, έχει μειώσει τον φωτισμό σε όλα τα καταστήματα και υποστατικά της συμβάλλοντας στην εξοικονόμηση ηλεκτρικής ενέργειας, ενώ ταυτόχρονα έθεσε ως στόχο την «μείωση χρήσης της πλαστικής σακούλας», αντικαθιστώντας τις δικές της τσάντες με άλλες ανακυκλώσιμες για μείωση και σωστή διαχείριση αποβλήτων. Κατ' επέκταση των πιο πάνω και σε συνδυασμό με την πλήρωση άλλων αυστηρών προδιαγραφών (κατανάλωση ενέργειας και νερού, διαχείριση αποβλήτων, χρήση προϊόντων φιλικών προς το περιβάλλον, μετατροπή ελεύθερων χώρων σε χώρων πρασίνου, κ.ά.), η CYTA έχει εξασφαλίσει τον Μάιο του 2017 το Πιστοποιητικό – Σήμα Περιβαλλοντικής Ποιότητας «Green Office», για τα κεντρικά της γραφεία στην Λευκωσία, το οποίο τυγχάνει διαχείρισης από την Κυπριακή Ένωση Προστασίας Θαλάσσιου Περιβάλλοντος CYMEPA (Cyta, 2018).

Επίσης, για συνεισφορά στην Αειφόρο Ανάπτυξη, η CYTA έχει προχωρήσει στην διοργάνωση διαφόρων εκδηλώσεων με ενημερωτικό χαρακτήρα, όπως π.χ. το Παγκύπριο Φεστιβάλ Περιβάλλοντος (Ιούλιος 2016) σε συνεργασία με την ανεξάρτητη Περιβαλλοντική Οργάνωση «Πράσινη Ασπίδα», την παιδική εκδήλωση «Τα παιδιά προστατεύουν το περιβάλλον» για στήριξη του Ευρωπαϊκού Προγράμματος «Γνωρίζω τα Απόβλητα: εκστρατεία ευαισθητοποίησης για προώθηση της μείωσης των αποβλήτων, την επαναχρησιμοποίηση και την ανακύκλωση στην Κύπρο» ακολουθώντας την στρατηγική RRR – Reduce, Reuse, Recycle (Δεκέμβριος 2016) και τη διαδραστική περιβαλλοντική έκθεση «Ο Πλανήτης σε Χρειάζεται» η οποία έχει σχεδιαστεί από το Μουσείο Επιστημών του Λονδίνου (Οκτώβριος 2017) (Cyta, 2018).

Τελευταία δράση ΕΚΕ της CYTA, ίσως η σημαντικότερη από τις προαναφερθείσες, αποτελεί το γεγονός πως είναι ο πρώτος οργανισμός στην Κύπρο ο οποίος έχει επαληθευτεί από την TÜV Cyprus Ltd ως οργανισμός με «Μηδενικά Απόβλητα στις Χωματερές» (Zero Waste to Landfill). Κάτι τέτοιο σημαίνει πως η CYTA ανακυκλώνει περισσότερο από 95% των αποβλήτων της, συμπεριλαμβανομένων χαρτιού, πλαστικού, καλωδίων, μπαταριών, οχημάτων, οργανικών αποβλήτων, ελαστικών, πασσάλων, κλπ, με αποτέλεσμα να επιβεβαιώνεται η φιλο-περιβαλλοντική πολιτική που ακολουθεί ο οργανισμός (Cyta, 2018).

Κεφάλαιο 3

Μεθοδολογία

3.1 Ποσοτική Έρευνα

Για να περατωθούν οι στόχοι της έρευνας, δηλαδή η συλλογή δεδομένων και η κατάληξη σε καθαρά στατιστικά αποτελέσματα ακολουθήσαμε τη μέθοδο και τα εργαλεία της ποσοτικής έρευνας. Υπάρχουν πολλοί ορισμοί για την ποσοτική έρευνα, και χρησιμοποιώντας τον ορισμό των Aliaga και Gunderson (2002), περιγράφεται ως η επεξήγηση ενός φαινομένου συλλέγοντας ποσοτικά (αριθμητικά) δεδομένα που αναλύονται χρησιμοποιώντας στατιστικές μαθηματικές μεθόδους. Παρά τους περιορισμούς της, οι ποσοτικές μέθοδοι ήταν πιο εμφανείς στις κοινωνικές επιστήμες παραδοσιακά λόγω του γεγονότος ότι οι φυσικές επιστήμες και οι τυποποιημένες μέθοδοι τους απαιτούσαν περισσότερη ακρίβεια (Flick, 2006). Σήμερα, η ποσοτική έρευνα συχνά τοποθετείται σε αντίθεση με την ποιοτική έρευνα, κληρονομιά των συγκρούσεων των δύο σχολών που χρονολογούνται από τις αρχές της δεκαετίας του 1900 (Hamel, Dufour & Fortin, 1993). Επιλέχτηκε η ποσοτική έρευνα γιατί είναι πιο ρεαλιστική και αντικειμενική σε σύγκριση με την ποιοτική έρευνα για τη μελέτη της έννοιας και των πρακτικών της ΕΚΕ.

3.2 Συλλογή Δεδομένων

Τα δεδομένα συλλέχθηκαν με τη χρήση κατάλληλα σχεδιασμένου και διανεμημένου ερωτηματολογίου κλειστού τύπου. Ο Preston (2009) υποστήριξε ότι «οι έρευνες ερωτηματολογίων είναι τεχνικές για τη συλλογή στατιστικών πληροφοριών σχετικά με τα χαρακτηριστικά, τις συμπεριφορές ή τις ενέργειες ενός πληθυσμού από ένα δομημένο σύνολο ερωτήσεων». Όσον αφορά το ερωτηματολόγιο, αυτό ήταν κλειστού τύπου 20 ερωτήσεων.

Για την ανάπτυξη και ολοκλήρωση του ερωτηματολογίου ακολουθήθηκαν τα εξής στάδια: 1. Σχεδιασμός Ερωτήσεων 2. Προέλεγχος και τελικός σχεδιασμός της έρευνας 3. Συλλογή απαντήσεων 4. Κωδικοποίηση και επεξεργασία δεδομένων.

3.3 Σχεδιασμός Ερωτηματολογίου

3.3.1 Περιοχή Μελέτης

Η Κύπρος είναι ένα νησί στην Ανατολική Μεσόγειο Θάλασσα με πληθυσμό 838.897 σύμφωνα με την απογραφή του 2011 (CYstat, 2016) και είναι μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης από το 2004. Σύμφωνα με την Παγκόσμια Τράπεζα (2016), η οικονομία της Κύπρου χαρακτηρίζεται ως οικονομία υψηλού εισοδήματος και συμπεριλήφθηκε από το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο στον κατάλογο προηγμένων οικονομιών το 2001 (ΔΝΤ, 2016).

Ως περιοχή μελέτης επιλέχθηκε η Κύπρος, για τον λόγο ότι η έννοια της ΕΚΕ για αυτή την περιοχή είναι σχετικά καινούργια, αλλά ιδιαίτερα γιατί αντιμετώπισε πρόσφατα, 2012 – 2013, σοβαρή οικονομική κρίση ως επέκταση της ευρωπαϊκής κρίσης χρέους που κυριάρχησε στις οικονομικές δραστηριότητες του νησιού. Αρκετές μέθοδοι για την άμβλυνση των επιπτώσεων της κρίσης βρίσκονται ακόμη σε εξέλιξη και οι πρακτικές ΕΚΕ μπορούν να αποτελέσουν εργαλεία για την αναζωογόνηση της οικονομίας (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2013) όπως επίσης και για την περιβαλλοντική διασφάλιση που λόγω των πιο πάνω πλέον δεν είναι στις πρώτες προτεραιότητες της χώρας.

3.3.2 Πληθυσμιακά Δείγματα Ερωτηματολογίου

Οι ομάδες πληθυσμών στο οποίο θα απευθύνεται είναι δύο μέσα από την διακλάδωση που θα έχει αναλόγως των απαντήσεων. 1) Η κοινή γνώμη υπό την ιδιότητα του Καταναλωτή. 2) Οι ιδιοκτήτες, οι μέτοχοι και η ανώτερη διεύθυνση, της επιχείρησης / οργανισμού, τα μέρη δηλαδή τα οποία αποτελούν την εταιρική διακυβέρνηση και συμμετέχουν στα κέντρα αποφάσεων διαμορφώνοντας το σχεδιασμό των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Για την δεύτερη ομάδα εξορισμού αποκλείστηκαν η διεύθυνση του δημοσίου τομέα εξ ορισμού. Εξαίρεση έγινε για τη διοίκηση των Ημικρατικών Οργανισμών αφού οι συγκεκριμένοι οργανισμοί αν και οι προϋπολογισμοί τους εγκρίνονται από το κράτος έχουν δικά τους διοικητικά συμβούλια που διαμορφώνουν τις δικές τους πολιτικές με περισσότερη αυτονομία

Οι πιο πάνω ομάδες αποτελούν δύο κύριες κατηγορίες των Ενδιαφερόμενων Μερών σύμφωνα με τον Ορισμό της ΕΚΕ (Κεφάλαιο 2.3) όπου επηρεάζουν και επηρεάζονται από τις δραστηριότητες και πρωτοβουλίες της εταιρίας.

3.3.3 Σχεδιασμός ερωτήσεων

Για το σχεδιασμό των ερωτήσεων τέθηκαν ερωτήσεις κλειστού. Μια ερώτηση ερωτηματολογίου κλειστού τύπου είναι εκείνη που παρέχει στους ερωτηθέντες σταθερό αριθμό προκαθορισμένων απαντήσεων από τις οποίες μπορεί να επιλέξει μια απάντηση. Αποτελείται από ένα στέλεχος ερωτήσεων και ένα σύνολο επιλογών απάντησης. Το σύνολο των επιλογών απαντήσεων πρέπει να ικανοποιεί δύο ιδιότητες: (1) να μην αλληλοσυγκρούονται και (2) να είναι εξαντλητικές (Lavrakas, 2008: 96). Για την κατασκευή του ερωτηματολογίου ως προς το είδος χρησιμοποιήθηκαν ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής που επιδέχονταν μία μόνο απάντηση, πολλαπλής επιλογής που επιδέχονταν περισσότερες από μία και ερωτήματα κλίμακας αθροιστικής βαθμολόγησης Likert (Likert, 1932). Η κλίμακα Likert είναι μία από τις πιο συνήθεις ερωτήσεις με μορφή κλίμακας απόκρισης στην έρευνα ερωτηματολογίου. Είναι μια τεχνική που μετρά τη στάση και αποκαλύπτει λεπτομερή και ευκολότερη σύγκριση (Jacoby, 1971). Όλες οι συλλογές των ερωτήσεων ήθελαν υποχρεωτικά απάντηση για να περατώσει ο ερωτώμενος το ερωτηματολόγιο.

Πλεονεκτήματα Κλειστού τύπου ερωτήσεων

Τα πλεονεκτήματα του κλειστού τύπου ερωτήσεων είναι τα εξής. Είναι εύκολο να κατανοηθούν, συνεπώς οι ερωτηθέντες δεν χρειάζεται να ξοδεύουν πολύ χρόνο στην ανάγνωση των ερωτήσεων. Όταν τα δεδομένα αποκτώνται και πρέπει να συγκριθούν η κλειστή ερώτηση παρέχει καλύτερη εικόνα. Δεδομένου ότι οι ερωτήσεις που έχουν τεθεί σε πέρας είναι μετρήσιμες, η στατιστική ανάλυση του γίνεται πολύ πιο εύκολη.

Μειονεκτήματα Κλειστού τύπου Ερωτήσεων

Μειονεκτήματα Κλειστού τύπου ερωτήσεων, περιορίζουν τον αριθμό και το εύρος των απαντήσεων και που στη περίπτωση που τεθούν σε λάθος βάση οδηγούν σε λάθος αποτελέσματα. Επίσης σε πολλές περιπτώσεις μπορεί να κατευθύνουν την απάντηση του ερωτώμενου χωρίς αυτή να τον εκφράζει. (Converse P32).

3.3.4 Δομή και Επιλογή ερωτήσεων.

Η εσωτερική δομή του ερωτηματολογίου ήταν χωρισμένη στις πιο κάτω εσωτερικές κατηγορίες με γνώμονα τις δύο ομάδες του δείγματος όπως τις καθορίσαμε ώστε να εξαχθούν το προσδοκώμενα αποτελέσματα. Αν και οι ομάδες στις οποίες απευθύνθηκε το ερωτηματολόγιο ήταν δύο και οι συλλογές των ερωτήσεων στην πλειονότητα ήταν διαφορετικές για τα δύο πληθυσμιακά δείγματα δεν αποστάληκαν δύο ερωτηματολόγια αλλά για πρακτικούς λόγους το ερωτηματολόγιο ήταν ένα με διαθέσιμες ερωτήσεις ανάλογα με τον συμμετέχοντα.

Δημογραφικά / Προσωπικές Πληροφορίες

Η ερώτηση 1,2,3 και 4 αφορούσε το φύλο, την ηλικία, επίπεδο μόρφωσης και το εργασιακό καθεστώς του ερωτώμενου αντίστοιχα. Μεγάλη σημασία είχε η ερώτηση 4 για το εργασιακό καθεστώς του ερωτώμενου αφού από αναλόγως της απάντησης διαχωρίστηκαν οι ομάδες του δείγματος σε , καταναλωτές και στη διοίκηση μιας επιχείρησης. Αναλόγως της απάντησης οι ερωτώμενοι παραπέμπονταν σε διαφορετικές συλλογές ερωτήσεων. Για παράδειγμα τα άτομα που αποτελούσαν την ομάδα εταιρικής διακυβέρνησης κατευθύνονταν σε στη συλλογή ερωτήσεων που αφορούσε την εταιρική διοίκηση. Η ερωτήσεως ήταν πολλαπλής επιλογής που επιδέχονταν μίαν απάντηση. Οι ερωτήσεως 1,2,3 και 4 ήταν διαθέσιμες για όλες τις ομάδες του δείγματος.

EKE και Ευαισθητοποίηση Καταναλωτών

5. Πόσο γνωστή σας είναι η έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (EKE);

Η ερώτηση 4 αφορούσε πόσο γνωστή ήταν η έννοια της EKE στον ερωτώμενο. Στόχος της ήταν να εξαχθούν συμπεράσματα κατά πόσο οι ερωτώμενοι γνώριζαν την έννοια της EKE και το βαθμό ευαισθητοποίησης. Το ερώτημα ήταν πολλαπλής επιλογής, μίας έγκυρης απάντησης και ήταν διαθέσιμη για όλες τις ομάδες του δείγματος. Οι απαντήσεως κυμαίνονταν από πρώτη φορά το ακούω μέχρι γνωρίζω εξαιρετικά το θέμα με πέντε διαβαθμίσεις κλίμακας Likert με βαθμολόγησης 1,2,3,4,5.

6. Πως θα βαθμολογούσες τη σημαντικότητα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης;

Η ερώτηση 6 ήταν στο ίδιο μήκος κύματος με την ερώτηση 8 αφού ρωτούσε την άποψη του δείγματος για τη σημαντικότητα της ΕΚΕ και είχε στόχο να αναδειχθεί ο βαθμός ευαισθητοποίησης. Το ερώτημα ήταν πολλαπλής επιλογής, μίας έγκυρης απάντησης και ήταν διαθέσιμη για όλες τις ομάδες του δείγματος. Οι απαντήσεις κυμαίνονταν από καθόλου σημαντική μέχρι εξαιρετικά σημαντική με πέντε διαβαθμίσεις κλίμακας Likert βαθμολόγησης 1,2,3,4,5.

7. Ποιες δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης γνωρίζετε; (Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία επιλογές)

Η ερώτηση 7 αφορούσε αν εάν ο ερωτώμενος γνώριζε συγκεκριμένες δράσεις και πρωτοβουλίες ΕΚΕ. Το ερώτημα ήταν πολλαπλής επιλογής, που επιδεχόταν περισσότερες από μια απαντήσεις και ήταν διαθέσιμη για την ομάδα των καταναλωτών.

8. Βαθμολογήστε τη σημαντικότητα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης όσον αφορά τους τρεις φορείς Βιώσιμης Ανάπτυξης. Κοινωνία, Περιβάλλον και Οικονομία

Η ερώτηση 8 ζητούσε από τον ερωτώμενο να βαθμολογήσει τη σημαντικότητα της ΕΚΕ στους τρεις φορείς Βιώσιμης Ανάπτυξης, Κοινωνία, Περιβάλλον, Οικονομία. Το ερώτημα ήταν πολλαπλής επιλογής, μίας έγκυρης απάντησης για κάθε ένα φορέα αειφορίας και ήταν διαθέσιμη για την ομάδα των καταναλωτών. Οι απαντήσεις κυμαίνονταν από καθόλου σημαντική μέχρι εξαιρετικά σημαντική με πέντε διαβαθμίσεις κλίμακας Likert βαθμολόγησης 1,2,3,4,5 για κάθε ένα πυλώνα.

Καταναλωτική Συνείδηση Περιβαλλοντικά Υπεύθυνες Πρακτικές

9. Βαθμολογήστε την σημαντικότητα των πιο κάτω χαρακτηριστικών για ένα προϊόν / υπηρεσία που θα αγοράζατε.

Η ερώτηση 9 ερωτούσε τη σημαντικότητα των χαρακτηριστικών για ένα προϊόν που θα αγόραζε όπως η τιμή, η ποιότητα, εάν ήταν κοινωνικά και περιβαλλοντικά φιλικό. Το ερώτημα ήταν πολλαπλής επιλογής, μίας έγκυρης απάντησης και ήταν διαθέσιμη για την ομάδα καταναλωτές. Οι απαντήσεις κυμαίνονταν από καθόλου σημαντική μέχρι εξαιρετικά σημαντική με πέντε διαβαθμίσεις κλίμακας Likert βαθμολόγησης 1,2,3,4,5.

10. Συμφωνείτε με τη δήλωση ότι οι διάφορες Επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Κύπρο έχουν ευθύνη να είναι περιβαλλοντικά συνεπείς;

Η ερώτηση 10 ζητούσε την άποψη του ερωτώμενου εάν οι διάφορες Επιχειρήσεις έχουν ευθύνη να είναι περιβαλλοντικά συνεπείς ή όχι. Το ερώτημα ήταν πολλαπλής επιλογής, μίας έγκυρης απάντησης και ήταν διαθέσιμη για την ομάδα των καταναλωτών. Οι απαντήσεις κυμαίνονταν από διαφωνώ απόλυτα μέχρι συμφωνώ απόλυτα με πέντε διαβαθμίσεις κλίμακας Likert βαθμολόγησης 1,2,3,4,5.

11. Γνωρίζετε εάν υπάρχουν επιχειρήσεις στην Κύπρο που υποστηρίζουν με συγκεκριμένες ενέργειες την Προστασία του Περιβάλλοντος;

Η ερώτηση 11 ζητούσε εάν ο ερωτούμενος γνώριζε ή είχε υπόψη του κάποιες Επιχειρήσεις που υποστηρίζουν με πρωτοβουλίες την προστασία του Περιβάλλοντος. Το ερώτημα ήταν πολλαπλής επιλογής, μίας έγκυρης απάντησης και ήταν διαθέσιμη για την ομάδα καταναλωτές. Οι απαντήσεις κυμαίνονταν από δεν γνωρίζω καμιά μέχρι γνωρίζω πάρα πολλές με πέντε διαβαθμίσεις κλίμακας Likert βαθμολόγησης 1,2,3,4,5.

Πρόθεση Αγοράς Επιβράβευση Περιβαλλοντικής Απόδοσης

12. Θα αγοράζετε ένα προϊόν / υπηρεσία από μια Περιβαλλοντικά Υπεύθυνη Εταιρία ανεξάρτητα εάν αυτό ήταν κάπως πιο ακριβό.

Η ερώτηση 12 ρωτούσε εάν θα αγόραζε ένα προϊόν υπηρεσία από μία Περιβαλλοντικά Υπεύθυνη εταιρία ανεξάρτητα εάν αυτό ήταν κάπως πιο ακριβό. Στόχος της ερώτησης ήταν η ευαισθητοποίηση και κατά πόσο ο καταναλωτής επιβραβεύει με την αγορά του προϊόντος τη συγκεκριμένη επιχείρηση. Το ερώτημα ήταν πολλαπλής επιλογής, μίας έγκυρης απάντησης και ήταν διαθέσιμη για την ομάδα, καταναλωτές.

13. Πως θα βαθμολογούσατε την παρουσία κάποιου Οικολογικού Σήματος (Eco-Label) σε ένα προϊόν / υπηρεσία την οποία θα αγοράζατε;

Η ερώτηση 13 ζητούσε από τον ερωτώμενο να βαθμολογήσει την παρουσία κάποιου Οικολογικού Σήματος σε ένα προϊόν ή υπηρεσία την οποία θα αγόραζε. Σκοπός της ερώτησης ήταν να διαφανεί εάν το κοινό στη Κύπρο γνωρίζει τη συγκεκριμένη πρακτική και εάν την επιβραβεύει. Το ερώτημα ήταν πολλαπλής επιλογής, μίας έγκυρης απάντησης και ήταν διαθέσιμη για τις ομάδα καταναλωτές. Οι απαντήσεις κυμαίνονταν από *καθόλου σημαντική* μέχρι *εξαιρετικά σημαντική* με πέντε διαβαθμίσεις κλίμακας Likert βαθμολόγησης 1,2,3,4,5. Επίσης λόγω του ότι το ερώτημα ήταν σε ορισμένο βαθμό τεχνικό υπήρχε και η επιλογή *δεν γνωρίζω*.

EKE και Εταιρική Διοίκηση

Χαρακτηριστικά Επιχείρησης

14. Ποιο είναι το μέγεθος της Εταιρίας σας;

Η Ερώτηση 14 αφορούσε το μέγεθος της επιχείρησης σε αριθμό ανθρώπινου δυναμικού σημαντική μεταβλητή που είναι ευθύς ανάλογη με το μέγεθος δραστηριοτήτων της δεδομένης επιχείρησης. Το ερώτημα ήταν πολλαπλής επιλογής, μίας έγκυρης απάντησης. Η ερώτηση 5 ήταν διαθέσιμη για τη ομάδα της εταιρική διοικήσεως.

15. Σε ποιο τομέα δραστηριοποιείται η Εταιρία / Οργανισμός σας;

Η Ερώτηση 15, αφορούσε το τομέα που δραστηριοποιείται η Εταιρία / Οργανισμός όπου στόχο μας ήταν να μελετηθεί η έννοια της ΕΚΕ σε σχέση με το είδος της επιχείρησης ή του οργανισμού στο χώρο μελέτης. Το ερώτημα ήταν πολλαπλής επιλογής, μίας έγκυρης απάντησης. Η ερώτηση 6 ήταν διαθέσιμη για την ομάδα εταιρική διοίκηση.

16. Βαθμολογήστε την σημαντικότητα των πιο κάτω πολιτικών ΕΚΕ για την Επιχείρηση / Οργανισμό σας;

Η ερώτηση 16 ζητούσε να βαθμολογηθεί η σημαντικότητα των πιο κάτω κατηγοριών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης για την Επιχείρηση / Οργανισμό σας. Οι πολιτικές ήταν Σχέση με την Κοινωνία, Ανθρώπινο Δυναμικό, Σχέση με την αγορά, Προστασία του Περιβάλλοντος. Το ερώτημα ήταν πολλαπλής επιλογής, μίας έγκυρης απάντησης για κάθε ένα τομέα και ήταν διαθέσιμη για την ομάδα εταιρικής διοίκησης. Οι απαντήσεις κυμαίνονταν από καθόλου σημαντική μέχρι εξαιρετικά σημαντική με πέντε διαβαθμίσεις κλίμακας Likert βαθμολόγησης 1,2,3,4,5 για κάθε ένα τομέα.

17. Όσον αφορά την Περιβαλλοντική Ευθύνη της Εταιρίας σας ποιες Πρακτικές εφαρμόζετε;.

Η ερώτηση 17 ζητούσε τις τυχόν Πράσινες πρακτικές και στρατηγικές που εφαρμόζει η επιχείρηση όπως Χρήση ανανεώσιμων Πόρων, ανακύκλωση αποβλήτων, εφαρμογή κάποιου συστήματος περιβαλλοντικής διαχείρισης. Το ερώτημα ήταν πολλαπλής επιλογής, που επιδεχόταν περισσότερες από μια απαντήσεις και ήταν διαθέσιμη για την ομάδα της εταιρικής διοίκησης.

18. Βαθμολογήστε την εφαρμογή κάποιου Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, Πιστοποίησης (EMS) όπως ISO 14001, EMAS, κλπ;

Η ερώτηση 18 ζητούσε εάν η επιχείρηση εφάρμοζε κάποιο ολοκληρωμένο σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης στο πλαίσιο της πράσινης ΕΚΕ. Το ερώτημα ήταν πολλαπλής επιλογής, μίας έγκυρης απάντησης και ήταν διαθέσιμη για την ομάδα εταιρικής διοίκησης. Οι απαντήσεις κυμαίνονταν από καθόλου σημαντική μέχρι εξαιρετικά σημαντική με πέντε διαβαθμίσεις κλίμακας Likert βαθμολόγησης 1,2,3,4,5.

19 Βαθμολογήστε τα οφέλη από την από την υιοθέτηση κάποιας περιβαλλοντικά υπεύθυνης δράσης.

Η ερώτηση 19 ζητούσε να βαθμολογηθούν τα οφέλη που προκύπτουν κατά τη άποψη του ερωτώμενου από την υιοθέτηση των πράσινων δράσεων. Τα οφέλη ήταν Εξοικονόμηση Πόρων και Ενέργειας, Μείωση του Περιβαλλοντικού Αποτυπώματος της Εταιρίας Βελτιστοποίηση της Εταιρικής Ταυτότητας και Βελτιστοποίηση Απόδοσης και Λειτουργικότητας. Το ερώτημα ήταν πολλαπλής επιλογής, μίας έγκυρης απάντησης και ήταν διαθέσιμη για την ομάδα της εταιρικής διοίκησης. Οι απαντήσεις είχαν με πέντε διαβαθμίσεις κλίμακας Likert βαθμολόγησης 1,2,3,4,5.

20. Ποιες είναι οι δυσκολίες και τα εμπόδια στην εφαρμογή πρωτοβουλιών ΕΚΕ όσον αφορά την Προστασία του Περιβάλλοντος;

Η ερώτηση 20 ζητούσε να επιλέξουν κατά την άποψη του ερωτώμενου οι δυσκολίες και τα εμπόδια που υπάρχουν στην εφαρμογή των Πράσινων Πρωτοβουλιών και επηρεάζουν αρνητικά τις προσπάθειες προς αυτή τη κατεύθυνση. Το ερώτημα ήταν πολλαπλής επιλογής, που επιδεχόταν περισσότερες από μια απαντήσεις και ήταν διαθέσιμη την ομάδα της εταιρικής διοίκησης.

3.3.5 Προέλεγχος και τελικός σχεδιασμός

Το ερωτηματολόγιο στην αρχική του μορφή σε συνεργασία με τον επιβλέπων καθηγητή δοκιμάστηκε πιλοτικά σε μία κλειστή ομάδα 5-10 ατόμων διάφορων ηλικιών από το πληθυσμιακό δείγμα και από τα οποία μπορούσε να υπάρξει ανατροφοδότηση και σχόλια. Αυτό έγινε για να ελέγξουμε την σαφήνεια, το βαθμό ολοκλήρωσης του ερωτηματολογίου και έγιναν οι απαραίτητες διορθώσεις. Ο προέλεγχος έγινε και πιλοτικά με τη χρήση του διαδικτυακού λογισμικού μέσω του οποίου μοιράστηκε και συλλέχτηκαν οι απαντήσεις. Επίσης δοκιμάστηκε και ο τρόπο διακλάδωσης του ερωτηματολογίου και πώς αποκλείει από ερωτήσεις κάποιες ομάδες που δεν τις αφορά σύμφωνα με το σχεδιασμό της έρευνας.

3.3.6 Συλλογή απαντήσεων

Ο ιστότοπος που χρησιμοποιήθηκε για τη διεξαγωγή του ερωτηματολογίου και τη συλλογή των δεδομένων ήταν το SurveyMonkey. Το SurveyMonkey είναι διαδικτυακό λογισμικό για έρευνες ιστότοπου και η ανάπτυξη του είναι cloud-based. Είναι ένα δωρεάν εργαλείο αν και διαθέτει πιο ειδικευμένες λειτουργίες επί πληρωμή, Έχει σχεδιαστεί για τη συλλογή δεδομένων εύκολα και γρήγορα για άτομα όλων των εκπαιδευτικών επιπέδων. Ο σύνδεσμος παραπομπής στο ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο, ο οποίος ήταν συμβατός με τις περισσότερες ηλεκτρονικές συσκευές οι οποίες έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο διαμοιράστηκε ως εξής: σε μεγάλο βαθμό μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, αλλά στον μεγαλύτερο βαθμό του μέσω των εφαρμογών κοινωνικής δικτύωσης όπως Facebook και LinkedIn. Ο λόγος χρήσης των δύο αυτών εφαρμογών ήταν η αμεσότητα και η ευκολία η οποία προσφέρουν για έχουμε πρόσβαση στις ζητούμενες ομάδες ατόμων.

3.3.7 Κωδικοποίηση Επεξεργασία Δεδομένων

Έπειτα έγινε η στατιστική επεξεργασία των δεδομένων για να υπολογιστούν οι συχνότητες και μέσω αυτού τα ποσοστά των διαφόρων μεταβλητών, της μέσης τιμής, τυπικής απόκλισης και ο σταθμισμένος μέσο όρος. Για την επεξεργασία των δεδομένων που συγκεντρώθηκαν και την εξαγωγή των αποτελεσμάτων έγινε χρήση διαφόρων εργαλείων στατιστικής επεξεργασίας που προσφέρει η πλατφόρμα SurveyMonkey. Σε ορισμένες περιπτώσεις όπου δεν ήταν δυνατή η ανάλυση μέσω της πλατφόρμας τα δεδομένα εξάχθηκαν σε μορφή υπολογιστικού φύλλου Excel και με το συγκεκριμένο λογισμικό έγινε η επεξεργασία. Για σκοπούς ερμηνείας τα αποτελέσματα παρουσιάζονται σε μορφή πινάκων και διαγραμμάτων, τύπου τομεογραμμάτων και ραβδογραμμάτων (pie-charts και bar-charts αντίστοιχα). Συμπεράσματα πάρθηκαν από τις απαντήσεις των ερωτημάτων και μέσω τις διασταυρώσεως των απαντήσεων.

3.3.8 Ερμηνεία-Αποτελεσμάτων

Μέσα από την ανάλυση του ερωτηματολογίου εξήχθηκαν συμπεράσματα όσο αφορά την ομάδα των καταναλωτών που αφορούσαν την ενημέρωση και ευαισθητοποίηση τους όσον αφορά το πλαίσιο της ΕΚΕ με έμφαση στη περιβαλλοντικό άξονα και τις πρωτοβουλίες που υιοθετούν οι διάφορες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στη Κύπρο. Τις υπεύθυνες περιβαλλοντικές πρακτικές που ακολουθούνται και κατά πόσο επιβραβεύουν τις συγκεκριμένες πράσινες πρωτοβουλίες, μέσα από την πρόθεση αγοράς των προϊόντων τους. Για τη δεύτερη ομάδα η οποία αποφασίζει και εφαρμόζει τις διάφορες πράσινες στρατηγικές, μέσα από την ανάλυση του ερωτηματολογίου θα επισημανθεί η ενημέρωση ευαισθητοποίηση, οι τάσεις υιοθέτησης τέτοιας συμπεριφοράς και οι σημερινές πρακτικές. Τα οφέλη που δυνητικά παράγονται, τα κίνητρα που ωθούν σε τέτοιες πρωτοβουλίες και τις δυσκολίες και εμπόδια που εμφανίζονται της εφαρμογής τους. Για την ερμηνεία των αποτελεσμάτων εφαρμόστηκε Περιγραφική Στατιστική όπου χρησιμοποιήθηκαν μόνο οι συχνότητες η μέση τιμή και η τυπική απόκλιση όπου καταδείχθηκαν τάσεις και προθέσεις για να περιγραφεί το πρόβλημα χωρίς να γίνει έλεγχος υπόθεσης και γενίκευση αποτελεσμάτων (Gravetter και Wallnau, 2004: 663).

Κεφάλαιο 4

Αποτελέσματα

4.1 Δημογραφικά Καταναλωτών

4.1.1 Φύλο, Καταναλωτές

Ερώτηση 1: Ποιο είναι το φύλο σας;

ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Ανδρας	45.45%	65
Γυναίκα	54.55%	78
TOTAL		143



Διάγραμμα 4.1: Ερώτηση 1: Φύλο Καταναλωτών

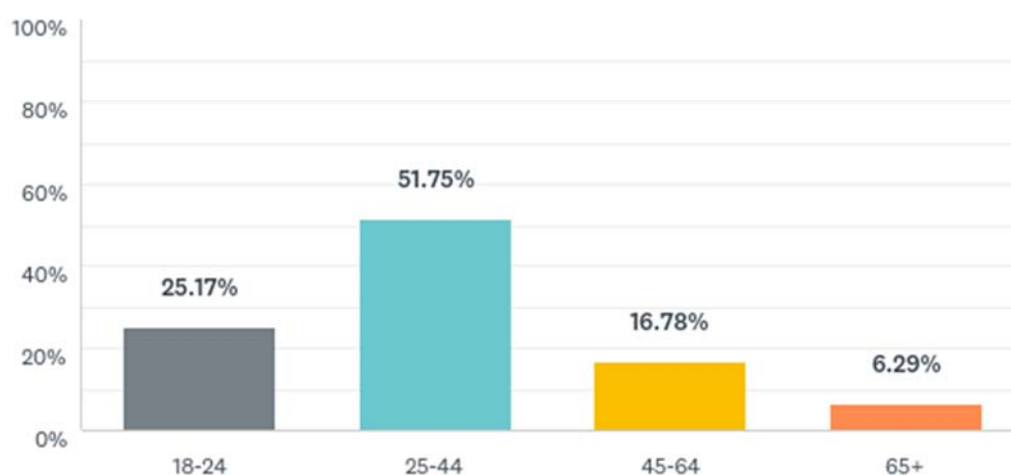
Στην παρούσα έρευνα το δείγμα των καταναλωτών απαρτίθηκε από 143 άτομα (Διάγραμμα 4.1). Το ποσοστό 54.55% (78 άτομα) που απάντησε το ερωτηματολόγιο ήταν γυναίκες, ενώ το 45,45% (65 άτομα) ήταν άντρες. Αν και τα ερωτηματολόγια διανεμήθηκαν τυχαία, έχει παρατηρηθεί ότι ο αριθμός των γυναικών που επέλεξαν να απαντήσουν το ερωτηματολόγιο ήταν κατά 17% μεγαλύτερος από τους άντρες. Αυτό, πολύ πιθανό να υποδεικνύει ότι οι γυναίκες επέδειξαν μεγαλύτερο ενδιαφέρον για τη συγκεκριμένη έρευνα.

4.1.2 Ηλικία Καταναλωτών

Ερώτηση 2: Ποια είναι η ηλικία σας;

ANSWER CHOICES		RESPONSES	
18-24		25.17%	36
25-44		51.75%	74
45-64		16.78%	24
65+		6.29%	9
TOTAL			143

BASIC STATISTICS				
Minimum	Maximum	Median	Mean	Standard Deviation
1.00	6.00	2.00	2.55	1.44



Διάγραμμα 4.2: Ερώτηση 2: Ηλικία Καταναλωτών

Ηλικιακά τα άτομα που πήραν μέρος στην έρευνα χωρίζονται σε 4 κατηγορίες (Διάγραμμα 4.2). Απάντησαν 36 άτομα ηλικίας 18 – 24 ετών τα οποία αποτελούσαν το 25,17% και το δεύτερο μεγαλύτερο ποσοστό. Η πλειοψηφία των ατόμων που ολοκλήρωσαν το ερωτηματολόγιο ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα 25 – 44 ετών και ανέρχονται στα 74 άτομα, κάτι που αντιστοιχεί στο 51,75%. Απάντησαν 24 άτομα στην κατηγορία 45 – 64 ετών, σε ποσοστό 16,78% και 9 άτομα που ηλικιακά ήταν πάνω από 65 ετών και αντιστοιχεί στο 6,29%. Έχει παρατηρηθεί ότι το μεγαλύτερο ενδιαφέρον συμμετοχής στην έρευνα έχουν επιδείξει τα άτομα ηλικίας 25 – 44, δείχνοντας ίσως ότι ως νεαρότερα άτομα, έχουν βγει στην αγορά εργασίας και ανήκουν στο ενεργό και παραγωγικό μέρος του πληθυσμού, που ενδιαφέρονται περισσότερο για το συγκεκριμένο θέμα. Επίσης, οι ερωτηθέντες μεγαλύτερης ηλικίας, ίσως να βρήκαν πιο δύσκολο να απαντήσουν το ερωτηματολόγιο, το οποίο είχε σταλεί σε ηλεκτρονική μορφή, από την άποψη χρήσης νέων τεχνολογιών.

4.1.3 Επίπεδο Μόρφωσης και Θέση Εργασίας Καταναλωτών

Ερώτηση 3: Ποιο είναι το επίπεδο μόρφωσης σας;

ANSWER CHOICES		RESPONSES	
Μέση Εκπαίδευση		16.08%	23
Δίπλωμα / Πτυχίο		49.65%	71
Μεταπτυχιακό		31.47%	45
Διδακτορικό		2.80%	4
TOTAL			143

BASIC STATISTICS				
Minimum	Maximum	Median	Mean	Standard Deviation
1.00	4.00	2.00	2.21	0.74



Διάγραμμα 4.3: Ερώτηση 3: Επίπεδο Μόρφωσης Καταναλωτών

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 4.3, το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (απόφοιτοι ΑΕΙ ή ΤΕΙ) σε ποσοστό 49,65% (71 άτομα). Το δεύτερο μεγαλύτερο ποσοστό 31,47% (45 άτομα) είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού. Το τρίτο μεγαλύτερο ποσοστό 16,08% (23 άτομα) έχουν τελειώσει γυμνάσιο – λύκειο και το 2,80% (4 άτομα) δήλωσαν ότι είναι κάτοχοι διδακτορικού. Παρατηρείται ότι το μεγαλύτερο ενδιαφέρον για τη συμμετοχή στην έρευνα υπήρξε από άτομα που έχουν ανώτερη μόρφωση (πτυχίο, μεταπτυχιακό και διδακτορικό) καταδεικνύοντας πολύ πιθανόν ότι όσο μεγαλύτερο ήταν το μορφωτικό επίπεδο τόσο αυξημένη ήταν και η ευαισθητοποίηση με το θέμα.

Όσον αφορά την ερώτηση 4 και το καθεστώς εργασίας των ερωτηθέντων, απάντησαν σε ποσοστό 48,95% (70 άτομα) ότι είναι εργαζόμενοι και λειτουργοί, 23,78% (43 άτομα) φοιτητές, 14,69% (21 άτομα) αυτοεργαζόμενοι, 7,69% (11 άτομα) συνταξιούχοι και 4,90% (7 άτομα) άνεργοι (Παράρτημα Α2, Διάγραμμα Α.1).

4.2 Ευαισθητοποίηση Καταναλωτών

4.2.1 Εξοικείωση Καταναλωτών με την Έννοια της ΕΚΕ

Ερώτηση 5: Πόσο γνωστή σας είναι η έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ);

	ΠΡΩΤΗ ΦΟΡΑ ΤΟ ΑΚΟΥΩ (1)	ΤΟ ΈΧΩ ΞΑΝΑΚΟΥΣΕΙ ΑΛΛΑ ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ ΠΟΛΛΑ ΠΡΑΓΜΑΤΑ (2)	ΓΝΩΡΙΖΩ ΚΑΠΟΙΑ ΠΡΑΓΜΑΤΑ (3)	ΓΝΩΡΙΖΩ ΠΟΛΥ ΤΗΝ ΈΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΜΠΟΡΩ ΝΑ ΤΗΝ ΕΞΗΓΗΣΩ (4)	ΓΝΩΡΙΖΩ ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΤΟ ΘΈΜΑ ΚΑΙ ΈΧΩ ΣΥΜΜΕΤΑΣΧΕΙ ΈΜΜΕΣΑ Ή ΆΜΕΣΑ (5)	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE
Εξοικείωση με τον Ορισμό της ΕΚΕ	21.68% 31	41.96% 60	18.88% 27	13.99% 20	3.50% 5	143	2.36

BASIC STATISTICS				
Minimum	Maximum	Median	Mean	Standard Deviation
1.00	5.00	2.00	2.36	1.07



Διάγραμμα 4.4: Ερώτηση 5: Επίπεδο Εξοικείωσης Καταναλωτών με την Έννοια της ΕΚΕ.

Στη συγκεκριμένη ερώτηση, οι ερωτώμενοι καλούνταν να αξιολογήσουν τον εαυτό τους για το πόσο γνωστό τους ήταν το θέμα της ΕΚΕ (Διάγραμμα 4.4). Εξετάζοντας τα αποτελέσματα παρατηρείται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων, 41,96%, απάντησαν ότι έχουν ξανακούσει για την ΕΚΕ, αλλά δεν γνωρίζουν πολλά πράγματα για αυτήν.

Το δεύτερο μεγαλύτερο ποσοστό, 21,68%, απάντησαν ότι πρώτη φορά έχουν ακούσει για το συγκεκριμένο θέμα, ενώ το τρίτο μεγαλύτερο ποσοστό, 18,88%, δήλωσαν ότι γνωρίζουν κάποια πράγματα γύρω από το συγκεκριμένο ζήτημα. Ο σταθμισμένος μέσος όρος σε κλίμακα Likert είναι 2,36/5, επιδεικνύοντας ουσιαστικά ότι η εξοικείωση με την έννοια της ΕΚΕ τοποθετείται στη δήλωση ότι οι ερωτηθέντες έχουν ξανακούσει για αυτήν, αλλά δεν γνωρίζουν περισσότερες λεπτομέρειες. Επικρατεί δηλαδή, χαμηλό επίπεδο ενημέρωσης για το συγκεκριμένο θέμα.

Επιπλέον, όσον αφορά το επίπεδο μόρφωσης και τη συγκεκριμένη ερώτηση παρατηρήθηκε ότι όσο αυξανόταν κλιμακωτά το επίπεδο μόρφωσης (μέση εκπαίδευση, πτυχίο, μεταπτυχιακό και διδακτορικό), τόσο πιο μεγάλη ήταν η εξοικείωση με το αντικείμενο, αφού η μέση τιμή σε κλίμακα Likert σημείωσε άνοδο (Παράρτημα Α3, Πίνακας Α.2).

4.2.2 Σημαντικότητα ΕΚΕ σύμφωνα με τους Καταναλωτές

Ερώτηση 6: Πως θα βαθμολογούσες τη Σημαντικότητα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης;

	ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (1)	ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΤΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (2)	ΜΕΡΙΚΩΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (3)	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (4)	ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (5)	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE
Σημαντικότητα	3.50% 5	16.78% 24	15.38% 22	44.76% 64	19.58% 28	143	3.60

BASIC STATISTICS				
Minimum	Maximum	Median	Mean	Standard Deviation
1.00	5.00	4.00	3.60	1.08



Διάγραμμα 4.5: Ερώτηση 6: Βαθμολόγηση Σημαντικότητας ΕΚΕ

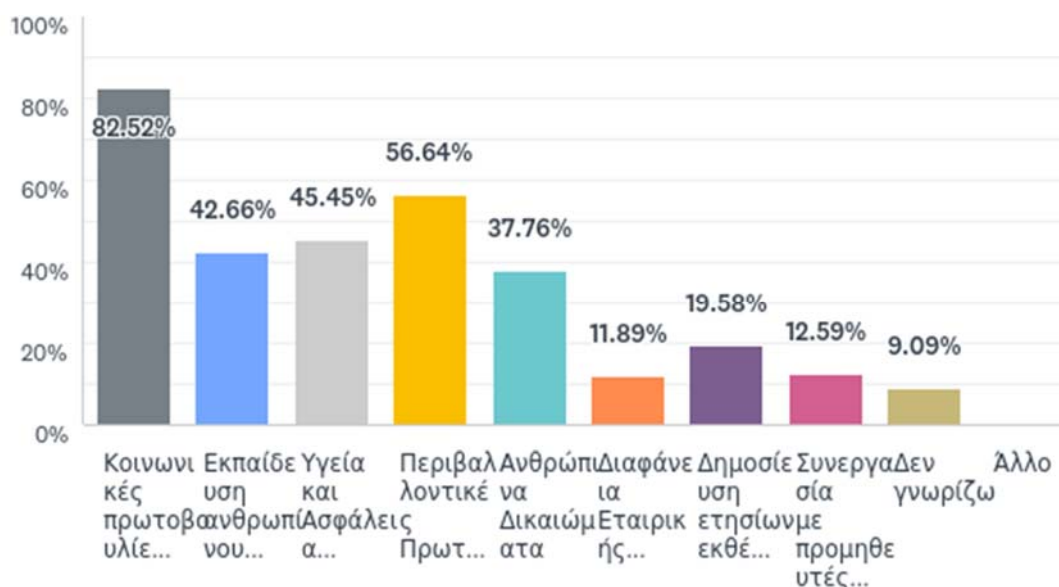
Στη συγκεκριμένη ερώτηση και έπειτα από κάποια επεξηγηματικά σχόλια γύρω από το θέμα και το πλαίσιο της ΕΚΕ, οι ερωτώμενοι καλούνταν να βαθμολογήσουν, πάντοτε κατά την δική τους άποψη, την ΕΚΕ ως προς τη σημαντικότητά της (Διάγραμμα 4.5). Το μεγαλύτερο ποσοστό 44,76%, την κατατάσσει ως πολύ σημαντική. Το δεύτερο μεγαλύτερο ποσοστό 19,58% την βαθμολογεί ως πολύ σημαντική, ενώ στο τρίτο μεγαλύτερο 16,78% οι ερωτώμενοι απάντησαν ότι η ΕΚΕ δεν είναι τόσο σημαντική. Ο σταθμισμένος μέσος όρος ανέβηκε στα 3,60/5, γεγονός που κατατάσσει την γενική άποψη ανάμεσα στη δήλωση μερικώς σημαντική και πολύ σημαντική, καταδεικνύοντας σχετικά υψηλά ποσοστά ευαισθητοποίησης των ερωτηθέντων για το πλαίσιο και τις πρακτικές της ΕΚΕ.

Τα αποτελέσματα της πιο πάνω ερώτησης έχουν σημειώσει μεγάλη απόκλιση με εκείνα της ερώτησης 5, όπου είχε ρωτηθεί πόσο γνωστή ήταν η έννοια της ΕΚΕ (Διάγραμμα 4.4). Αυτό μπορεί να οφειλόταν στο γεγονός ότι ο τεχνικός ορισμός της έννοιας της ΕΚΕ να μη ήταν τόσο γνωστός στους ερωτηθέντες, αλλά οι πρακτικές και το γενικό πλαίσιο της στην πραγματικότητα να λαμβάνει μεγαλύτερα ποσοστά αναγνωρισιμότητας και ευαισθητοποίησης. Όσο αφορά τον παράγοντα επίπεδο μόρφωσης και τη συγκεκριμένη ερώτηση παρατηρήθηκε ότι ερωτηθέντες με υψηλότερο επίπεδο μόρφωσης είχαν την τάση να χαρακτηρίζουν την ΕΚΕ ως πιο σημαντική καταδεικνύοντας αυξημένα επίπεδα ευαισθητοποίησης (Παράρτημα Α3, Πίνακας Α.3). Επίσης, από πλευράς ηλικίας, οι ερωτώμενοι μεταξύ 18 – 34 ετών, είχαν την τάση να χαρακτηρίζουν πιο σημαντική την ΕΚΕ σε σχέση τους ερωτηθέντες μεγαλύτερων ηλικιών καταδεικνύοντας μεγαλύτερα επίπεδα ευαισθητοποίησης από τις νεότερες γενεές (Παράρτημα Α3, Πίνακας Α.4).

4.2.3 Πρακτικές ΕΚΕ

Ερώτηση 7: Ποιές δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης γνωρίζετε;

ANSWER CHOICES	RESPONSES
Κοινωνικές πρωτοβουλίες (φιλανθρωπικές οργανώσεις, εθελοντισμός, αθλητισμός, Πολιτισμός)	82.52% 118
Εκπαίδευση ανθρωπίνου δυναμικού	42.66% 61
Υγεία και Ασφάλεια ανθρωπίνου δυναμικού	45.45% 65
Περιβαλλοντικές Πρωτοβουλίες	56.64% 81
Ανθρώπινα Δικαιώματα	37.76% 54
Διαφάνεια Εταιρικής Διακυβέρνησης και Επιχειρηματική Ηθική	11.89% 17
Δημοσίευση ετησίων εκθέσεων κοινωνικής και περιβαλλοντικής απόδοσης	19.58% 28
Συνεργασία με προμηθευτές και καταναλωτές για μείωση δαπανών αύξηση ποιότητας	12.59% 18
Δεν γνωρίζω	9.09% 13
Άλλο	0.00% 0
Total Respondents: 143	



Διάγραμμα 4.3: Ερώτηση 7: Ποιες είναι οι πιο γνωστές δράσεις ΕΚΕ σύμφωνα με τους Καταναλωτές

Η συγκεκριμένη ερώτηση, η οποία διατυπώθηκε στα πλαίσια της ευαισθητοποίησης της ομάδας των καταναλωτών, οι ερωτώμενοι καλούνταν να επιλέξουν τις πρακτικές ΕΚΕ τις οποίες γνωρίζουν μέσα από την μέχρι τότε ενημέρωσή τους ή την εμπειρία τους (Διάγραμμα 4.6).

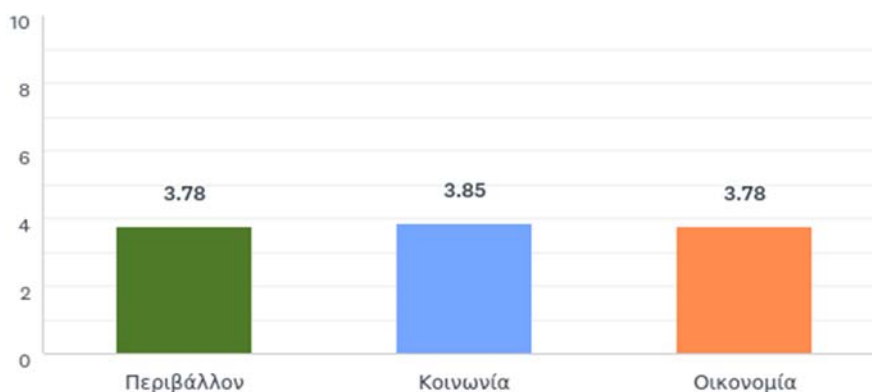
Το μεγαλύτερο ποσοστό, 82,52%, επέλεξε τις κοινωνικές πρωτοβουλίες ως τις πιο γνωστές δράσεις ΕΚΕ. Τη δεύτερη θέση κατείχαν οι περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες με ποσοστό 56,64% και την τρίτη θέση με ποσοστό 45,45% είχαν η υγεία και ασφάλεια του ανθρώπινου δυναμικού. Οι πιο πάνω απαντήσεις αντικατοπτρίζουν την πραγματικότητα, αφού οι συνηθέστερες πρωτοβουλίες ΕΚΕ των κυπριακών επιχειρήσεων έχουν κατεύθυνση προς τον κοινωνικό άξονα, όπως είναι για παράδειγμα οι φιλανθρωπίες, οι πολιτιστικές εκδηλώσεις, οι χορηγίες, κλπ. Αξίζει να αναφερθεί, ότι ένα σχετικά μικρό ποσοστό 9,09% απάντησε πως δεν γνωρίζει καμία πρωτοβουλία ΕΚΕ.

4.2.4 ΕΚΕ και Αειφορία

Ερώτηση 8: Βαθμολογήστε τη σημαντικότητα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης όσον αφορά τους τρεις φορείς Βιώσιμης Ανάπτυξης.

	ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (1)	ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΤΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (2)	ΜΕΡΙΚΩΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (3)	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (4)	ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (5)	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE
Περιβάλλον	2.80% 4	15.38% 22	13.99% 20	36.36% 52	31.47% 45	143	3.78
Κοινωνία	1.40% 2	9.79% 14	14.69% 21	51.05% 73	23.08% 33	143	3.85
Οικονομία	2.80% 4	9.09% 13	16.78% 24	50.35% 72	20.98% 30	143	3.78

BASIC STATISTICS					
	MINIMUM	MAXIMUM	MEDIAN	MEAN	STANDARD DEVIATION
Περιβάλλον	1.00	5.00	4.00	3.78	1.13
Κοινωνία	1.00	5.00	4.00	3.85	0.93
Οικονομία	1.00	5.00	4.00	3.78	0.97



Διάγραμμα 4.4: Ερώτηση 8: Βαθμολόγηση ΕΚΕ στους Τρεις Πυλώνες Αειφορίας σύμφωνα με τους Καταναλωτές

Στη συγκεκριμένη ερώτηση οι συμμετέχοντες καλούνταν να βαθμολογήσουν την σημαντικότητα της ΕΚΕ ξεχωριστά για τον κάθε πυλώνα της βιώσιμης ανάπτυξης (Διάγραμμα 4.7). Την μεγαλύτερη μέση τιμή είχε ο πυλώνας της Κοινωνίας στα 3,85/5. Ο πυλώνας του Περιβάλλοντος και της Οικονομίας έφεραν την ίδια μέση τιμή στα 3,78/5.

Μπορεί να υπήρξε μια μικρή διακύμανση με διαφορές της τάξης του 2%, αλλά και οι τρεις τιμές είναι πολύ κοντά στην δήλωση πολύ σημαντική, καταδεικνύοντας ότι η επικρατούσα άποψη συντάσσεται στο ότι οι πρακτικές της ΕΚΕ οδηγούν σε πολύ σημαντική ανάπτυξη εξίσου και για τους τρεις πυλώνες βιωσιμότητας. Αξίζει να αναφερθεί ότι, για τον πυλώνα της περιβαλλοντικής αειφορίας, αυξανόμενου του επιπέδου μόρφωσης των ερωτηθέντων, τόσο αυξανόταν και ο σταθμισμένος μέσος όρος σημαντικότητας (Παράρτημα Α3, Πίνακας Α.5).

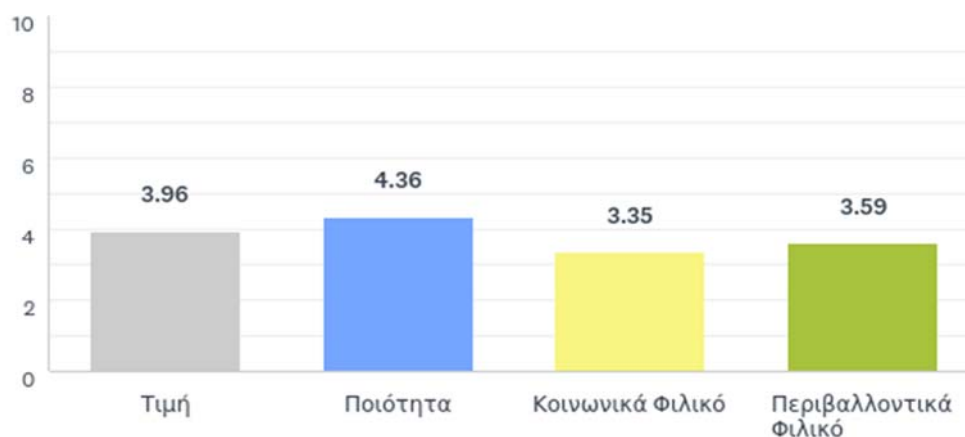
4.3 Ενημέρωση Περιβαλλοντικά Υπεύθυνων Πρακτικών και Επιβράβευση - Προτιμήσεις Καταναλωτών

4.3.1 Καταναλωτική Συνείδηση και ΕΚΕ

Ερώτηση 9: Βαθμολογήστε τη σημαντικότητα των πιο κάτω χαρακτηριστικών για ένα προϊόν – υπηρεσία που θα αγοράζατε.

	ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (1)	ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΤΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (2)	ΜΕΡΙΚΩΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (3)	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (4)	ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (5)	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE
Τιμή	0.00% 0	2.10% 3	20.28% 29	57.34% 82	20.28% 29	143	3.96
Ποιότητα	0.70% 1	1.40% 2	6.99% 10	43.36% 62	47.55% 68	143	4.36
Κοινωνικά Φιλικό	3.50% 5	17.48% 25	29.37% 42	39.86% 57	9.79% 14	143	3.35
Περιβαλλοντικά Φιλικό	2.10% 3	13.99% 20	26.57% 38	37.76% 54	19.58% 28	143	3.59

BASIC STATISTICS					
	MINIMUM	MAXIMUM	MEDIAN	MEAN	STANDARD DEVIATION
Τιμή	2.00	5.00	4.00	3.96	0.70
Ποιότητα	1.00	5.00	4.00	4.36	0.73
Κοινωνικά Φιλικό	1.00	5.00	3.00	3.35	0.99
Περιβαλλοντικά Φιλικό	1.00	5.00	4.00	3.59	1.02



Διάγραμμα 4.5: Ερώτηση 9: Χαρακτηριστικά επιλογής προϊόντος – υπηρεσίας σύμφωνα με τις προτιμήσεις των Καταναλωτών.

Στη συγκεκριμένη ερώτηση, όπως φαίνεται και από το Διάγραμμα 4.8, οι συμμετέχοντες στο ερωτηματολόγιο καλούνταν να βαθμολογήσουν την τιμή, την ποιότητα, και ταυτόχρονα, από την πλευρά των πρακτικών ΕΚΕ μιας επιχείρησης, εάν ένα προϊόν ή μια υπηρεσία που τους παρέχεται είναι κοινωνικά και περιβαλλοντικά φιλική. Όλα τα προαναφερθέντα, έχουν επιλεγεί ως τα βασικά χαρακτηριστικά που μπορεί να επηρεάσουν την πρόθεση αγοράς των καταναλωτών. Το κύριο χαρακτηριστικό στο οποίο δίνεται περισσότερη σημασία κατά την αγορά, διαφάνηκε να είναι η ποιότητα του προϊόντος με σταθμισμένο μέσο όρο 4,36/5, μετά ακολουθεί η τιμή με μέσο όρο 3,96/5, ενώ σε μικρότερο βαθμό είχε επιλεγεί ο περιβαλλοντικός αντίκτυπος στα 3,59/5. Η επιλογή περιβαλλοντικά φιλικό ως παράγοντας προσανατολισμού αγοράς ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας τοποθετήθηκε από τους ερωτηθέντες μεταξύ μερικώς σημαντική και πολύ σημαντική, επιδεικνύοντας θετική στάση καταναλωτικής συνείδησης για τις επιπτώσεις που μπορεί να έχει ένα προϊόν στο περιβάλλον.

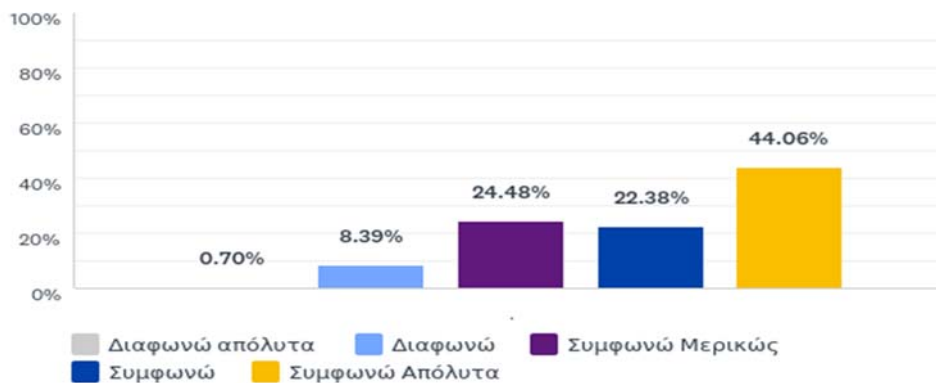
Αξίζει να αναφερθεί ότι, η επιλογή περιβαλλοντικά φιλικό έφερε μεγαλύτερους σταθμισμένους μέσους όρους στις νεότερες ηλικίες, ειδικά στο ηλικιακό εύρος 25 – 34, ενώ στις μεγαλύτερες ηλικίες το επίπεδο σημαντικότητας που επέλεξαν οι ερωτηθέντες παρουσίαζε μείωση (Παράρτημα Α3, Πίνακας Α.6). Επίσης, αναλόγως του μορφωτικού επιπέδου οι ερωτώμενοι βαθμολογούσαν την επιλογή περιβαλλοντικά φιλικό ως πιο σημαντική, καταδεικνύοντας μεγαλύτερα επίπεδα περιβαλλοντικής συνείδησης με την αύξηση του επιπέδου μόρφωσης (Παράρτημα Α3, Πίνακας Α.7).

4.3.2 Περιβαλλοντική Συνέπεια Επιχειρήσεων κατά τους Καταναλωτές

Ερώτηση 10: Συμφωνείτε με τη δήλωση ότι οι διάφορες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Κύπρο έχουν ευθύνη να είναι περιβαλλοντικά συνεπείς;

	ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ (1)	ΔΙΑΦΩΝΩ (2)	ΣΥΜΦΩΝΩ ΜΕΡΙΚΩΣ (3)	ΣΥΜΦΩΝΩ (4)	ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ (5)	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE
	0.70%	8.39%	24.48%	22.38%	44.06%	143	4.01
	1	12	35	32	63		

BASIC STATISTICS				
Minimum	Maximum	Median	Mean	Standard Deviation
1.00	5.00	4.00	4.01	1.04



Διάγραμμα 4.6: Ερώτηση 10: Οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Κύπρο έχουν ευθύνη να είναι περιβαλλοντικά συνεπείς;

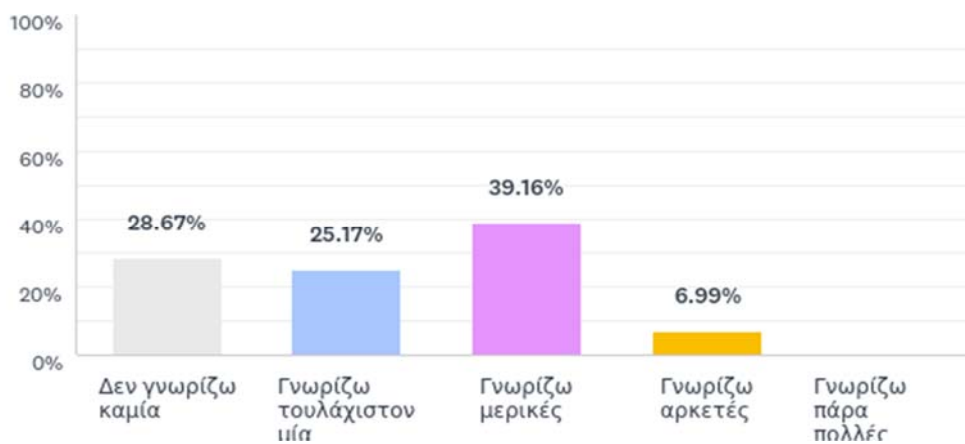
Στη συγκεκριμένη ερώτηση, οι ερωτώμενοι καλούνταν να εκφράσουν την άποψη τους κατά πόσο οι διάφορες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Κύπρο έχουν ευθύνη να είναι περιβαλλοντικά συνεπείς (Διάγραμμα 4.9). Ποσοστό 66,44% (44,06% + 22,38%) απάντησε ότι συμφωνεί απλά ή ότι συμφωνεί απόλυτα, ενώ το 24,48% δήλωσε ότι συμφωνεί μερικώς. Ένα ποσοστό 9,09% απάντησαν ότι γενικά διαφωνούν. Σε αυτή την ερώτηση καταδεικνύεται ότι οι κοινή γνώμη πιστεύει και αναμένει όπως οι επιχειρήσεις εφαρμόζουν πρωτοβουλίες με σκοπό την μείωση της επίδρασης των δραστηριοτήτων τους στο περιβάλλον. Και σε αυτή την περίπτωση, έχει παρατηρηθεί αναλογία σύμφωνα με την μόρφωση, δηλαδή όσο πιο ψηλό ήταν το μορφωτικό επίπεδο, τόσο πιο θετική ήταν η τάση για περιβαλλοντική συνέπεια (Παράρτημα Α3, Πίνακας Α.8).

4.3.3 Ενημέρωση Καταναλωτών για Περιβαλλοντικά Υπεύθυνες Πρακτικές

Ερώτηση 11: Γνωρίζετε εάν υπάρχουν επιχειρήσεις στην Κύπρο που υποστηρίζουν με συγκεκριμένες ενέργειες την Προστασία του Περιβάλλοντος;

ANSWER CHOICES		RESPONSES	
Δεν γνωρίζω καμία (1)		28.67%	41
Γνωρίζω τουλάχιστον μία (2)		25.17%	36
Γνωρίζω μερικές (3)		39.16%	56
Γνωρίζω αρκετές (4)		6.99%	10
Γνωρίζω πάρα πολλές (5)		0.00%	0
TOTAL			143

BASIC STATISTICS				
Minimum	Maximum	Median	Mean	Standard Deviation
1.00	4.00	2.00	2.24	0.95



Διάγραμμα 4.7: Ερώτηση 11: Γνωρίζετε επιχειρήσεις που εφαρμόζουν περιβαλλοντικά υπεύθυνες Πρωτοβουλίες.

Στην ερώτηση αυτή, οι ερωτώμενοι καλούνταν να απαντήσουν εάν γνωρίζουν επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Κύπρο, οι οποίες έχουν υιοθετήσει, ανεξαρτήτως βαθμού εφαρμογής, διάφορες περιβαλλοντικές πρακτικές (Διάγραμμα 4.10). Το μεγαλύτερο ποσοστό 39,16% απάντησαν ότι γνωρίζουν μερικές. Τα δεύτερο μεγαλύτερο ποσοστό 28,67% δήλωσε ότι δεν γνωρίζει καμία τέτοια επιχείρηση, ενώ το 25,17% δήλωσε ότι γνωρίζει τουλάχιστο μία.

Ποσοστό περί το 54% (28,67% + 25,17%), λίγο περισσότερο από τους μισούς ερωτηθέντες, δήλωσαν ότι γνωρίζουν από καμία μέχρι τουλάχιστον μία επιχείρηση, καταδεικνύοντας την έλλειψη ενημέρωσης των καταναλωτών από την πλευρά των επιχειρήσεων για την περιβαλλοντική τους στάση και συμπεριφορά. Ακόμη, υποδηλώνεται και το γεγονός ότι οι καταναλωτές δεν αναζητούν ενεργά τέτοιου είδους πληροφόρηση για τις πρακτικές των επιχειρήσεων και τον αντίκτυπο τους στο περιβάλλον, όσον αφορά τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που αγοράζουν.

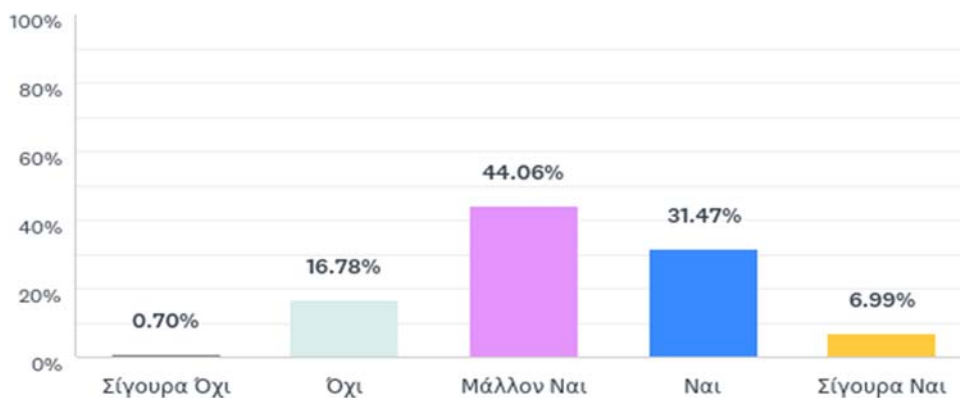
Στον αντίποδα, για εκείνες τις επιχειρήσεις που εφαρμόζουν πράσινες πρακτικές, διαφαίνεται ότι δεν έχουν επαρκή και ουσιαστικό τρόπο επικοινωνίας, προώθησης και διαφήμισης, ούτως ώστε να ενημερώσουν το ευρύ κοινό και πιο στοχευμένα το πελατολόγιό τους, για τις συγκεκριμένες πολιτικές που ακολουθούν, με πιο ολοκληρωμένες μεθόδους.

4.3.4 Πρόθεση αγοράς Περιβαλλοντικά Υπεύθυνου Προϊόντος – Υπηρεσίας.

Ερώτηση 12: Θα αγοράζετε ένα προϊόν – υπηρεσία από μια Περιβαλλοντικά Υπεύθυνη Εταιρία ανεξάρτητα εάν αυτό ήταν κάπως πιο ακριβό;

ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Σίγουρα Όχι (1)	0.70%	1
Όχι (2)	16.78%	24
Μάλλον Ναι (3)	44.06%	63
Ναι (4)	31.47%	45
Σίγουρα Ναι (5)	6.99%	10
TOTAL		143

BASIC STATISTICS				
Minimum	Maximum	Median	Mean	Standard Deviation
1.00	5.00	3.00	3.27	0.85



Διάγραμμα 4.8: Ερώτηση 12: Πρόθεση αγοράς Καταναλωτών και Περιβαλλοντικά Υπεύθυνων Προϊόντων – Υπηρεσιών

Στη συγκεκριμένη ερώτηση, οι συμμετέχοντες καλούνταν να δηλώσουν την πρόθεση αγοράς τους για ένα περιβαλλοντικά φιλικού προϊόν ή υπηρεσία ανεξαρτήτως μιας πιο ακριβής τιμής (Διάγραμμα 4.11). Το μεγαλύτερο ποσοστό που έφτανε το 44,06% απάντησε «μάλλον Ναι», το 31,47% απάντησε «Ναι» και το τρίτο μεγαλύτερο ποσοστό 16,78% απάντησε «Όχι». Η μέση τιμή 3,27/5 καταδεικνύει τη θετική πρόθεση των ερωτηθέντων να προτιμήσουν μια περιβαλλοντικά υπεύθυνη επιχείρηση και να την επιβραβεύσουν μέσω της αγοράς του προϊόντος ή της υπηρεσίας της. Η πρόθεση προτίμησης ήταν εντονότερη αναλόγως το επιπέδου μόρφωσης και σε αυτή τη περίπτωση (Παράρτημα Α3, Πίνακας Α.9).

4.3.5 Οικολογική Σήμανση και Καταναλωτές

Ερώτηση 13: Πως θα βαθμολογούσατε την παρουσία κάποιου Οικολογικού Σήματος (Eco-Label) σε ένα προϊόν ή υπηρεσία την οποία θα αγοράζατε;

	ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (1)	ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΤΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (2)	ΜΕΡΙΚΩΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (3)	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (4)	ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (5)	ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE
Σημαντικότητα	4.44% 6	11.11% 15	14.07% 19	34.81% 47	22.96% 31	12.59% 17	135	3.69

BASIC STATISTICS				
Minimum	Maximum	Median	Mean	Standard Deviation
1.00	5.00	4.00	3.69	1.14



Διάγραμμα 4.9: Ερώτηση 13: Σημαντικότητα Οικολογικής Σήμανσης

Στη συγκεκριμένη ερώτηση είχε ζητηθεί από τους συμμετέχοντες να βαθμολογήσουν τη σημαντικότητα της οικολογικής σήμανσης στα προϊόντα και τις υπηρεσίες που αγοράζουν (Διάγραμμα 4.12). Το μεγαλύτερο ποσοστό 34,81% είχε χαρακτηρίσει την οικολογική σήμανση ως πολύ σημαντική, ενώ το 22,96% ως εξαιρετικά σημαντική. Ένα μικρότερο ποσοστό, κοντά στα 12,56%, δήλωσε ότι δεν γνωρίζει για αυτή την πρακτική. Ο σταθμισμένος μέσος όρος σε κλίμακα Likert για αυτούς που απάντησαν το ερωτηματολόγιο ήταν 3,69/5. Μια μέση τιμή η οποία καταδεικνύει ότι τα οικολογικά σήματα τυγχάνουν αναγνώρισης και εκλαμβάνονται θετικά από τους καταναλωτές σαν τρόπος διαχωρισμού και προώθησης των προϊόντων που είναι φιλικά προς το περιβάλλον, σε σχέση με άλλα ανταγωνιστικά προϊόντα.

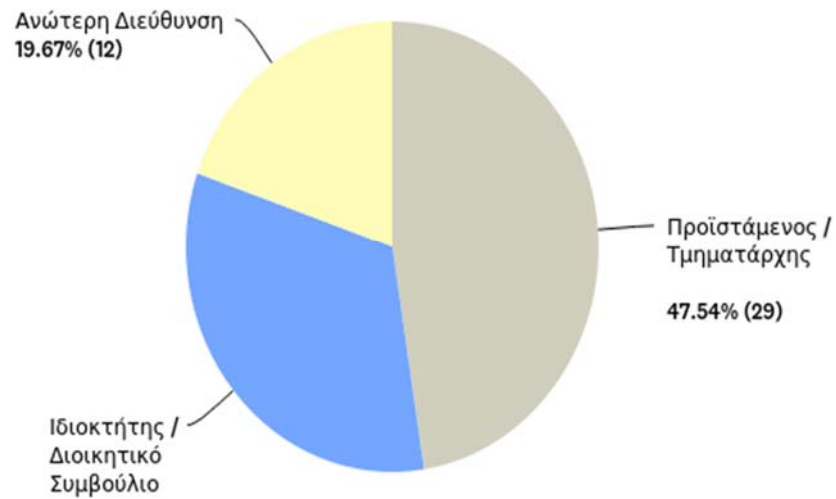
Οι ηλικίες 18 – 24 και 25 – 34 θεωρούν ως πιο σημαντική την συγκεκριμένη πρακτική σε σύγκριση με τις πιο μεγάλες ηλικίες (Παράρτημα Α3, Πίνακας Α.10). Επίσης, η επιλογή «Δεν γνωρίζω» ήταν εκείνη που σημείωσε μεγαλύτερα ποσοστά στις πιο μεγάλες ηλικίες. Σε σχέση με το μορφωτικό επίπεδο, η βαθμολόγηση ως προς τη σημαντικότητα του οικολογικού σήματος ήταν ανάλογη. Η επιλογή «Δεν γνωρίζω» έχει πάλι σημειώσει το μεγαλύτερο ποσοστό στους ερωτώμενους που ανήκουν στην μορφωτική κατηγορία της μέσης εκπαίδευσης, επιδεικνύοντας ότι το ενδιαφέρον και η ενημέρωση είναι μεγαλύτερη στα άτομα με πιο ψηλό μορφωτικό επίπεδο (Παράρτημα Α3, Πίνακας Α.11).

4.4 Δημογραφικά Επιχειρηματικών

4.4.1 Φύλο, Ηλικία, Μόρφωση Επιχειρηματικών Εκπροσώπων

Οι ερωτηθέντες που συμμετείχαν σε αυτό το πληθυσμιακό κομμάτι της έρευνας, λόγω δυσκολίας στην άμεση επικοινωνία και επαφή μαζί τους, είχαν εντοπιστεί και είχαν τύχει αποκλειστικής και μεμονωμένης προσέγγισης, κυρίως με τη χρήση των μέσων κοινωνικών δικτύωσης. Στις ερωτήσεις 1, 2, 3 και 4, οι οποίες σχετίζονται με το δείγμα των επιχειρηματικών εκπροσώπων, απάντησαν 61 άτομα από τον κυπριακό επιχειρηματικό χώρο. Πιο συγκεκριμένα, το 59,02% (36 άτομα) ήταν άνδρες και 40,98% (25 άτομα) ήταν γυναίκες (Παράρτημα Α2, Διάγραμμα Α.2). Οι ηλικίες των συμμετεχόντων ήταν: 65,57% (40 άτομα) μεταξύ 25 – 44 ετών και 34,43% (21 άτομα) μεταξύ 45 – 64 ετών (Παράρτημα Α2, Διάγραμμα Α.3). Σχετικά με το επίπεδο μόρφωσής τους, το 53,33% (32 άτομα) ήταν κάτοχοι μεταπτυχιακού, 20% (12 άτομα) ήταν κάτοχοι διπλώματος – πτυχίου, 15% (9 άτομα) ήταν απόφοιτοι μέσης εκπαίδευσης και 11,67% (7 άτομα) ήταν κάτοχοι διδακτορικού (Παράρτημα Α2, Διάγραμμα Α.4). Το ηλικιακό εύρος και το υψηλό επίπεδο μόρφωσης ήταν αναμενόμενο, αφού άτομα σε τέτοιες οργανικές θέσεις απαιτούν ιδιαίτερη τεχνοκρατική κατάρτιση και μόρφωση. Ως προς τη θέση των ερωτώμενων στη δομή της επιχείρησης, οι υπεύθυνοι για τη λήψη αποφάσεων σε μια επιχείρηση χωρίστηκαν ως εξής: το 47,54% (29 άτομα) ήταν προϊστάμενοι ή τμηματάρχες, το 32,79% (20 άτομα) ήταν ιδιοκτήτες ή αποτελούσαν μέλη του διοικητικού συμβουλίου, ενώ 19,67% (12 άτομα) δήλωσαν ότι ανήκουν στην ανώτερη διεύθυνση της εταιρίας στην οποία εργάζονται (Διάγραμμα 4.13).

ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Προϊστάμενος / Τμηματάρχης	47.54%	29
Ιδιοκτήτης / Διοικητικό Συμβούλιο	32.79%	20
Ανώτερη Διεύθυνση	19.67%	12
Άλλο	0.00%	0
TOTAL		61



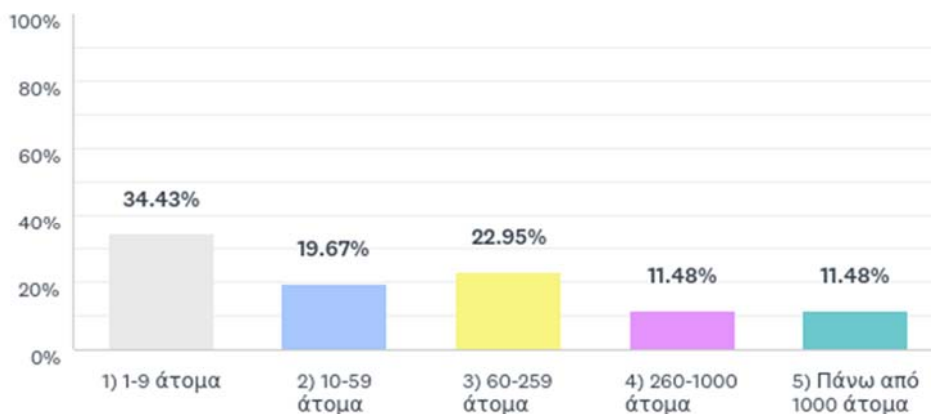
Διάγραμμα 4.13: Ερώτηση 4: Καθεστώς Εργασίας Επιχειρηματικών

4.4.2 Μέγεθος Επιχείρησης

Ερώτηση 14: Ποιο είναι το μέγεθος της επιχείρησής σας;

ANSWER CHOICES	RESPONSES	
1) 1-9 άτομα (1)	34.43%	21
2) 10-59 άτομα (2)	19.67%	12
3) 60-259 άτομα (3)	22.95%	14
4) 260-1000 άτομα (4)	11.48%	7
5) Πάνω από 1000 άτομα (5)	11.48%	7
TOTAL		61

BASIC STATISTICS				
Minimum	Maximum	Median	Mean	Standard Deviation
1.00	5.00	2.00	2.46	1.36



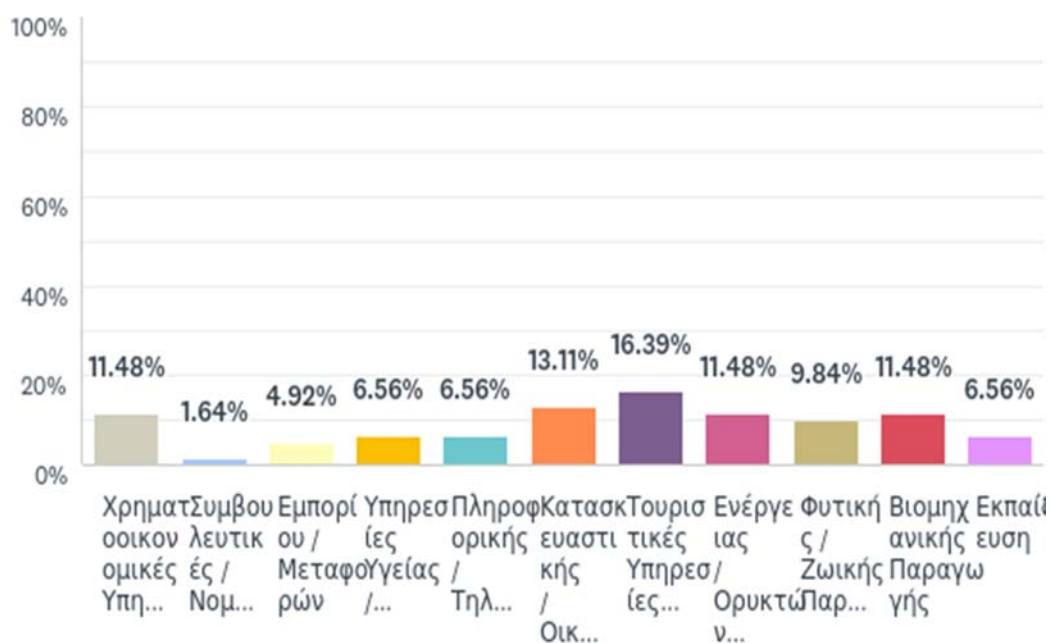
Διάγραμμα 4.14: Ερώτηση 14: Μέγεθος Επιχείρησης

Στη συγκεκριμένη ερώτηση, οι συμμετέχοντες απάντησαν κατά 34,43% ότι προέρχονται από πολύ μικρές επιχειρήσεις της τάξης μεγέθους των 1 – 9 ατόμων, ποσοστό 19,67% απάντησα ότι προέρχονται από επιχειρήσεις των 10 – 59 ατόμων, ποσοστό 11,48% από επιχειρήσεις 260 – 1000 ατόμων και τέλος, 11,48% από επιχειρήσεις στις οποίες δραστηριοποιούνται πάνω από 1000 άτομα (Διάγραμμα 4.14). Η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων, που άγγιξε το 77,05% (34,43% + 19,67% + 22,95%) απάντησαν ότι προέρχονται από τη κατηγορία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, στην οποία κατατάσσεται και ο μεγαλύτερος αριθμός των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον Κυπριακό χώρο.

4.4.3 Τομέας Δραστηριότητας

Ερώτηση 15: Σε ποιο τομέα δραστηριοποιείται η Εταιρία / Οργανισμός σας;

ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Χρηματοοικονομικές Υπηρεσίες / Ασφαλιστικές Υπηρεσίες	11.48%	7
Συμβουλευτικές / Νομικές Υπηρεσίες	1.64%	1
Εμπορίου / Μεταφορών	4.92%	3
Υπηρεσίες Υγείας / Φαρμακευτικές	6.56%	4
Πληροφορικής / Τηλεπικοινωνίες	6.56%	4
Κατασκευαστικής / Οικοδομικής	13.11%	8
Τουριστικές Υπηρεσίες / Υπηρεσίες Εστίασης	16.39%	10
Ενέργειας / Ορυκτών Καυσίμων	11.48%	7
Φυτικής / Ζωικής Παραγωγής	9.84%	6
Βιομηχανικής Παραγωγής	11.48%	7
Εκπαίδευση	6.56%	4
TOTAL		61



Διάγραμμα 4.15: Τομέας Επιχειρηματικής Δραστηριότητας

Στην ερώτηση αυτή, οι συμμετέχοντες απάντησαν ότι προέρχονται από διάφορους τομείς επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, οι οποίοι συνοψίζονται στο Διάγραμμα 4.15. Το μεγαλύτερο ποσοστό που έφτανε το 16,39% προερχόταν από τον τομέα των Τουριστικών Υπηρεσιών και Υπηρεσίες Εστίασης. Το δεύτερο μεγαλύτερο ποσοστό, 13,11%, προερχόταν από τον Κατασκευαστικό - Οικοδομικό Τομέα, ενώ στο τρίτο μεγαλύτερο ποσοστό, 11,48%, κατατάσσονται τρεις τομείς, οι Χρηματοοικονομικές Υπηρεσίες, οι Επιχειρήσεις Ενέργειας και Ορυκτών Καυσίμων, και Βιομηχανικής Παραγωγής και Μεταποίησης.

4.5 Ευαισθητοποίηση Επιχειρηματικών για ΕΚΕ

4.5.1 Εξοικείωση με την Έννοια της ΕΚΕ

Ερώτηση 5: Πόσο γνωστή σας είναι η έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ);

	ΠΡΩΤΗ ΦΟΡΑ ΤΟ ΑΚΟΥΩ (1)	ΤΟ ΈΧΩ ΞΑΝΑΚΟΥΣΕΙ ΑΛΛΑ ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ ΠΟΛΛΑ ΠΡΑΓΜΑΤΑ (2)	ΓΝΩΡΙΖΩ ΚΑΠΟΙΑ ΠΡΑΓΜΑΤΑ (3)	ΓΝΩΡΙΖΩ ΠΟΛΥ ΤΗΝ ΈΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΜΠΟΡΩ ΝΑ ΤΗΝ ΕΞΗΓΗΣΩ (4)	ΓΝΩΡΙΖΩ ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΤΟ ΘΈΜΑ ΚΑΙ ΈΧΩ ΣΥΜΜΕΤΑΣΧΕΙ ΈΜΜΕΣΑ Ή ΆΜΕΣΑ (5)	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE
Εξοικείωση με τον ορισμό της ΕΚΕ	8.20% 5	22.95% 14	34.43% 21	26.23% 16	8.20% 5	61	3.03

BASIC STATISTICS				
Minimum	Maximum	Median	Mean	Standard Deviation
1.00	5.00	3.00	3.03	1.07



Διάγραμμα 4.16: Ερώτηση 5: Επίπεδο Εξοικείωσης με την Έννοια της ΕΚΕ

Στην πιο πάνω ερώτηση, οι επιχειρηματικοί εκπρόσωποι καλούνταν να αξιολογήσουν τον εαυτό τους σχετικά με το πόσο γνωστό τους ήταν το θέμα της ΕΚΕ (Διάγραμμα 4.16). Εξετάζοντας τα αποτελέσματα έχει παρατηρηθεί ότι το μεγαλύτερο ποσοστό, 34,43% των ερωτηθέντων, απάντησαν ότι γνωρίζουν κάποια πράγματα για την ΕΚΕ. Στο δεύτερο υψηλότερο ποσοστό, 26,23%, αποκρίθηκαν ότι είναι πολύ καλοί γνώστες της συγκεκριμένης έννοιας, ενώ σύμφωνα με το τρίτο μεγαλύτερο ποσοστό, 22,95%, δήλωσαν ότι δεν γνωρίζουν πολλά πράγματα. Ο σταθμισμένος μέσος όρος σε κλίμακα Likert ήταν 3,03/5 επιδεικνύοντας ότι γενικά η εξοικείωση με το θέμα τοποθετείται στη δήλωση ότι οι ερωτηθέντες γνωρίζουν κάποια πράγματα για το θέμα. Ο σταθμισμένος μέσος όρος για τη συγκεκριμένη ερώτηση ήταν μεγαλύτερος σε σχέση με τον αντίστοιχο μέσο όρο των καταναλωτών, ο οποίος μόλις έφτανε τα 2,36/5 (Διάγραμμα 4.4). Το συγκριτικό αυτό αποτέλεσμα ήταν αναμενόμενο, εξαιτίας του μεγαλύτερου τεχνοκρατικού ενδιαφέροντος.

4.5.2 Σημαντικότητα ΕΚΕ σύμφωνα με Επιχειρηματικούς

Ερώτηση 6: Πως θα βαθμολογούσατε τη σημαντικότητα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης;

	ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (1)	ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΤΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (2)	ΜΕΡΙΚΩΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (3)	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (4)	ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (5)	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE
Σημαντικότητα	1.64%	11.48%	19.67%	47.54%	19.67%	61	3.72
	1	7	12	29	12		

BASIC STATISTICS				
Minimum	Maximum	Median	Mean	Standard Deviation
1.00	5.00	4.00	3.72	0.96



Διάγραμμα 4.17: Ερώτηση 6: Βαθμολόγηση Σημαντικότητας ΕΚΕ

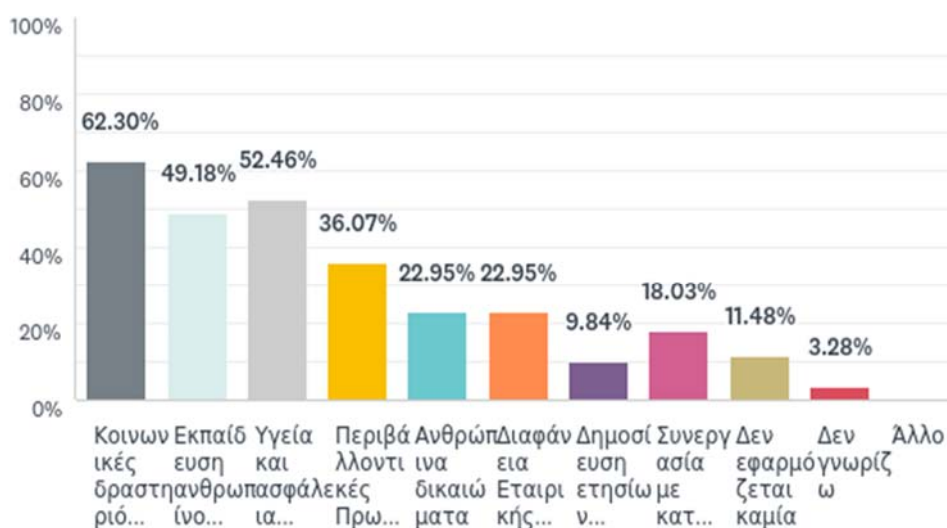
Στη συγκεκριμένη ερώτηση οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να βαθμολογήσουν, κατά την άποψη τους, τη σημαντικότητα του πλαισίου της ΕΚΕ (Διάγραμμα 4.17). Το μεγαλύτερο ποσοστό 47,54% την κατατάσσει ως πολύ σημαντική, ενώ στο δεύτερο πιο υψηλό ποσοστό 19,67% επικράτησαν δύο απόψεις, εξαιρετικά σημαντική και μερικώς σημαντική. Στο τρίτο μεγαλύτερο ποσοστό 11,48% οι ερωτώμενοι απάντησαν ότι δεν είναι τόσο σημαντική. Ο σταθμισμένος μέσος σε κλίμακα Likert ήταν 3,72/5, όπου κατέταξε την γενική άποψη ανάμεσα στην επιλογή, μερικώς σημαντική και πολύ σημαντική καταδεικνύοντας υψηλές τάσεις ευαισθητοποίησης των ερωτηθέντων για το πλαίσιο και της πρακτικές της ΕΚΕ. Σε σύγκριση με τους καταναλωτές, των οποίων ο αντίστοιχος μέσος όρος είχε φτάσει τα 3,60/5, τα δύο αποτελέσματα ήταν πολύ κοντινά (Διάγραμμα 4.5). Σε σχέση με το μέγεθος της επιχείρησης, οι συμμετέχοντες έτειναν να θεωρούν την ΕΚΕ και τις πρακτικές της ως πιο σημαντικές ανάλογα με το μέγεθος της επιχείρησης που αντιπροσώπευαν (Παράρτημα Α3. Πίνακας Α.12).

4.6 Εταιρικές Πολιτικές και Πρακτικές ΕΚΕ

4.6.1 Εταιρικές Πρακτικές ΕΚΕ

Ερώτηση 15: Ποιες δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης εφαρμόζει η εταιρία / οργανισμός σας;

ANSWER CHOICES	RESPONSES
Κοινωνικές δραστηριότητες (φιланθρωπικές οργανώσεις, εθελοντισμός, αθλητισμός, Πολιτισμός)	62.30% 38
Εκπαίδευση ανθρωπίνου δυναμικού	49.18% 30
Υγεία και ασφάλεια ανθρωπίνου δυναμικού	52.46% 32
Περιβάλλοντικές Πρωτοβουλίες	36.07% 22
Ανθρώπινα δικαιώματα	22.95% 14
Διαφάνεια Εταιρικής Διακυβέρνησης και Επιχειρηματική Ηθική	22.95% 14
Δημοσίευση ετησίων εκθέσεων κοινωνικής και περιβαλλοντικής απόδοσης	9.84% 6
Συνεργασία με καταναλωτές και προμηθευτές για μείωση δαπανών και αύξηση ποιότητας	18.03% 11
Δεν εφαρμόζεται καμία	11.48% 7
Δεν γνωρίζω	3.28% 2
Άλλο	0.00% 0
Total Respondents: 61	



Διάγραμμα 4.18: Ερώτηση 15. Εταιρικές Πρακτικές ΕΚΕ

Όσον αφορά τις εφαρμοζόμενες πρακτικές ΕΚΕ, οι εκπρόσωποι των επιχειρήσεων απάντησαν ότι οι οργανισμοί τους ανάμεσα σε άλλες πρακτικές, εφαρμόζουν κατά κύριο λόγο κοινωνικές πρωτοβουλίες, αφού αυτό έχει επιλεγθεί με ποσοστό 62,3% (Διάγραμμα 4.18). Στη δεύτερη θέση, με ποσοστό 52,46%, επιλέχθηκαν οι πρακτικές υγείας και ασφάλειας του ανθρώπινου δυναμικού, στην τρίτη θέση με 49.18% οι πρακτικές εκπαίδευσης του ανθρώπινου δυναμικού, ενώ στην τέταρτη θέση με ποσοστό 36,07% οι περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες. Αξίζει να αναφερθεί ότι, υπήρχαν επιχειρηματικοί, οι οποίοι απάντησαν πως δεν εφαρμόζεται καμιά πρωτοβουλία ΕΚΕ στην εταιρία τους, ένα ποσοστό που ανέβηκε στο 11,03%. Στον άξονα των περιβαλλοντικών πρωτοβουλιών παρατηρήθηκε αυξανόμενη τάση εφαρμογής των πρακτικών προς αυτή την κατεύθυνση, κατ' αναλογία με το μέγεθος της εταιρίας (Παράρτημα Α3, Διάγραμμα Α.13).

4.6.2 Πολιτικές ΕΚΕ

Ερώτηση 16: Βαθμολογήστε τη σημαντικότητα των πιο κάτω πολιτικών ΕΚΕ για την Επιχείρησή / Οργανισμό σας;

	ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΤΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΜΕΡΙΚΩΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE
Σχέση με την Κοινωνία (συνεισφορά στις κοινότητες)	1.64% 1	9.84% 6	26.23% 16	42.62% 26	19.67% 12	61	3.69
Σχέση με την Αγορά (σχέση με καταναλωτές, προμηθευτές)	1.64% 1	16.39% 10	29.51% 18	32.79% 20	19.67% 12	61	3.52
Προστασία του Περιβάλλοντος (σχέση εταιρίας και περιβαλλοντικών επιπτώσεων)	3.28% 2	21.31% 13	18.03% 11	37.70% 23	19.67% 12	61	3.49
Ανθρώπινο Δυναμικό (ασφάλεια και υγεία, ποιότητα εργασίας, εκπαίδευση)	0.00% 0	18.03% 11	13.11% 8	44.26% 27	24.59% 15	61	3.75



Διάγραμμα 4.19: Ερώτηση 16: Σημαντικότητα Πολιτικών ΕΚΕ

Στη συγκεκριμένη ερώτηση οι συμμετέχοντες καλούνταν να βαθμολογήσουν τις πιο πάνω κατηγορίες πολιτικών ΕΚΕ, δηλαδή το σύνολο των πρωτοβουλιών που προσανατολίζονται προς τις συγκεκριμένες κατευθύνσεις με βάση τη θεωρία των ενδιαφερόμενων μερών (Διάγραμμα 4.19). Η κατηγορία του ανθρώπινου δυναμικού έφερε το πιο μεγάλο σταθμισμένο μέσο όρο 3,75/5, στη δεύτερη θέση με 3,69/5 επιλέχθηκε η σχέση με την κοινωνία και στην τρίτη θέση με 3,52/5 η σχέση με την αγορά.

Η προστασία του περιβάλλοντος είχε μέση τιμή 3,49/5 και ήταν πολύ κοντά σε σχέση με τις υπόλοιπες, αφού η γενική άποψη την τοποθετούσε ανάμεσα στο μερικώς σημαντική και πολύ σημαντική.

4.6.3 Πράσινες Πρακτικές ΕΚΕ

Ερώτηση 17: Όσον αφορά την Περιβαλλοντική Ευθύνη της Εταιρίας σας ποιές Πρακτικές εφαρμόζετε;

ANSWER CHOICES	RESPONSES
Εξοικονόμησης Πόρων και Ενέργειας	37.70% 23
Ανακύκλωση, Διαχείριση αποβλήτων	47.54% 29
Βιώσιμη συσκευασία	1.64% 1
Ανάπτυξη προϊόντος φιλικού προς το περιβάλλον	1.64% 1
Διαδικασίες αξιολόγησης Κύκλου Ζωής	3.28% 2
Εφαρμογή Περιβαλλοντικού Συστήματος Διαχείρισης / Πιστοποίησης (EMS) όπως ISO 14001, EMAS, κλπ.	3.28% 2
Χρήση Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας (ΑΕΠ)	22.95% 14
Περιβαλλοντικές Μελέτες Επίπτωσης	4.92% 3
Χρηματοδότηση, παροχή πόρων σε εξωτερικά περιβαλλοντικά προγράμματα	16.39% 10
Εφαρμογή Οικολογικού Σήματος (Eco-Label)	1.64% 1
Δεν εφαρμόζεται κάποια πρωτοβουλία	36.07% 22
Total Respondents: 61	



Διάγραμμα 4.20: Ερώτηση 17: Εταιρικές Περιβαλλοντικές Πρακτικές

Στην ερώτηση αυτή, οι συμμετέχοντες καλούνταν να επιλέξουν περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες τις οποίες εφαρμόζουν (Διάγραμμα 4.20). Ποσοστό 63,93% απάντησε ότι εφαρμόζει κάποιου είδους περιβαλλοντικής πρωτοβουλίας, ενώ ένα 36,07% απάντησε ότι δεν εφαρμόζεται καμιά πρωτοβουλία.

Πιο συγκεκριμένα, η ανακύκλωση και η διαχείριση αποβλήτων με ποσοστό που έφτανε τα 47,54%, είχε την πιο μεγάλη τάση εφαρμογής. Η εξοικονόμηση πόρων και ενέργειας με 37,7,% ήταν η δεύτερη πιο συχνή περιβαλλοντική πρωτοβουλία. Ποσοστό 22,95% απάντησαν ότι χρησιμοποιούν ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, ενώ ποσοστό 16,39% απάντησε ότι αναλαμβάνει εξωτερικές πρωτοβουλίες με την παροχή πόρων σε εξωτερικά περιβαλλοντικά προγράμματα, όπως για παράδειγμα δενδροφυτεύσεις, καθαρισμούς ακτών, κτλ. Αξίζει να αναφερθεί ότι, 2 συμμετέχοντες δήλωσαν ότι εφαρμόζουν ολοκληρωμένα συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης, όπως ISO14000 και EMAS, ενώ ένας επιβεβαίωσε την εφαρμογή κάποιας οικολογικής περιβαλλοντικής σήμανσης, όπως είναι π.χ. το Ευρωπαϊκό Eco-Label.

4.6.4 Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης

Ερώτηση 18: Βαθμολογήστε την εφαρμογή κάποιου Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, Πιστοποίησης (EMS), όπως ISO 14001, EMAS, κλπ.

	ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (1)	ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΤΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (2)	ΜΕΡΙΚΩΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (3)	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (4)	ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (5)	ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ ΤΟ ΘΕΜΑ	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE
Σημαντικότητα	3.28%	9.84%	18.03%	44.26%	13.11%	11.48%	61	3.61
	2	6	11	27	8	7		

BASIC STATISTICS				
Minimum	Maximum	Median	Mean	Standard Deviation
1.00	5.00	4.00	3.61	0.99



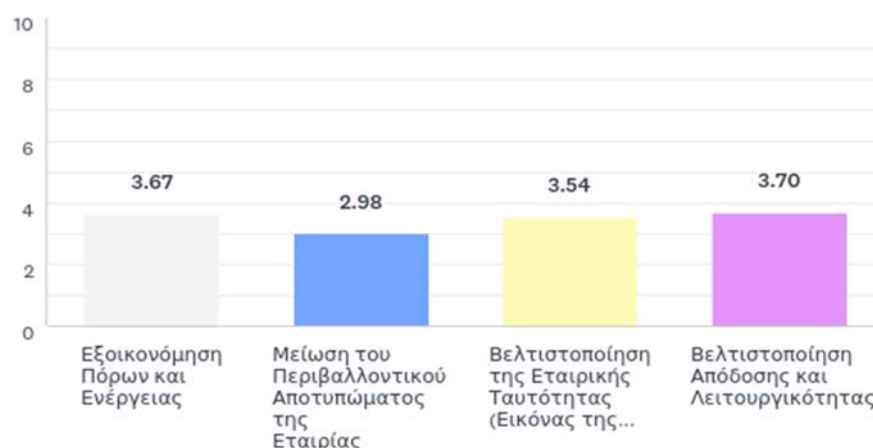
Διάγραμμα 4.21: Ερώτηση 18: Σημαντικότητα εφαρμογής Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης

Όσον αφορά την εφαρμογή ολοκληρωμένων συστημάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης από τις επιχειρήσεις, σύμφωνα με το Διάγραμμα 4.21, οι ερωτηθέντες απάντησαν ότι η εισαγωγή ενός αντίστοιχου συστήματος είναι πολύ σημαντική με ποσοστό 44,26%. Ποσοστό 18,03% απάντησε ότι μια τέτοια εφαρμογή είναι μερικώς σημαντική, ενώ ποσοστό 13,11% απάντησε ότι είναι εξαιρετικά σημαντική. Το τέταρτο μεγαλύτερο ποσοστό 11,48% δήλωσε ότι δεν γνώριζε για το θέμα, δηλαδή περί των συγκεκριμένων συστημάτων. Ο σταθμισμένος μέσος όρος σε κλίμακα Likert για αυτούς που δήλωσαν ότι γνωρίζουν για το συγκεκριμένο ζήτημα ήταν 3,61/5, κατατάσσοντας έτσι την γενική άποψη ανάμεσα από μερικώς σημαντική και σε πολύ σημαντική. Συγκρίνοντας τις απαντήσεις των συμμετεχόντων αναλόγως των μεγεθών των επιχειρήσεων από όπου προέρχονται, η εφαρμογή τέτοιων στρατηγικών έφερε υψηλότερες βαθμολογίες στις μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Επίσης, άγνοια για το θέμα συγκεντρωνόταν στις απαντήσεις των επιχειρήσεων μικρότερου μεγέθους, ίσως γιατί στις μικρές επιχειρήσεις, οι οποίες πολύ συχνά είναι οικογενειακές, οι υπεύθυνοι για τη λήψη αποφάσεων, π.χ. ιδιοκτήτες και διοίκηση, δεν τυγχάνουν μεγάλης τεχνοκρατικής κατάρτισης και εκπαίδευσης (Παράρτημα Α3, Πίνακας Α.14).

4.7 Οφέλη Περιβαλλοντικών Πρωτοβουλιών ΕΚΕ

Ερώτηση 19: Βαθμολογήστε τα οφέλη που προκύπτουν από την υιοθέτηση Περιβαλλοντικά Υπεύθυνων Πρωτοβουλιών.

	ΚΑΘ'ΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΔΕΝ ΕΊΝΑΙ ΤΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΜΕΡΙΚΩΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE
Εξοικονόμηση Πόρων και Ενέργειας	3.28% 2	8.20% 5	21.31% 13	52.46% 32	14.75% 9	61	3.67
Μείωση του Περιβαλλοντικού Αποτυπώματος της Εταιρίας	6.56% 4	27.87% 17	34.43% 21	22.95% 14	8.20% 5	61	2.98
Βελτιστοποίηση της Εταιρικής Ταυτότητας (Εικόνας της Επιχείρησης)	4.92% 3	16.39% 10	21.31% 13	34.43% 21	22.95% 14	61	3.54
Βελτιστοποίηση Απόδοσης και Λειτουργικότητας	0.00% 0	13.11% 8	24.59% 15	40.98% 25	21.31% 13	61	3.70



Διάγραμμα 4.22: Ερώτηση 19: Οφέλη Περιβαλλοντικών Πρωτοβουλιών ΕΚΕ

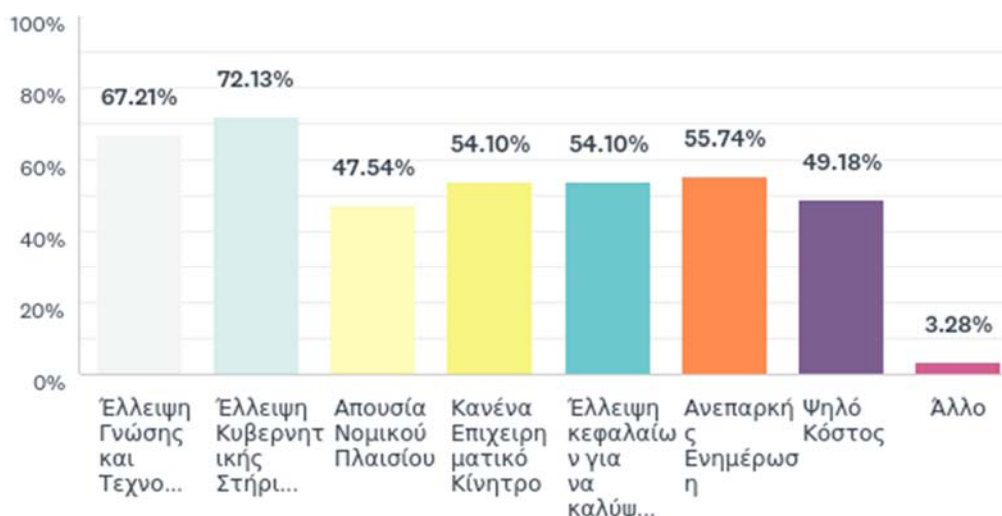
Σε αυτή την ερώτηση οι συμμετέχοντες καλούνταν να βαθμολογήσουν τα οφέλη που προκύπτουν από την εφαρμογή περιβαλλοντικά υπεύθυνων πρωτοβουλιών, όσον αφορά την επιχείρηση που αντιπροσώπευαν (Διάγραμμα 4.22). Τον μεγαλύτερο σταθμισμένο μέσο όρο στα 3,70/5 έφεραν τα οφέλη που προκύπτουν από τη βελτιστοποίηση της απόδοσης και λειτουργικότητας. Η δεύτερη σε κατάταξη επιλογή με μικρή διαφορά από την προηγούμενη, ήταν η εξοικονόμηση πόρων και ενέργειας με αποτέλεσμα 3,67/5. Η τρίτη επιλογή με 3,54/5 ήταν η βελτιστοποίηση της εικόνας της επιχείρησης, ενώ η τέταρτη με 2,98/5, είχε να κάνει με τη μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος της επιχείρησης και των δραστηριοτήτων της.

Στη γενική εικόνα, οι συμμετέχοντες κατέταξαν την βελτιστοποίηση της απόδοσης και την εξοικονόμηση πόρων πολύ κοντά, ενώ την καλύτερευση της εταιρικής εικόνας αμέσως μετά, με τάση κατάταξης ανάμεσα στη δήλωση μερικώς σημαντικές και πολύ σημαντικές. Δηλαδή, επικράτησε η θεώρηση ότι εφαρμόζοντας περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες τα οφέλη που προκύπτουν δεν είναι μόνο σημαντικά για την εικόνα της επιχείρησης, αλλά επιπλέον, οδηγούν σε βελτιστοποίηση της απόδοσης και λειτουργικότητας των παραγωγικών διαδικασιών μίας επιχείρησης. Η επιλογή μείωση του περιβαλλοντικού αντίκτυπου της εταιρίας τοποθετήθηκε στην άποψη ότι είναι μερικώς σημαντική, χαμηλότερα από τις υπόλοιπες επιλογές, καταδεικνύοντας περισσότερο ενδιαφέρον για την εσωτερική αειφορία της επιχείρησης, παρά την εξωτερική και του αντίκτυπου των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στο περιβάλλον. Συγκρίνοντας τις απαντήσεις και το μέγεθος της επιχείρησης, ήταν εμφανής η τάση οι ερωτώμενοι που αντιπροσώπευαν επιχειρήσεις μεγαλύτερου μεγέθους, να τείνουν να δίνουν υψηλότερες βαθμολογίες στα οφέλη που προκύπτουν. Ειδικότερα, το όφελος της βελτιστοποίησης της εικόνας ήταν πιο ξεκάθαρο καταδεικνύοντας ότι οι πιο μεγάλες εταιρίες με μεγαλύτερο όγκο δραστηριοτήτων και πιο διευρυμένο πελατολόγιο, να ενδιαφέρονται περισσότερο για την περιβαλλοντική τους εικόνα και την ανάπτυξη σχέσης εμπιστοσύνης με τους καταναλωτές, κάτι που μπορεί να οδηγήσει σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (Παράρτημα Α3, Πίνακας Α.15).

4.8 Εμπόδια και Δυσκολίες Εφαρμογής Πράσινων Πρωτοβουλιών

Ερώτηση 20: Ποιες είναι οι δυσκολίες και τα εμπόδια στην εφαρμογή Πράσινων Πρωτοβουλιών ΕΚΕ;

ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Έλλειψη Γνώσης και Τεχνολογίας	67.21%	41
Έλλειψη Κυβερνητικής Στήριξης	72.13%	44
Απουσία Νομικού Πλαισίου	47.54%	29
Κανένα Επιχειρηματικό Κίνητρο	54.10%	33
Έλλειψη κεφαλαίων για να καλύψουν τα έξοδα υλοποίησης τέτοιων συστημάτων	54.10%	33
Ανεπαρκής Ενημέρωση	55.74%	34
Ψηλό Κόστος	49.18%	30
Άλλο	3.28%	2
Total Respondents: 61		



Διάγραμμα 4.23: Ερώτηση 20: Εμπόδια εφαρμογής Πράσινων Πρωτοβουλιών ΕΚΕ

Όπως διαφαίνεται από το Διάγραμμα 4.22, οι δυσκολίες και τα εμπόδια που αντιμετωπίζονται για την ενεργοποίηση και κατ' επέκταση εφαρμογή πράσινων πολιτικών και δράσεων σύμφωνα με τους ερωτηθέντες, ήταν κατά κύριο λόγο η έλλειψη κυβερνητικής στήριξης, αφού αυτό επιλέγηκε από το 72,13%. Στη συνέχεια το 67,21% επέλεξε την έλλειψη γνώσης και τεχνολογίας. Ποσοστό 55,74% κατέδειξε την ανεπαρκή ενημέρωση για το θέμα, ως ένα ακόμα από τα μεγάλα εμπόδια.

Ποσοστό 54,10% δήλωσε ότι δεν υπάρχει κανένα επιχειρηματικό όφελος, και στην ίδια βαθμίδα μαζί με αυτό, αποτρεπτική είναι και η ανεπάρκεια κεφαλαίων για χρηματοδότηση τέτοιων προγραμμάτων. Επίσης, 49,18% δήλωσε ανάμεσα στα άλλα εμπόδια το υψηλό κόστος που μπορεί να απαιτηθεί για εφαρμογή τέτοιων προγραμμάτων. Δύο ερωτώμενοι (3,28%) επέλεξαν την επιλογή άλλο για να συμπληρώσουν σαν μία ανοικτού τύπου απάντηση στην ερώτηση. Οι δηλώσεις τους ήταν: 1) Επιπόλαιη Νοοτροπία και 2) Δεν έχει αναπτυχθεί ακόμη η κουλτούρα που θα μπορεί να υποστηρίξει την εφαρμογή Πράσινων Πρωτοβουλιών (Παράρτημα Α2, Πίνακας Α.1). Αξίζει να αναφερθεί ότι, το εμπόδιο της έλλειψης κεφαλαίων και το υψηλό κόστος εφαρμογής τους, έφερε μεγαλύτερο ποσοστό επιλογής από τους συμμετέχοντες αντιστρόφως ανάλογα του μεγέθους της επιχείρησης. Επίσης το εμπόδιο, μηδενικού επιχειρηματικού οφέλους είχαν την τάση να το επιλέγουν περισσότερο οι αντιπρόσωποι των μικρών επιχειρήσεων καταδεικνύοντας μαζί με το προηγούμενο τις αντικειμενικές δυσκολίες που αντιμετωπίζουν επιχειρήσεις μικρότερης τάξης μεγέθους προς αυτή την κατεύθυνση (Παράρτημα Α3, Πίνακας Α.16).

Κεφάλαιο 5

Σύνοψη-Συμπεράσματα-Εισηγήσεις

5.1 Σύνοψη

Οι βασικοί πόροι στους οποίους στηρίζονται οι επιχειρήσεις για την απαιτούμενη ενέργεια για την λειτουργία τους είναι πεπερασμένοι, και όπως είναι λογικό κάποια στιγμή θα φτάσουν σε σημείο εξάντλησης και μη βιώσιμης εκμετάλλευσής τους. Για παράδειγμα, με τους σημερινούς ρυθμούς κατανάλωσης των ορυκτών καυσίμων, στατιστικά έχει υπολογιστεί ότι ο πλανήτης διαθέτει πετρέλαιο για περίπου ακόμα 16.465 ημέρες, άνθρακα για ακόμα 149.580 ημέρες και φυσικό αέριο για 58.411 ημέρες (Worldometers, 2011) Καθώς οι πρωτογενείς πόροι εξαντλούνται, τόσο η κερδοφορία των επιχειρήσεων θα μειώνεται μέχρι το σημείο, όπου ο σημερινός κύκλος της βιομηχανίας σταματήσει.

Τα επιστημονικά στοιχεία δείχνουν ότι οι επιχειρηματικές δραστηριότητες επιδρούν έμμεσα ή άμεσα στην οικόσφαιρα και ότι οι αρνητικές συνέπειες των σημερινών πρακτικών είναι επιζήμιες για το φυσικό περιβάλλον. Η σημερινή οικονομική ανάπτυξη που βασίζεται σε εκτεταμένη εκμετάλλευση πόρων, ενώ ταυτόχρονα η εντατική ρύπανση είναι περιβαλλοντικά μη βιώσιμη. Ο στόχος της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας θεωρείται ως μια μακροπρόθεσμη προοπτική και έχει ως σκοπό να εξασφαλίσει την πρόοδο της οικονομικής δραστηριότητας χωρίς να προκαλείται καταστροφή του περιβάλλοντος.

Το πλαίσιο της ΕΚΕ αποτελεί τη δέσμευση των επιχειρήσεων να εξετάσουν, όχι μόνο την κερδοσκοπική πλευρά των μετόχων μιας επιχείρησης, αλλά και τα συμφέροντα όλων των ενδιαφερόμενων μερών, τα οποία επηρεάζονται από τις δραστηριότητές της (Jackson και Nelson, 2004: 4, 5). Στα ενδιαφερόμενα μέρη, όπως έχει αναφερθεί και νωρίτερα στην παρούσα εργασία, συμπεριλαμβάνονται οι καταναλωτές, η κοινότητα στην οποία λειτουργεί μια επιχείρηση, και το φυσικό περιβάλλον, το οποίο σύμφωνα με τους Yang et al., υποβαθμίζεται ποιοτικά και ποσοτικά σε πολλές περιπτώσεις σαν αποτέλεσμα των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων (Yang et al., 2011: 251).

Το παγκόσμιο περιβαλλοντικό κίνημα αναγνωρίζοντας αυτόν τον κίνδυνο, σε μια προσπάθεια να ενθαρρύνουν τις εταιρίες να τροποποιήσουν τις δικές τους τρέχουσες επιχειρηματικές πρακτικές και να ενσωματώσουν την ΕΚΕ, υπογραμμίζει τον ταχύ ρυθμό κατά τον οποίο η βιομηχανία εξαντλεί το περιβάλλον και έτσι απειλεί την ευημερία των επιχειρήσεων και γενικότερα της οικονομίας σε μακροπρόθεσμη βάση (Chang et al., 2002: 454, 455).

Η παρούσα εργασία εστιάζει ιδιαίτερα στις περιβαλλοντικές πρακτικές και πολιτικές της υιοθέτησης από μέρους των επιχειρήσεων της πρωτοβουλίας της ΕΚΕ. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη δεν έχει να κάνει μόνο με το καθαρό νομικό πλαίσιο και τις υποχρεώσεις που επιβάλλονται. Αντ' αυτού, αποτελεί δέσμευση για μια ολιστική προσέγγιση των επιχειρήσεων να λάβουν υπόψη την επίδραση τους στο περιβάλλον και να επιτύχουν μέσα από την περιβαλλοντική και οικονομική αειφορία, αφού η ολοκληρωμένη εφαρμογή περιβαλλοντικών πρωτοβουλιών και δράσεων μπορεί να τις οδηγήσει σε μείωση κόστους, σε βελτιστοποίηση της απόδοσής τους, όπως επίσης και στην ανάπτυξη μιας σχέσης εμπιστοσύνης με τον συνειδητοποιημένο καταναλωτή, ο οποίος στη συνέχεια θα προτιμήσει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της.

Όπως έχει αναφερθεί και στην Εισαγωγή της παρούσας εργασίας, μια βιώσιμη σχέση με τους καταναλωτές οδηγεί σε ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Έχει ήδη επισημανθεί ότι οι στάσεις των καταναλωτών προς τις κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις είναι πιο θετικές, παρά όταν βρίσκονται απέναντι από ανεύθυνες επιχειρήσεις. Οι καταναλωτές είναι πλέον πιο σωστά ενημερωμένοι για τη δυσχερή κατάσταση που αντιμετωπίζει το περιβάλλον. Ο γενικός πληθυσμός εκτιμά όλο και περισσότερο το ρόλο που πρέπει να αναλάβει για να επιβραδύνει το ρυθμό υποβάθμισης του περιβάλλοντος.

Αυτό έχει σαν συνέπεια, οι καταναλωτές σε πολλές εκ των περιπτώσεων να αγοράζουν πιο υπεύθυνα, επιλέγοντας σκόπιμα προϊόντα και υπηρεσίες που εξετάζουν τις επιπτώσεις τους στο περιβάλλον. Αυτό περιλαμβάνει οποιαδήποτε προϊόντα και υπηρεσίες. Για παράδειγμα, είναι πιο συνειδητοποιημένοι είτε πρόκειται για τα αυτοκίνητα που οδηγούν, είτε πρόκειται για τα απορρυπαντικά που χρησιμοποιούν. Ως αποτέλεσμα, μέσω μιας πιο φιλικής εταιρικής εικόνας στην οποία αντικατοπτρίζεται και ο γνώμονας λήψης των αποφάσεών τους, οι επιχειρήσεις μπορούν να ενθαρρύνουν και να αναπτύξουν μια σχέση εμπιστοσύνης με τους καταναλωτές. Παρ' όλα αυτά οι καταναλωτές σε πολλές περιπτώσεις δεν ερευνούν ενεργά ή δεν έχουν πρόθεση ατομικά να ενημερωθούν για τον περιβαλλοντικό αντίκτυπο ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας ή γενικότερα μιας επιχείρησης, και για τον λόγο αυτό επιβάλλεται από μέρους των επιχειρήσεων η εξεύρεση ενός πιο αποδοτικού τρόπου επικοινωνιακής προώθησης των πρακτικών ΕΚΕ που ακολουθούν (Schmeltz, 2012). Προσθέτοντας στα πιο πάνω, πολλές φορές δεν τους δίνεται καν η δυνατότητα πρόσβασης σε τέτοιες πληροφορίες. Για αυτό, όπως έχει διαπιστωθεί και από τους Rahbar και Wahid, η χρήση μιας αναγνωρίσιμης οικολογικής σήμανσης μπορεί να οδηγήσει στην περιβαλλοντικά υπεύθυνη πρόθεση αγοράς (Rahbar και Wahid, 2011).

Η ενσωμάτωση της ΕΚΕ στις επιχειρηματικές πρακτικές προάγει την απόδοση. Η καλύτερη διαχείριση αποβλήτων σε συνδυασμό με την εξοικονόμηση πόρων και ενέργειας, μπορούν ταυτόχρονα να ωφελήσουν το περιβάλλον και να μειώσουν το κόστος παραγωγής, αυξάνοντας έτσι την δυνατότητα για βελτιωμένα περιθώρια κέρδους (Blomgren, 2010: 263). Αναλαμβάνοντας τέτοιες πρωτοβουλίες, που στην ουσία είναι αυτοτροφοδοτούμενες και δεν υπαγορεύονται από κάποιο νομικό πλαίσιο, οι επιχειρήσεις που υποστηρίζουν τέτοιες στρατηγικές είναι λιγότερο πιθανό να επηρεαστούν αρνητικά από οποιαδήποτε νομοθεσία πρόκειται να εισαχθεί στο μέλλον. Κάτι τέτοιο σημαίνει ότι μειώνεται και ο κίνδυνος τυχόν νομικών συνεπειών στην περίπτωση μη συμμόρφωσης.

Κι ενώ το επιχείρημα ότι η ΕΚΕ δημιουργεί βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα εμπορικά οφέλη, όπως είναι η εξοικονόμηση πόρων και τα αυξημένα κέρδη, συχνά εφαρμόζοντας κάποιες πρακτικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης επιφέρεται και ένα αρχικό καθόλου ευκαταφρόνητο, τις περισσότερες φορές, κόστος (Tsai et al., 2010: 386).

Η συγκεκριμένη δυσκολία μεγεθύνεται στις περιπτώσεις των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, όπου οι μικροί κύκλοι εργασιών και ισολογισμοί οδηγούν πολλές φορές στην οικονομικά μη βιώσιμη εφαρμογή τέτοιων δράσεων, την έλλειψη επιχειρηματικού κινήτρου και την δυσκολία πρόσβασης σε τεχνογνωσία και πόρους για την ενσωμάτωση πράσινων πρωτοβουλιών (Sarbutts, 2003, Nielsen and Thomsen, 2009). Σε αυτές τις περιπτώσεις καθοριστικός παράγοντας είναι η πολιτεία, όπου με κυβερνητικές ρυθμίσεις και σχέδια μπορεί να δώσει επιπλέον κίνητρα μέσω της εκπαίδευσης, της παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών και τεχνογνωσίας από τα αντίστοιχα τμήματα, τις φορολογικές ελαφρύνσεις, τα χαμηλότοκα δάνεια και τη χρηματοδότηση από συγκεκριμένα προγράμματα είτε εγχώρια είτε από ευρωπαϊκούς πόρους. Τέτοια εθνικά σχέδια δράσης μπορούν να καλύψουν τις δυσκολίες και να ξεπεράσουν τα εμπόδια που αντιμετωπίζουν τέτοια μεγέθη επιχειρήσεων, ούτως ώστε να μπορέσουν να ενσωματώσουν στις δραστηριότητες τους πράσινες πρακτικές ΕΚΕ.

Ένα τέτοιο φιλόδοξο σχέδιο για την ανάπτυξη της ΕΚΕ έχει εκπονηθεί από την Κυπριακή Πολιτεία (Εθνικό Σχέδιο Δράσης 2013-2015). Μέσα από το Εθνικό Σχέδιο Δράσης για την ανάπτυξη της ΕΚΕ στόχος του κράτους είναι η προώθηση της έννοιας της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στην Κύπρο για να ενθαρρύνει την υπεύθυνη επιχειρηματικότητα και να ωθήσει της επιχειρήσεις στο να λαμβάνουν υπόψη τις επιπτώσεις των δραστηριοτήτων τους στην κοινωνία και κατ' επέκταση στο περιβάλλον.

Το συγκεκριμένο σχέδιο έρχεται να δράσει πάνω στο, δύσκολο από πλευράς εφαρμογής πρωτοβουλιών ΕΚΕ, Κυπριακό επιχειρηματικό πεδίο το οποίο αποτελείται κατά 99,9% από μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) (Στατιστική Υπηρεσία 2016) και οι οποίες αποτελούν όπως και στην υπόλοιπη Ευρώπη (European Commission, 2015) τη ραχοκοκαλιά της Κυπριακής Οικονομίας. Άξιο αναφοράς είναι το ελκυστικό πεδίο που προσπαθεί να διαμορφώσει το συγκεκριμένο σχέδιο δράσης για την προώθηση της εφαρμογής του Ευρωπαϊκού συστήματος περιβαλλοντικής διαχείρισης EMAS και την προώθηση του Ευρωπαϊκού συστήματος οικολογικής σήμανσης ECO-LABEL.

5.2 Συμπεράσματα Δείγματος Καταναλωτών

Το ερωτηματολόγιο για το δείγμα των Κύπριων καταναλωτών διανεμήθηκε τυχαία μέσω εφαρμογών κοινωνικής δικτύωσης και συλλέχθηκαν 143 απαντήσεις. Η πλειονότητα των συμμετεχόντων με ποσοστό 77% (Διάγραμμα 4.2) συγκεκριμένα ήταν ηλικιακά από 18 – 44 ετών και η εξήγηση έγκειται στο γεγονός ότι οι μεγαλύτερες ηλικίες δυσκολεύονται να χρησιμοποιήσουν τις ηλεκτρονικές μεθόδους που χρησιμοποιήθηκαν για τη συλλογή των απαντήσεων (Rosenberg et al., 2009). Επίσης, έχει παρατηρηθεί ότι οι συμμετέχοντες προέρχονταν κυρίως από υψηλό επίπεδο μόρφωσης καταδεικνύοντας μεγαλύτερες τάσεις ενδιαφέροντος για το υπό μελέτη θέμα από άτομα με ανώτερη εκπαίδευση (Διάγραμμα 4.3).

Αν και στην ερώτηση για την εξοικείωση με την έννοια της ΕΚΕ και τον βαθμό ενημέρωσης των καταναλωτών, το γενικό αποτέλεσμα έφερε χαμηλό σταθμισμένο μέσο όρο 2,36/5 (Διάγραμμα 4.5), ίσως γιατί ο ορισμός της ΕΚΕ ήταν κάπως πιο τεχνικός. Στην αμέσως επόμενη ερώτηση και έπειτα από κάποια κατατοπιστικά σχόλια, οι συμμετέχοντες ως προς τη σημαντικότητά της βαθμολόγησαν την ΕΚΕ με μέσο όρο 3,60/5, δηλαδή ως σημαντική αναδεικνύοντας θετικές τάσεις ευαισθητοποίησης για το πλαίσιο και τις πρακτικές της ΕΚΕ (Διάγραμμα 4.6) για τον Κύπριο καταναλωτή.

Ως η πιο γνωστή πρακτική ΕΚΕ (Διάγραμμα 4.6) για τους καταναλωτές ήταν αυτή των κοινωνικών πρωτοβουλιών, στη δεύτερη θέση οι περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες και στην τρίτη θέση οι πρακτικές ανθρωπίνου δυναμικού, γεγονός που ταυτίζεται με τα αποτελέσματα που δηλώνουν οι Krambia-Karardis και Ραβίου, όπου οι εταιρίες που δραστηριοποιούνται στον κυπριακό χώρο, τείνουν να δίνουν μεγάλη έμφαση στην κοινωνικά σχετική ΕΚΕ, και μετά σε πρακτικές που αφορούν στο χώρο εργασίας και προστασίας του περιβάλλοντος (Krambia-Karardis και Ραβίου, 2012: 62).

Όσον αφορά το ερώτημα του Διαγράμματος 4.7, για το ποιος πυλώνας αειφορίας είναι πιο σημαντικός για την ΕΚΕ, μπορεί να υπήρξε μια μικρή διακύμανση με διαφορές της τάξης του 2% στις απαντήσεις των καταναλωτών, αλλά και οι τρεις μέσες τιμές παραμένουν πολύ κοντά στην δήλωση πολύ σημαντική, καταδεικνύοντας ότι η επικρατούσα άποψη ότι οι πρακτικές της ΕΚΕ οδηγούν σε πολύ σημαντική ανάπτυξη εξίσου και των τριών πυλώνων αειφορίας.

Κατά την αγορά ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας (Διάγραμμα 4.8), οι καταναλωτές ταξινόμησαν τις προθέσεις τους ως εξής: πρώτα έχουν την τάση να επιλέγουν με βάση ποιότητα, ακολούθως με βάση την τιμή - αξία και σε τρίτο στάδιο εάν αυτό είναι περιβαλλοντικά φιλικό με σταθμισμένο μέσο 3,59/5. Η επιλογή περιβαλλοντικά φιλικό σαν κατευθυντήριο παράγοντας επιλογής ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας τοποθετήθηκε από τους ερωτηθέντες μεταξύ των απόψεων μερικώς σημαντική και πολύ σημαντική, αναδεικνύοντας θετική τάση περιβαλλοντικής συνείδησης στις καταναλωτικές τους συνήθειες για τη επίδραση του προϊόντος στο περιβάλλον. Στο ίδιο μήκος κύματος κυμάνθηκε και το ερώτημα εάν θα αγόραζαν ένα περιβαλλοντικά φιλικό προϊόν – υπηρεσία, εάν αυτό ήταν κάπως πιο ακριβό (Διάγραμμα 4.11). Η μέση τιμή 3,27/5 τοποθετούσε τη γενική άποψη ανάμεσα στο «μάλλον ναι» και στο «ναι», γεγονός που καταδεικνύει τη θετική πρόθεση των ερωτώμενων να προτιμήσουν και να επιβραβεύσουν μια περιβαλλοντικά υπεύθυνη επιχείρηση μέσω της αγοράς του προϊόντος της, έτσι όπως δηλώνεται και από τους Mohr et al. (Mohr et al., 2001).

Στο ερώτημα που σκιαγραφείται στο Διάγραμμα 4.10, εάν είναι ενήμεροι οι καταναλωτές για επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στη Κύπρο και οι οποίες εφαρμόζουν πράσινες πολιτικές ΕΚΕ ποσοστό περί το 54% (28,67% + 25,17%), λίγο περισσότερο από τους μισούς ερωτηθέντες, δήλωσαν ότι γνωρίζουν από καμία μέχρι μία τέτοια επιχείρηση καταδεικνύοντας την έλλειψη ενημέρωσης και το γεγονός ότι σαν καταναλωτές δεν αναζητούν ενεργά να πληροφορηθούν για τις πρακτικές των επιχειρήσεων και κατ' επέκταση των προϊόντων τους. Στον αντίποδα, οι οποίες επιχειρήσεις εφαρμόζουν πράσινες πρακτικές δεν επικοινωνούν με το πελατολόγιό τους (ή έστω το υποψήφιο πελατολόγιο) με ολοκληρωμένες μεθόδους πληροφόρησης, όπως για παράδειγμα είναι η εφαρμογή κάποιας αναγνωρίσιμης οικολογικής σήμανσης, όπως προωθείται και υποδεικνύεται και από το Εθνικό Σχέδιο Δράσης για την ΕΚΕ, ώστε να ενημερώσουν το ευρύ κοινό για τις συγκεκριμένες δραστηριότητές τους.

Σε συνέχεια του προηγούμενου και της οικολογικής σήμανσης, στο ερώτημα οι συμμετέχοντες υπό την ιδιότητα του καταναλωτή βαθμολόγησαν τη σημαντικότητα της παρουσίας ενός τέτοιου σήματος σε ένα προϊόν, ως σημαντική με σταθμισμένο μέσο 3,69/5, καταδεικνύοντας πρόσφορο έδαφος για τη εφαρμογή της συγκεκριμένης πρακτικής (Διάγραμμα 4.12) (Sammer και Wüstenhagen, 2006).

Αξιοσημείωτη είναι και η έρευνα του Horne, όπου έχει διαπιστώσει πως ενώ η παρουσία ενός Eco-Label σε ένα προϊόν ελκύει το μάτι του καταναλωτή και τον προσανατολίζει στην αγορά – προτίμησή του έναντι ανταγωνιστικών προϊόντων (Horne, 2009: 180).

Συνοψίζοντας, οι συμμετέχοντες καταναλωτές αν και δεν ήταν ιδιαίτερα εξοικειωμένοι με την τεχνική έννοια της ΕΚΕ, εμφάνισαν θετική τάση ευαισθητοποίησης για το πλαίσιο της, η οποία αξίζει να αναφερθεί αφού την χαρακτήρισαν γενικά ως σημαντική. Αναγνωρίζουν σαν πιο γνωστές πρακτικές ΕΚΕ τις κοινωνικές, αλλά πέραν του μισού πληθυσμού από το δείγμα των καταναλωτών επέλεξαν ότι αναγνωρίζουν και τις περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες. Βαθμολόγησαν την επίδραση που μπορεί να έχει η ΕΚΕ στον περιβαλλοντικό πυλώνα γενικά ως σημαντική. Για τις καταναλωτικές τους συνήθειες μετά την ποιότητα και την τιμή επέλεξαν το περιβαλλοντικό φιλικό πρόσωπο του προϊόντος ή της επιχείρησης σαν απόρροια της στρατηγικής ΕΚΕ που εφαρμόζει και τον χαρακτήρισαν σαν σημαντικό παράγοντα που ενδέχεται να τους επηρεάσει την αγορά και στις καταναλωτικές τους συνήθειες. Δήλωσαν επιπλέον, ότι μάλλον είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν κάπως πιο ακριβά ένα περιβαλλοντικά φιλικό προϊόν σε σχέση με κάποιο άλλο ανταγωνιστικό το οποίο δεν εμπεριέχει τέτοιες πρακτικές.

Όλα αυτά μαζί δημιουργούν μια θετική τάση ανάπτυξης ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, όπως δηλώθηκε από τους Porter και Kramer και Tsoutsouga για τις επιχειρήσεις που εφαρμόζουν στις στρατηγικές τους περιβαλλοντικές πρακτικές ΕΚΕ. Οι επιχειρήσεις με περιβαλλοντικά φιλική εταιρική ταυτότητα και εικόνα μπορούν να αναπτύξουν μια σχέση εμπιστοσύνης με τον καταναλωτή. Έτσι η περιβαλλοντική βιωσιμότητα μέσα από μία αμφίδρομη σχέση που δημιουργείται μπορεί να προάγει την οικονομική βιωσιμότητα μιας επιχείρησης. Σημαντικός παράγοντας είναι και η ενημέρωση των καταναλωτών για τις πράσινες πρακτικές ενός προϊόντος, μιας επιχείρησης και την επίδρασή τους στο περιβάλλον. Οι συμμετέχοντες στην παρούσα έρευνα, δυσκολευτήκαν να αριθμήσουν επιχειρήσεις που γνωρίζουν ότι εφαρμόζουν τέτοιες στρατηγικές στις δραστηριότητές τους. Ίσως αυτό να οφείλεται στο γεγονός ότι οι καταναλωτές δεν φέρουν τέτοια ευαισθητοποίηση ώστε να αναζητούν ενεργά τέτοιες πληροφορίες (Carrigan και Attalla (2001). Εδώ έρχεται για να καλύψει το κενό και η πρακτική της οικολογικής σήμανσης της οποίας η παρουσία βαθμολογήθηκε ως σημαντική από τους καταναλωτές.

5.2 Συμπεράσματα Δείγματος Επιχειρηματικών

Οι ερωτηθέντες που αφορούσαν αυτό το πληθυσμιακό δείγμα της έρευνας είχαν εντοπιστεί και είχαν προσεγγιστεί μεμονωμένα, κυρίως μέσω των κοινωνικών μέσων δικτύωσης. Για το δείγμα των επιχειρηματικών εκπροσώπων, δηλαδή των προϊστάμενων, των ατόμων ανώτερης διεύθυνσης και των ιδιοκτητών μιας εταιρίας οι οποίοι συμμετέχουν στα κέντρα που διαμορφώνουν την στρατηγική μιας επιχείρησης και καθορίζουν την λήψη των αποφάσεων, απάντησαν 61 άτομα από τον κυπριακό επιχειρηματικό κόσμο (Διάγραμμα 4.13). Διοικητικοί του δημοσίου τομέα αποκλείστηκαν εξ' ορισμού από την έρευνα. Στην περίπτωση των Ημικρατικών Οργανισμών όμως είχαν αποσταλεί ερωτηματολόγια, αφού για τους συγκεκριμένους οργανισμούς, παρ' όλο που οι προϋπολογισμοί τους εγκρίνονται από το κράτος, έχουν δικά τους διοικητικά συμβούλια και έχουν την δυνατότητα να διαμορφώνουν τις δικές τους πολιτικές με περισσότερη αυτονομία (Υπουργείο Οικονομικών, 2018: 3).

Στην ερώτηση για την εξοικείωση και την ενημέρωση για την έννοια της ΕΚΕ οι απαντήσεις των συμμετεχόντων έφεραν σταθμισμένο μέσο όρο 3,03/5 (Διάγραμμα 4.16). Ποσοστό σχετικά μέτριο, καταδεικνύοντας μέτρια επίπεδα ενημέρωσης και ενεργοποίησης προς το πλαίσιο της ΕΚΕ. Όσον αφορά τη σημαντικότητα, βαθμολόγησαν την ΕΚΕ ως σημαντική με μέσο όρο 3,72/5, αναδεικνύοντας θετικές τάσεις ευαισθητοποίησης για το πλαίσιο και τις πρακτικές της ΕΚΕ (Διάγραμμα 4.17).

Όσον αφορά τις εφαρμοζόμενες πρακτικές οι ερωτηθέντες απάντησαν (Διάγραμμα 4.18) ότι οι επιχειρήσεις που αντιπροσωπεύουν εφαρμόζουν κατά κύριο λόγο κοινωνικές πρωτοβουλίες, κατά δεύτερο λόγο πρακτικές σχετιζόμενες με το ανθρώπινο δυναμικό της επιχείρησης, και κατά τρίτο λόγο περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες (Διάγραμμα 4.18).

Αυτές είναι και οι κύριες πρακτικές που επεσήμαναν ότι αναγνωρίζουν και οι καταναλωτές (Διάγραμμα 4.6). Τα συγκεκριμένα αποτελέσματα ευθυγραμμίζονται με αυτά των Krambia-Karardis και Ρανίου, και που αφορούν τις πιο συχνές πρακτικές ΕΚΕ που εφαρμόζονται από τις Κυπριακές εταιρίες (Krambia-Karardis και Ρανίου, 2012: 62).

Οι ερωτώμενοι επιχειρηματικοί αναφορικά με το κομμάτι που σχετίζεται με τις πολιτικές της ΕΚΕ, βαθμολόγησαν με τη μεγαλύτερη βαθμολογία τον άξονα του ανθρώπινου δυναμικού με μέσο όρο 3,75/5 και τελευταίο τον περιβαλλοντικό άξονα με 3,49/5, αξιολογώντας τον παρ' όλα αυτά ως σημαντικό (Διάγραμμα 4.19).

Όσον αφορά τις πράσινες πρωτοβουλίες, σημαντικό ποσοστό που φτάνει τα 63,93% απάντησε ότι εφαρμόζει κάποιου είδους περιβαλλοντική πρωτοβουλία, ενώ το 36,07% απάντησε ότι δεν εφαρμόζεται καμιά περιβαλλοντική πρωτοβουλία, καταδεικνύοντας μέτρια αποτελέσματα που σχετίζονται με την εφαρμογή πράσινων πρωτοβουλιών (Διάγραμμα 4,20). Αξίζει να αναφερθεί ότι, η μη εφαρμογή τέτοιων πρωτοβουλιών προερχόταν κατά κύριο λόγο από τις επιχειρήσεις μικρού μεγέθους, που όπως έχει αναφερθεί και πιο πάνω, τα εμπόδια και οι δυσκολίες που συναντούν για υιοθέτηση πρακτικών ΕΚΕ είναι περισσότερα σε σύγκριση με τις μεγάλες επιχειρήσεις. Η πιο συχνή πρακτική η οποία έφερε την πιο μεγάλη τάση εφαρμογής ήταν η ανακύκλωση και η διαχείριση αποβλήτων με ποσοστό 47,54%.

Για τα οφέλη που προκύπτουν από την υιοθέτηση περιβαλλοντικών πρακτικών (Διάγραμμα 4.22) οι συμμετέχοντες βαθμολόγησαν ως πιο σημαντικά την βελτιστοποίηση της απόδοσης με μέσο όρο 3,70/5 και την εξοικονόμηση πόρων με 3,67/5. Πολύ κοντά στις τιμές αυτές ακολουθούσε και η βελτιστοποίηση της εικόνας της επιχείρησης με 3,54/5. Σε αυτή την περίπτωση, οι επιχειρηματικοί βαθμολόγησαν και τα τρία αυτά οφέλη ως σημαντικά αναγνωρίζοντας ότι η ενσωμάτωση πράσινων πρακτικών στα πλαίσια μιας στρατηγικής ΕΚΕ μπορεί να αυξήσει την απόδοση μιας επιχείρησης και να δημιουργήσει μια σχέση εμπιστοσύνης με το καταναλωτή – πελάτη που πολύ πιθανόν θα τους αυξήσει τα περιθώρια κέρδους. Δηλαδή, μπορεί να δημιουργήσει μια αμφίδρομη σχέση περιβαλλοντικής και οικονομικής αειφορίας για τις επιχειρήσεις τους. Προς ενίσχυση των προηγούμενων οι συμμετέχοντες σε αντίστοιχη ερώτηση βαθμολόγησαν την εφαρμογή ενός ολοκληρωμένου συστήματος περιβαλλοντικής διαχείρισης και πιστοποίησης του οποίου η φιλοσοφία συνοψίζει τα πιο πάνω ως σημαντική (Διάγραμμα 4.21).

Όσον αφορά τις δυσκολίες και τα εμπόδια που αντιμετωπίζονται για την ενεργοποίηση πράσινων πολιτικών και δράσεων σύμφωνα με τους ερωτώμενους (Διάγραμμα 4.22) ήταν κατά κύριο λόγο η έλλειψη κυβερνητικής στήριξης, αφού επιλέγηκε από το 72,13%.

Το εμπόδιο της έλλειψης γνώσης και τεχνολογίας επιλέχτηκε με τη δεύτερη μεγαλύτερη συχνότητα με ποσοστό 67,21%. Όλα τα προηγούμενα έρχονται σε αντίθεση με το ήδη υπάρχον Εθνικό Σχέδιο Δράσης της Κύπρου (ΕΣΔ 2013), όπου προσφέρονται κίνητρα όπως χρηματοδότηση και παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών προς αυτή την κατεύθυνση.

Αξίζει να αναφερθεί ότι ρίχνοντας μια πιο προσεκτική ματιά στα αποτελέσματα και μελετώντας τις απαντήσεις αναλόγως με το μέγεθος της επιχείρησης από το οποίο προέρχονταν, το εμπόδιο της έλλειψης κεφαλαίων, του ψηλού κόστους εφαρμογής και του μηδενικού επιχειρηματικού οφέλους, επιλεγόταν με μεγαλύτερα ποσοστά όσο το μέγεθος της επιχείρησης ήταν πιο μικρό. Κάτι τέτοιο καταδεικνύει τις αντικειμενικές δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι πιο μικρού μεγέθους επιχειρήσεις, οι οποίες δεν διαθέτουν τα κίνητρα, τους πόρους και τα μέσα πολλές φορές για την εφαρμογή τέτοιων πρωτοβουλιών, χωρίς αυτό βέβαια να μειώνει το ενδιαφέρον τους για συμμετοχή στο πλαίσιο της ΕΚΕ.

5.3 Διαπιστώσεις – Εισηγήσεις

Συνοψίζοντας όλα τα πιο πάνω, τόσο οι καταναλωτές αλλά και επιχειρηματικοί καταδεικνύουν μέτρια αποτελέσματα όσον αφορά την ενημέρωση για το πλαίσιο της ΕΚΕ. Παρ' όλα αυτά χαρακτηρίζουν τις πολιτικές της και τις πρακτικές της ως σημαντικό παράγοντα αειφορίας. Αν και οι πιο συχνές πρακτικές ΕΚΕ στον Κυπριακό χώρο αφορούν το κοινωνικό άξονα οι καταναλωτές έδειξαν μια θετική στάση για τις πράσινες πρωτοβουλίες και χαρακτήρισαν ως σημαντική την περιβαλλοντική πτυχή ενός προϊόντος στην πρόθεση αγοράς του, δείχνοντας θετική στάση επιβράβευσης – προτίμησης σε σχέση με κάποιο άλλο ανταγωνιστικό προϊόν, δημιουργώντας μια τάση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος για τις συγκεκριμένες επιχειρήσεις.

Οι επιχειρήσεις από την άλλη μεριά, μέσα από τις απαντήσεις των αντιπροσώπων τους, έδειξαν ότι αναγνωρίζουν πως εκτός από τη βελτιστοποίηση της εταιρικής τους ταυτότητας μέσα από μια καλύτερη περιβαλλοντική εικόνα, η εφαρμογή τέτοιων πράσινων πρωτοβουλιών μπορεί να αυξήσει την εσωτερική τους απόδοση και λειτουργικότητα.

Παρ' όλα αυτά, στην πράξη και ειδικότερα στην περίπτωση της Κύπρου, η εφαρμογή τέτοιων πρακτικών βρίσκεται σε μέτρια επίπεδα. Αν και εφαρμόζεται ένα αρκετά φιλόδοξο Σχέδιο Δράσης από την πολιτεία, σκοπός του οποίου είναι η προώθηση της ΕΚΕ με συγκεκριμένες δράσεις, όπως για παράδειγμα της χρηματοδότησης και η παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών για την εφαρμογή δύο ολιστικών προγραμμάτων που συνοψίζουν όλη τη φιλοσοφία της περιβαλλοντικής και οικονομικής βιωσιμότητας, όπως είναι τα αντίστοιχα συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης και Οικολογικής Σήμανσης, οι επιχειρήσεις που τα υιοθετούν στον παρόν στάδιο μετρούν πολύ μικρούς αριθμούς.

Αναγκαίος κρίνεται ο επαναπροσδιορισμός αυτού του σχεδίου δράσης και η δημιουργία και άλλων υποστηρικτικών σχεδίων στα δεδομένα του επιχειρηματικού πεδίου της Κύπρου, το οποίου πρέπει να ληφθεί υπόψη πως η πλειονότητά του αποτελείται από πολύ μικρές επιχειρήσεις. Ένα γεγονός που εγείρει επιπλέον εμπόδια αφού το επιχειρηματικό τους όφελος δεν τόσο ξεκάθαρο. Η δημιουργία πραγματικών κινήτρων είναι αναγκαία, όπως είναι για παράδειγμα, η αύξηση της υφιστάμενης χρηματοδότησης των αντίστοιχων προγραμμάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης και πιστοποίησης, τόσο για την εφαρμογή τους αλλά και στη συνέχεια, κατά τη διάρκεια της ανανέωσης της πιστοποίησης των συγκεκριμένων συστημάτων.

Απαραίτητη κρίνεται και η έμπρακτη και συνεχής παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών για την εισαγωγή και επικύρωση τέτοιων συστημάτων, όπως επίσης και η υιοθέτηση ακόμα πιο ελκυστικών φορολογικών κινήτρων για περιβαλλοντικά φιλικά προϊόντα ή υπηρεσίες. Ακόμη, επιπλέον σχέδια χορηγιών για εξοικονόμηση ενέργειας και προώθηση της χρήσης Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας προς τους Οργανισμούς του ιδιωτικού τομέα, τείνουν να προσανατολίζουν προς ΕΚΕ. Τέλος, τέτοιο προσανατολισμό μπορεί να υποδείξει και η υλοποίηση περιβαλλοντικών σεμιναρίων και εργαστηρίων ενημέρωσης και εκπαίδευσης σε συνεργασία με εξειδικευμένους φορείς και περιβαλλοντικές μη κερδοσκοπικές οργανώσεις (ΜΚΟ), τόσο για επιχειρηματίες αλλά και για το ευρύ κοινό. Μέσα σε όλα αυτά, εννοείται πως είναι σημαντική η έμπρακτη επιβράβευση των επιχειρήσεων που διακρίνονται σε θέματα περιβάλλοντος και γενικότερα αειφόρου ανάπτυξης.

Όλα τα προαναφερθέντα είναι μερικά παραδείγματα που μπορούν να ωθήσουν τον Κυπριακό Επιχειρηματικό Κόσμο προς την υιοθέτηση πράσινων πρωτοβουλιών κάτω από ένα στρατηγικό πλαίσιο Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, έτσι ώστε αυτή να αποτελέσει το εργαλείο που θα γεφυρώνει την οικονομική απόδοση με την περιβαλλοντική προστασία.

Καταλήγοντας η ΕΚΕ στην Κύπρο είναι σε πρώιμο ακόμα στάδιο με μέτρια αποτελέσματα εφαρμογής Περιβαλλοντικών Πρωτοβουλιών ειδικά για τις μικρές επιχειρήσεις. Η ΕΚΕ είναι το πλαίσιο που ξεπερνά τις νομικές υποχρεώσεις μιας επιχείρησης και υποβοηθούμενη σωστά από την Πολιτεία μπορεί να αποτελέσει το μέσο δημιουργίας μιας αμφίδρομης σχέσης μεταξύ Οικονομικής και Περιβαλλοντικής Αειφορίας!

Βιβλιογραφία

- Aliaga, M. and Gunderson, B. (2006). *Interactive statistics*, 3rd ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Argenti, P. A. (2004) Collaborating with Activists: How Starbucks Works with NGO's, *California Management Review*, 47 (1), pp. 91 – 116.
- Arruda, P. (2011) Perspective of the Sugarcane Industry in Brazil, *Tropical Plant Biology*, 4 (1), pp. 3 – 8.
- Babiak, K. And Trendafilova, S. (2011) CSR and Environmental Responsibility: Motives and Pressures to Adopt Green Management Products, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 18 (1), pp. 11 – 24.
- Banerjee, S., B. (2008) Corporate Social Responsibility: The Good, the Bad and the Ugly, *Critical Sociology*, 34 (1), pp. 51 – 79.
- Becker-Olsen, K. L., Cudmore, B. A. and Hill, R. P. (2006) The Impact of Perceived Corporate Social Responsibility on Consumer Behavior, *Journal of Business Research*, 59 (1), pp. 46 – 53.
- Blomgren, A. (2011) Does Corporate Social Responsibility Influence Profit Margins? A Case Study of Executive Perceptions, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 18 (5), 263 – 274.
- Bloom, P. N. and Gundlach, G. T. (2001), *Handbook of Marketing and Society*. California: Sage Publications.
- Bowen, H. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper & Row.
- Carrigan, M. and Attalla, A. (2001) The Myth of the Ethical Consumer - Do Ethics Matter in Purchase Behavior?, *Journal of Consumer Marketing*, 18 (7), pp. 560 – 578.
- Carroll, A. B. (1979) A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance, *The Academy of Management Review*, 4 (4), pp. 497 – 505.
- Carroll, A. B. (2008). A history of corporate social responsibility: concepts and practices, in C. Andrew, a. McWilliams, D. Matten, J. Moon and D. Siegel (eds), *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, pp. 19 – 46. Oxford: Oxford University Press.
- Carroll, A. B. and Shabana, K. M. (2010) The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice, *International Journal of Management Reviews*, 12 (1), pp. 85 – 105.
- Chang, J., Leung, D. Y. C., Wu, C. Z. and Yuan, Z. H. (2003) A Review on the Energy Production, Consumption, and Prospect of Renewable Energy in China, *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 7 (5), pp. 453 – 468.

Crane, A. and Ruebottom, Trish. (2011) Stakeholder Theory and Social Identity: Rethinking Stakeholder Identification, *Journal of Business Ethics*, 102 (1), pp. 77 – 87.

Converse, J. M. and Presser, S. (1986). *Survey Questions: Handcrafting the Standardized Questionnaire*. Beverly Hills: Sage Publications.

Cyta – Cyprus Telecommunication Authority, 2018. Accessed: 22 April 2018, <https://www.cyta.com.cy/press-releases>

Cyta - Cyprus Telecommunication Authority, 2018. Accessed: 22 April 2018, <https://www.cyta.com.cy/recycling>

Davis, K. (1960) Can business afford to ignore social responsibilities? *California Management Review*, 2 (3), pp. 70 – 76.

Deng, X., Kang, J-K. and Low, B. S. (2013), Corporate Social Responsibility and Stakeholder Value Maximization: Evidence from Mergers, *Journal of Financial Economics*, 110 (1), pp. 87 – 109.

Du, S., Bhattacharya, C., B. and Sen, S. (2010) Maximizing Business Returns to Corporate Social Responsibility (CSR): The Role of CSR Communication, *International Journal of Management Reviews*, 12 (1), pp. 8 – 19.

European Commission (2001) *Green Paper: Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility*. Brussels: Commission of the European Communities. https://www.iisd.org/business/issues/eu_green_paper.aspx [Accessed: 20 April 2018]

European Commission (2006a) *Commission Regulation No. 196/2006 of 3 February 2006 amending Annex I to Regulation (EC) No 761/2001 of the European Parliament and of the Council to take account of the European Standard EN ISO-14001:2004, and repealing Decision 97/265/EC, OJ L 32*, Brussels: Commission of the European Communities.

European Commission (2010) *Corporate Social Responsibility – National Public Policies in the European Union*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. <https://www.employment.gov.sk/files/slovensky/ministerstvo/spolocenska-zodpovednost/csr-national-public-policies-in-the-eu.pdf> [Accessed: 20 April 2018]

European Commission (2014) *Corporate Social Responsibility: National Public Policies in the European Union*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/corporate-social-responsibility-national-public-policies-european-union-compendium-2014> [Accessed: 20 April 2018]

European Commission (2015) *User guide to the SME Definition*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. https://eda.europa.eu/docs/default-source/documents/smedefinitionguide_en.pdf [Accessed: 16 May 2018]

European Commission (2018a) *Environment – EMAS*. Available at: http://ec.europa.eu/environment/emas/emas_registrations/statistics_graphs_en.htm [Accessed: 29 April 2018]

European Commission (2018b) *Official European Union Ecolabel*. Available at: <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/> [Accessed: 16 April 2018]

European Council (2016) *Paris Agreement on Climate Change*. Paris: Council of the European Union. <http://www.consilium.europa.eu/el/policies/climate-change/timeline/> [Accessed: 21 April 2018]

European Parliament and Council of the European Union (2001) *Council Regulation No. 761/2001 of 19 March 2001 allowing voluntary participation by organizations in a Community eco-management and audit scheme (EMAS)*, OJ L 114, Brussels: Commission of the European Communities.

European Parliament and Council of the European Union (2018c) *Official European Union Ecolabel*. Available at: <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/facts-and-figures.html> [Accessed: 16 April 2018]

Fisher, K., Geenen, J., Jurcevic, M., McClintock, K. and Davis, G. (2009) Applying asset-based Community Development as a Strategy for CSR: a Canadian Perspective on a Win-Win for Stakeholders and SMEs, *Business Ethics: A European Review*, 18 (1), pp. 66 – 82.

Flick, U. (2006). *An introduction to qualitative research*. London: Sage Publications.

Frederick, W. C. (1960) The growing concern over business responsibility, *California Management Review*, 2 (4), pp. 54 – 61.

Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman Publishing.

Freeman, R. E. and Reed, D. L. (1983) Stockholders and Stakeholders: A new perspective on Corporate Governance, *California Management Review*, 25 (3), pp. 88 – 106.

Giménez, L. G., Casadesús, F. M and Pasola, V. J. (2003) Using Environmental Management Systems to Increase Firms' Competitiveness, *Corporate Social Responsibility of Environmental Management*, 10 (2), pp. 101 – 110.

Global Report Initiative, 2018. Accessed: 16 May 2018, <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>

Godfrey, P. C., Merrill, C. B. and Hansen, J. M. (2009) The Relationship Between Corporate Social Responsibility and Shareholder Value: An Empirical Test of the Risk Management Hypothesis, *Strategic Management Journal*, 30 (4), pp. 425 – 445.

Gravetter, F. J. and Wallnau, L. B. (2004). *Statistics for the behavioral sciences*, 6th ed. Belmont: Wadsworth.

Gunningham, N. (2009) Shaping Corporate Environmental Performance: A Review, *Environmental Policy and Governance*, 19 (4), pp. 215 – 231.

Hamel, J., Dufour, S. and Fortin, D. (1993). *Case Study Methods*. California: Sage Publications.

Hamman, R., Agbazue, T., Kapelus, P. and Hein, A. (2005) Universalizing Social Corporate Responsibility? South African Challenges to the International Organization for Standardization's New Social Responsibility Standard, *Business and Society Review*, 110 (1), pp. 1 – 19.

Horne, R. E. (2009) Limits to Labels: The Role of Eco-Labels in the Assessment of Product Sustainability and Routes to Sustainable Consumption, *International Journal of Consumer Studies*, 33 (2), pp. 175 – 182.

International Monetary Fund. (2016). *World Economic and Financial Surveys*. Available at: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2001/01/data/index.htm#changes> [Accessed: 16 May 2018]

International Organization for Standardization, 2018. Accessed: 16 May 2018, <https://isotc.iso.org/livelink/livelink?func=ll&objId=18808772&objAction=browse&viewType=1>

Jackson, I. and Nelson, J. (2004) Values-Driven Performance: Seven Strategies For Delivering Profits With Principles, *Ivey Business Journal*, 69 (2), pp. 1 – 8.

Jacoby, J. and Matell, M. S. (1971) Three-Point Likert Scales are Good Enough, *Journal of Marketing Research*, 8, pp. 495 – 501.

Johnson, H. L. (1971). *Business in Contemporary Society: Framework and Issues*. California: Wadsworth.

Krambia-Kapardis, M. (2012). "The CSR Experience in Cyprus", in Krambia-Kapardis, M. and Huntingford, J. (eds) *CSR and Competitiveness in the Euro Med Area*. Nicosia: AS Print X Press.

Krambia-Kapardis, M. and Pavlou, I. (2012) Competitiveness of CSR Actions: Learning from the Cypriot Experience, *International Journal of Business and Social Research*, 2 (2), pp. 54 – 67.

Lavrakas, P. J. (2008). *Encyclopedia of survey research methods*. California: SAGE Publications.

Lee, K-H. and Kim, J-W. (2009) Current status of CSR in the Realm of Supply Management: The Case of the Korean Electronics Industry, *Supply Chain Management: An International Journal*, 14 (2), pp. 138 - 148.

LG Electronics Corp. 2018. Accessed: 9 April 2018, <http://www.lg.com/global/sustainability/environment/operational-efficiency/energy-and-ghg-emissions>

LG Electronics Corp. 2018. Accessed: 9 April 2018, <http://www.lg.com/global/sustainability/environment/greener-products/green-product-strategy>

LG Electronics Corp. 2018. Accessed: 9 April 2018, <http://www.lg.com/global/sustainability/environment/operational-efficiency/waste-and-emissions>

LG Electronics Corp. 2018. Accessed: 9 April 2018, <http://www.lg.com/global/sustainability/environment/operational-efficiency/water-management>

Lii, Y., S. and Lee, M. (2012) Doing Right Leads to Doing Well: When the Type of CSR and Reputation Interact to Affect Consumer Evaluations of the Firm, *Journal of Business Ethics*, 105 (1), pp. 69 – 81.

Likert, R. (1932) A Technique for the Measurement of Attitudes, *Archives of Psychology*, 22, pp. 140 – 155.

Lyman, A. R. (1991) Customer Service: Does Family Ownership Make a Difference?, *Family Business Review*, 4, pp. 303 – 324.

McWilliams, A., Siegel, D. S. and Wright, P. M. (2006) Guest Editors' Introduction Corporate Social Responsibility: Strategic Implications, *Journal of Management Studies*, 43 (1), pp. 1 – 18.

Minor, D. and Morgan, J. (2011) CSR as Reputation Insurance: Primum Non Nocere, *California Management Review*, 53 (3), pp. 39 – 60.

Mohr, L. A., Webb, D. J. and Harris, K. E. (2001) Do Consumers Expect Companies to be Socially Responsible? The Impact of Corporate Social Responsibility on Buying Behavior, *Journal of Consumer Affairs*, 35 (1), pp. 45 – 72.

Nielsen, A. E. and Thomsen, C. (2009) CSR Communication in Small and Medium-Sized Enterprises: A study of the Attitudes and Beliefs of Middle Managers, *Corporate Communications: An International Journal*, 14 (2), pp. 176 – 189.

Öberseder, M., Schlegelmilch, B. and Gruber, V. (2011) "Why Don't Consumers Care About CSR?": A Qualitative Study Exploring the Role of CSR in Consumption Decisions, *Journal of Business Ethics*, 104 (4), pp. 449 – 460.

Parent, M. M. and Deephouse, D. L. (2007) A Case Study of Stakeholder Identification and Prioritization by Managers, *Journal of Business Ethics*, 75 (1), pp. 1 – 23.

Porter, M. E. and Kramer, M. R. (2006) The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility, *Harvard Business Review*, pp. 78 – 92.

Pinkston, T. S. and Carroll, A. B. (1994) Corporate Citizenship Perspectives and Foreign Direct Investment in the U.S., *Journal of Business Ethics*, 13 (3), pp. 157 – 169.

Rahbar, E. and Wahid, N. A. (2011) Investigation of Green Marketing Tools' Effect on Consumers' Purchase Behaviour, *Business Strategy Series*, 12 (2), pp. 73 – 83.

Republic of Cyprus. Planning Bureau. (2013) National Action Plan (NAP) for Corporate Social Responsibility. Available at: [http://www.dgepcd.gov.cy/dgepcd/dgepcd.nsf/All/52A9E92D68B1FA2EC2257D2B002ED4CF/\\$file/%CE%95%CE%A3%CE%94-%CE%95%CE%9A%CE%95%202013-2015.pdf](http://www.dgepcd.gov.cy/dgepcd/dgepcd.nsf/All/52A9E92D68B1FA2EC2257D2B002ED4CF/$file/%CE%95%CE%A3%CE%94-%CE%95%CE%9A%CE%95%202013-2015.pdf) [Accessed: 20 April 2018]

Rosenberg, L., Kottorp, A., Winblad, B. and Nygård, L. (2009) Perceived Difficulty in Everyday Technology Use Among Older Adults With or Without Cognitive Deficits, *Scandinavian Journal of Occupational Therapy*, 16 (4), pp. 216 – 226.

Royal Dutch Shell, 2018. Accessed: 9 April 2018, <https://www.shell.com/sustainability/environment/climate-change.html>

Sammer, K. and Wüstenhagen, R. (2006) The Influence of Eco-Labeling on Consumer Behaviour – Results of a Discrete Choice Analysis for Washing Machines, *Business Strategy and The Environment*, 15 (3), pp. 185 – 199.

Sarbutts, N. (2003) Can SMEs “Do” CSR? A Practitioner’s View of the Ways Small- and Medium-Sized Enterprises are Able to Manage Reputation Through Corporate Social Responsibility, *Journal of Communication Management*, 7 (4), pp. 340 – 347.

Schmeltz, L. (2012) Consumer-Oriented CSR Communication: Focusing on Ability or Morality?, *Corporate Communications: An International Journal*, 17 (1), pp. 29 – 49.

Sen, S. and Bhattacharya, C. B. (2001) Does Doing Good Always Lead to Doing Better? Consumer Reactions to Corporate Social Responsibility, *Journal of Marketing Research*, 38 (2), pp. 225 – 243.

Shapiro, B. (1995) Collaring the Crime, Not the Criminal: Reconsidering the Concept of White-Collar Crime, *American Sociological Review*, 55 (3), pp. 346 – 365.

Simpson, M., Taylor, N. and Barker, K. (2004) Environmental Responsibility in SMEs: Does it Deliver Competitive Advantage?, *Business Strategy and the Environment*, 13 (3), pp. 156 – 171.

Starbucks, 2018. Accessed: 9 April 2018, <https://www.starbucks.com/responsibility/environment>

Statistical Service of the Ministry of Finance of the Republic of Cyprus. (2011). *Preliminary Results of the Census of Population*. Available at: <http://www.cystat.gov.cy/mof/cystat/statistics.nsf/All/732265957BAC953AC225798300406903?OpenDocument&sub=2&sel=1&e=> [Accessed: 10 May 2018]

Statistical Service of the Ministry of Finance of the Republic of Cyprus. (2016). *Number of Enterprises by Economic Activity and Size Group 2016*. Available at: http://www.mof.gov.cy/mof/cystat/statistics.nsf/labour_33main_gr/labour_33main_gr?OpenForm&sub=3&sel=1 [Accessed: 10 May 2018]

Sudman, S., Bradburn, N. M., and Schwarz, N. (1996). *Thinking about answers: The application of cognitive processes to survey methodology*. California: Jossey-Bass.

Tsai, W-H., Hsu, J-L., Chen, C-H., Lin, W-R. and Chen, S-P. (2010) An Integrated Approach for Selecting Corporate Social Responsibility Programs and Costs Evaluation in the International Tourist Hotel, *International Journal of Hospitality Management*, 29 (3), pp. 385 – 396.

Tsoutsoura, M. (2004) Corporate Social Responsibility and Financial Performance, *UC Berkeley: Working Paper Series*, pp. 1 – 21.

Turban, D. B. and Greening, D. W. (1997) Corporate Social Performance and Organizational Attractiveness to Prospective Employees, *The Academy of Management Journal*, 40 (3), pp. 658 – 672.

United Nations Conference on Environment and Development (1992) *Rio Declaration on Environment and Development*. United Nations: General Assembly. <http://www.un.org/documents/ga/conf151/aconf15126-1annex1.htm> [Accessed: 20 April 2018]

United Nations Industrial Development Organisation (2002) *Corporate Social Responsibility: Implications for Small and Medium Enterprises in Developing Countries*. Vienna: UNIDO.

Vives, A. (2006) Social and Environmental Responsibility in Small and Medium Enterprises in Latin America, *The Journal of Corporate Citizenship*, 21 (1), pp. 39 – 50.

Waltz, E. (2010) Shell's Billions to Convert Brazilian Biomass into Fuel, *Nature Biotechnology*, 28 (1), pp. 305 – 305.

Wang, T. and Bansal, P. (2012) Social Responsibility in New Ventures: Profiting from a Long-Term Orientation, *Strategic Management Journal*, 33 (10), pp. 1135 – 1153.

Webster, F. E. Jr. (1975) Determining the Characteristics of the Socially Conscious Consumer, *Journal of Consumer Research*, 2 (3), pp. 188 – 196.

Werther, W. B. Jr. and Chandler, D. (2011). *Strategic Social Corporate Responsibility: Stakeholders in a Global Environment*, 2nd ed. California: Sage Publications.

World Bank. (2016). *Country and Lending Groups*. Available at: http://data.worldbank.org/about/country-and-lending-groups#High_income [Accessed: 16 May 2018].

World Business Council for Sustainable Development (1998) *The Application of Sustainable Development Concepts and Eco-Efficiency Metrics in Corporate Environmental Reporting*. Geneva: WBCSD.

World Business Council for Sustainable Development (2012) *We need a Revolution of Capitalism to balance return on financial, natural and social capital*. Rio de Janeiro: WBCSD.

Worldometers: Real World Statistics (2011) Available at: <http://www.worldometers.info/>
[Accessed: 18 May 2018]

Wren, D. A. (2005). *The history of management thought*, 5th ed. New Jersey: J. Wiley & Sons.

Yang, M. G., Hong, P. and Modi, S. B. (2011) Impact of Lean Manufacturing and Environmental Management on Business Performance: An Empirical Study of Manufacturing Firms, *International Journal of Production Economics*, 129 (2), pp. 251 – 261.

Παράρτημα

A1. Ερωτηματολόγιο

Εισαγωγική αναφορά

Το ερωτηματολόγιο αυτό αποτελεί ένα εργαλείο διεξαγωγής έρευνας, η οποία θα αποφέρει ωφέλιμα συμπεράσματα όσον αφορά την έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής και ειδικότερα την Περιβαλλοντική Ευθύνη των επιχειρήσεων / οργανισμών που δραστηριοποιούνται στην Κύπρο. Πραγματοποιείται στα πλαίσια της διπλωματικής μου εργασίας στο τμήμα Διαχείρισης και Προστασίας Περιβάλλοντος του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου. Η συμβολή σου στην έρευνα είναι πολύ σημαντική. Σημείωσε ελεύθερα και υπεύθυνα τις απόψεις σου για τη διεξαγωγή αντικειμενικών συμπερασμάτων. Το ερωτηματολόγιο είναι εμπιστευτικό και ανώνυμο. Η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου θα διαρκέσει περίπου 5 λεπτά.

Δημογραφικά/Προσωπικές Πληροφορίες

1. Ποιο είναι το φύλο σας;

- Άνδρας
- Γυναίκα

2. Ποια είναι η ηλικία σας;

- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55-64
- 65+

3. Ποιο είναι το επίπεδο μόρφωσής σας;

- Μέση Εκπαίδευση
- Δίπλωμα / Πτυχίο
- Μεταπτυχιακό
- Διδακτορικό
- Άλλο

4. Ποια είναι η θέση εργασίας σας;

- Εργαζόμενος / Λειτουργός
- Αυτοεργαζόμενος
- Φοιτητής
- Ιδιοκτήτης / Διοικητικό Συμβούλιο Άλλο
- Προϊστάμενος / Τμηματάρχης
- Ανώτερη Διεύθυνση
- Συνταξιούχος
- Άνεργος

ΕΚΕ και Ευαισθητοποίηση Καταναλωτών/Επιχειρηματικών

5. Πόσο γνωστή σας είναι η έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ);

- Πρώτη φορά το ακούω
- Το έχω ξανακούσει αλλά δεν γνωρίζω πολλά πράγματα
- Γνωρίζω κάποια πράγματα
- Γνωρίζω πολύ την έννοια και μπορώ να την εξηγήσω σε κάποιον άλλο
- Γνωρίζω εξαιρετικά το θέμα και έχω συμμετάσχει έμμεσα ή άμεσα στις πρακτικές της

6. Πως θα βαθμολογούσατε τη σημαντικότητα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης;

- Καθόλου Σημαντική
- Δεν είναι τόσο Σημαντική
- Μερικώς Σημαντική
- Πολύ Σημαντική
- Εξαιρετικά Σημαντική

7. Ποιες δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης γνωρίζετε; (Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία επιλογές)

- Κοινωνικές δραστηριότητες (φιланθρωπικές οργανώσεις, εθελοντισμός, αθλητισμός, Πολιτισμός)
- Εκπαίδευση ανθρωπίνου δυναμικού
- Υγεία και ασφάλεια ανθρωπίνου δυναμικού
- Ανθρώπινα δικαιώματα
- Συνεργασία με προμηθευτές και καταναλωτές για μείωση δαπανών αύξηση ποιότητας
- Διαφάνεια Εταιρικής Διακυβέρνησης και Επιχειρηματική Ηθική
- Περιβαλλοντικές Πρωτοβουλίες
- Δεν εφαρμόζεται καμία
- Δεν γνωρίζω
- Άλλο

8. Βαθμολογήστε τη σημαντικότητα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης όσον αφορά τους τρεις φορείς Βιώσιμης Ανάπτυξης.

- Κοινωνία 1-2-3-4-5
- Περιβάλλον Κοινωνία 1-2-3-4-5
- Οικονομία 1-2-3-4-5

Περιβαλλοντικά Υπεύθυνες Πρακτικές και Πρόθεση Αγοράς

9. Βαθμολογήστε τη σημαντικότητα των πιο κάτω χαρακτηριστικών για ένα προϊόν / υπηρεσία που θα αγοράζατε.

- Τιμή 1-2-3-4-5
- Ποιότητα 1-2-3-4-5
- Κοινωνικά Φιλικό 1-2-3-4-5
- Περιβαλλοντικά Φιλικό 1-2-3-4-5

10. Συμφωνείτε με τη δήλωση ότι οι διάφορες Επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Κύπρο έχουν ευθύνη να είναι περιβαλλοντικά συνεπείς;

- Διαφωνώ απόλυτα
- Διαφωνώ
- Συμφωνώ Μερικώς
- Συμφωνώ
- Συμφωνώ Απόλυτα

11. Γνωρίζετε εάν υπάρχουν επιχειρήσεις στην Κύπρο που υποστηρίζουν με συγκεκριμένες ενέργειες την Προστασία του Περιβάλλοντος;

- Δεν γνωρίζω καμία
- Γνωρίζω τουλάχιστο μία
- Γνωρίζω μερικές
- Γνωρίζω αρκετές
- Γνωρίζω πάρα πολλές

12. Θα αγοράζετε ένα προϊόν / υπηρεσία από μια Περιβαλλοντικά Υπεύθυνη Εταιρία ανεξάρτητα εάν αυτό ήταν κάπως πιο ακριβό.

- Σίγουρα Ναι
- Ναι
- Μάλλον Ναι
- Μάλλον Όχι
- Όχι

13. Πως θα βαθμολογούσατε την παρουσία κάποιου Οικολογικού Σήματος (Eco-Label) σε ένα προϊόν / υπηρεσία την οποία θα αγοράζατε;

- Καθόλου Σημαντική
- Δεν είναι τόσο Σημαντική
- Μερικώς Σημαντική
- Πολύ Σημαντική
- Εξαιρετικά Σημαντική
- Δεν γνωρίζω το θέμα

ΕΚΕ και Εταιρική Διοίκηση

14. Ποιο είναι το μέγεθος της Εταιρίας σας;

- 1-50 άτομα
- 51-100 άτομα
- 101-500 άτομα
- 501-1000 άτομα
- Πάνω από 1000 άτομα

15. Σε ποιο τομέα δραστηριοποιείται η Εταιρία / Οργανισμός σας;

- Χρηματοοικονομικές Υπηρεσίες / Ασφαλιστικές Υπηρεσίες
- Συμβουλευτικές / Νομικές Υπηρεσίες
- Εμπορίου / Μεταφορών
- Υπηρεσίες Υγείας / Φαρμακευτικές
- Πληροφορικής / Τηλεπικοινωνίες
- Τουριστικές Υπηρεσίες / Υπηρεσίες Εστίασης
- Ενέργειας / Ορυκτών Καυσίμων
- Κατασκευαστικής / Οικοδομικής
- Φυτικής / Ζωικής Παραγωγής
- Βιομηχανικής Παραγωγής
- Εκπαίδευση
- Άλλο

16. Βαθμολογήστε την σημαντικότητα των πιο κάτω πολιτικών ΕΚΕ για την Επιχείρηση / Οργανισμό σας;

- Σχέση με την Κοινωνία (συνεισφορά στις κοινότητες)1-2-3-4-5
- Ανθρώπινο Δυναμικό (ασφάλεια και υγεία, ποιότητα εργασίας, εκπαίδευση) 1-2-3-4-5
- Σχέση με την Αγορά (σχέση με καταναλωτές, προμηθευτές)1-2-3-4-5
- Προστασία του Περιβάλλοντος (σχέση εταιρίας και περιβαλλοντικών επιπτώσεων)1-2-3-4-5

Περιβαλλοντικές Πρακτικές και Εταιρική Διοίκηση

17. Όσον αφορά την Περιβαλλοντική Ευθύνη της Εταιρίας σας ποιες Πρακτικές εφαρμόζετε;
(Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία επιλογές)

- Εξοικονόμησης Πόρων και Ενέργειας
- Ανακύκλωση, Διαχείριση αποβλήτων
- Βιώσιμη συσκευασία
- Ανάπτυξη προϊόντος φιλικού προς το περιβάλλον
- Διαδικασίες αξιολόγησης Κύκλου Ζωής
- Εφαρμογή Περιβαλλοντικού Συστήματος Διαχείρισης / Πιστοποίησης (EMS) όπως ISO 14001, EMAS, κλπ.
- Χρήση Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας
- Έλεγχος Ρύπανσης
- Χρηματοδότηση, παροχή πόρων σε εξωτερικά περιβαλλοντικά προγράμματα
- Δεν εφαρμόζεται κάποια πρωτοβουλία
- Άλλο

18. Βαθμολογήστε την εφαρμογή κάποιου Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, Πιστοποίησης (EMS) όπως ISO 14001, EMAS, κλπ

- Καθόλου Σημαντική
- Δεν είναι τόσο Σημαντική
- Μερικώς Σημαντική
- Πολύ Σημαντική
- Εξαιρετικά Σημαντική
- Δεν γνωρίζω το θέμα

Οφέλη, Κίνητρα και Εμπόδια Εταιρικής Περιβαλλοντικής Ευθύνης

19. Βαθμολογήστε τα οφέλη που προκύπτουν από την υιοθέτηση κάποιας Περιβαλλοντικά Υπεύθυνης Πρωτοβουλίας.

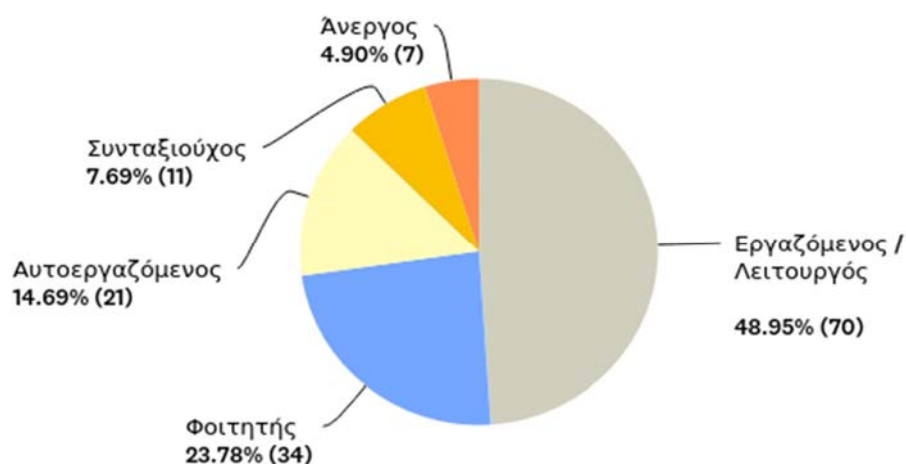
- Εξοικονόμηση Πόρων και Ενέργειας 1-2-3-4-5
- Μείωση του Περιβαλλοντικού Αποτυπώματος της Εταιρίας 1-2-3-4-5
- Βελτιστοποίηση της Εταιρικής Ταυτότητας (Εικόνας της Επιχείρησης) 1-2-3-4-5
- Βελτιστοποίηση Απόδοσης και Λειτουργικότητας 1-2-3-4-5

20. Ποιες είναι οι δυσκολίες και τα εμπόδια στην εφαρμογή Πράσινων πρωτοβουλιών ΕΚΕ; (Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία επιλογές).

- Έλλειψη Γνώσης και Τεχνολογίας
- Έλλειψη Κυβερνητικής Στήριξης
- Απουσία Νομικού Πλαισίου
- Κανένα Επιχειρηματικό Κίνητρο
- Έλλειψη κεφαλαίων για να καλύψουν τα έξοδα υλοποίησης τέτοιων συστημάτων
- Ανεπαρκής Ενημέρωση
- Υψηλό Κόστος εφαρμογής
- Άλλο

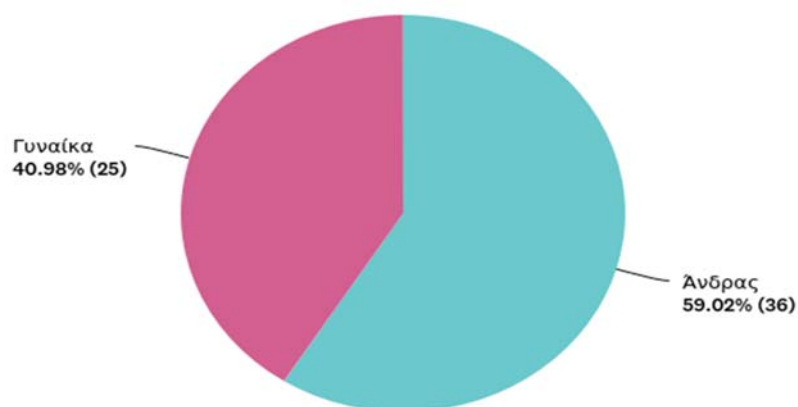
A2. Δευτερεύοντα Αποτελέσματα Ερωτήσεων

ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Εργαζόμενος / Λειτουργός	48.95%	70
Φοιτητής	23.78%	34
Αυτοεργαζόμενος	14.69%	21
Συνταξιούχος	7.69%	11
Άνεργος	4.90%	7
Άλλο	0.00%	0
TOTAL		143



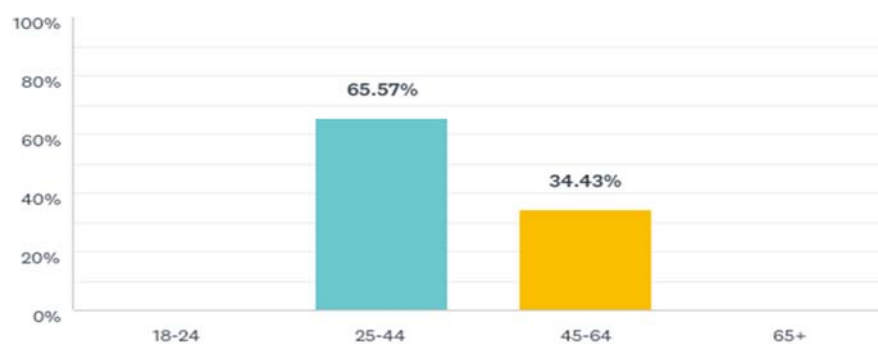
Διάγραμμα A.1: Καθεστώς Απασχόλησης, Καταναλωτές

ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Ανδρας	59.02%	36
Γυναίκα	40.98%	25
TOTAL		61



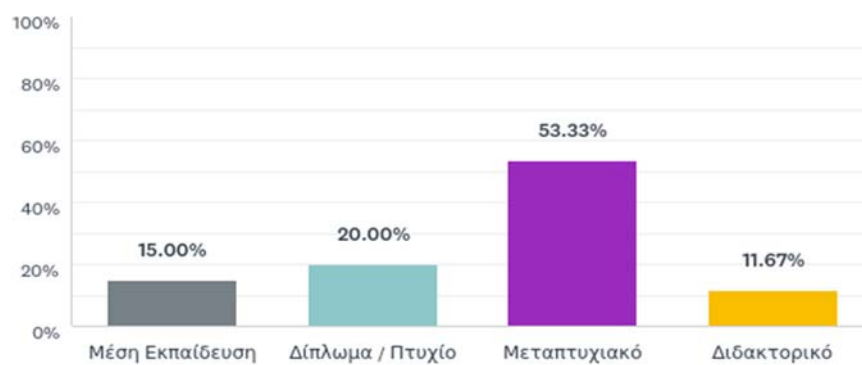
Διάγραμμα Α.2: Φύλο Επιχειρηματικών

ANSWER CHOICES	RESPONSES	
18-24	0.00%	0
25-44	65.57%	40
45-64	34.43%	21
65+	0.00%	0
TOTAL		61



Διάγραμμα Α.3: Ηλικίες Επιχειρηματικών

ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Μέση Εκπαίδευση	15.00%	9
Δίπλωμα / Πτυχίο	20.00%	12
Μεταπτυχιακό	53.33%	32
Διδακτορικό	11.67%	7
TOTAL		60



Διάγραμμα Α.4: Επίπεδο Εκπαίδευσης Επιχειρηματικών

Πίνακας Α.1: Άλλες Απαντήσεις Ερώτησης: Ποιες είναι οι δυσκολίες και τα εμπόδια στην εφαρμογή Πράσινων Πρωτοβουλιών ΕΚΕ;

ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Έλλειψη Γνώσης και Τεχνολογίας	67.21%	41
Έλλειψη Κυβερνητικής Στήριξης	70.49%	43
Απουσία Νομικού Πλαισίου	47.54%	29
Κανένα Επιχειρηματικό Κίνητρο	49.18%	30
Έλλειψη κεφαλαίων για να καλύψουν τα έξοδα υλοποίησης τέτοιων συστημάτων	49.18%	30
Ανεπαρκής Ενημέρωση	55.74%	34
Ψηλό Κόστος	47.54%	29
Άλλο	Responses	3.28% 2

RESPONSES (2)	TEXT ANALYSIS	TAGS (1)
<input checked="" type="checkbox"/> Add Tags ▼ <input type="checkbox"/> Filter by Tag ▼ <input type="text" value="Search responses"/> <input type="button" value="Q"/> <input type="button" value="i"/>		
Showing 2 selected responses with Άλλο Clear		
<input checked="" type="checkbox"/> Άλλο Επιπολαιη νοοτροπια 5/14/2018 1:50 PM View respondent's answers Add Tags ▼		
<input checked="" type="checkbox"/> Άλλο Δεν έχει αναπτυχθεί ακόμη η κουλτούρα που θα μπορεί να υποστηρίξει την εφαρμογή Πράσινων Πρωτοβουλιών 5/13/2018 7:36 PM View respondent's answers Add Tags ▼		

A3. Διασταύρωση Ερωτήσεων

Πίνακας Α.2: Ευαισθητοποίηση ΕΚΕ ανά Μορφωτικό Επίπεδο Καταναλωτών

Εξοικείωση με τον Ορισμό της ΕΚΕ							
	ΠΡΩΤΗ ΦΟΡΑ ΤΟ ΑΚΟΥΩ	ΤΟ ΈΧΩ ΞΑΝΑΚΟΥΣΕΙ ΑΛΛΑ ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ ΠΟΛΛΑ ΠΡΑΓΜΑΤΑ	ΓΝΩΡΙΖΩ ΚΑΠΟΙΑ ΠΡΑΓΜΑΤΑ	ΓΝΩΡΙΖΩ ΠΟΛΥ ΤΗΝ ΈΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΜΠΟΡΩ ΝΑ ΤΗΝ ΕΞΗΓΗΣΩ	ΓΝΩΡΙΖΩ ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΤΟ ΘΈΜΑ ΚΑΙ ΈΧΩ ΣΥΜΜΕΤΑΣΧΕΙ ΈΜΜΕΣΑ Ή ΆΜΕΣΑ	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE
Q3: Μέση Εκπαίδευση	39.13% 9	47.83% 11	8.70% 2	4.35% 1	0.00% 0	16.08% 23	1.78
Q3: Δίπλωμα / Πτυχίο	21.13% 15	42.25% 30	22.54% 16	11.27% 8	2.82% 2	49.65% 71	2.32
Q3: Μεταπτυχιακό	13.33% 6	37.78% 17	20.00% 9	22.22% 10	6.67% 3	31.47% 45	2.71
Q3: Διδακτορικό	25.00% 1	50.00% 2	0.00% 0	25.00% 1	0.00% 0	2.80% 4	2.25

Πίνακας Α.3: Σημαντικότητα ΕΚΕ ανά Μορφωτικό Επίπεδο Καταναλωτών

Σημαντικότητα							
	ΚΑΘΌΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΔΕΝ ΈΙΝΑΙ ΤΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΜΕΡΙΚΩΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE
Q3: Μέση Εκπαίδευση	13.04% 3	39.13% 9	30.43% 7	17.39% 4	0.00% 0	16.08% 23	2.52
Q3: Δίπλωμα / Πτυχίο	1.41% 1	16.90% 12	14.08% 10	49.30% 35	18.31% 13	49.65% 71	3.66
Q3: Μεταπτυχιακό	2.22% 1	6.67% 3	11.11% 5	51.11% 23	28.89% 13	31.47% 45	3.98
Q3: Διδακτορικό	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	50.00% 2	50.00% 2	2.80% 4	4.50

Πίνακας Α.4: Σημαντικότητα ΕΚΕ ανά ηλικία, Καταναλωτές

Σημαντικότητα							
	ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΔΕΝ ΕΊΝΑΙ ΤΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΜΕΡΙΚΩΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE
Q2: 18-24	2.78% 1	11.11% 4	16.67% 6	50.00% 18	19.44% 7	25.17% 36	3.72
Q2: 25-34	1.92% 1	9.62% 5	11.54% 6	55.77% 29	21.15% 11	36.36% 52	3.85
Q2: 35-44	9.09% 2	9.09% 2	18.18% 4	36.36% 8	27.27% 6	15.38% 22	3.64
Q2: 45-54	0.00% 0	25.00% 4	12.50% 2	37.50% 6	25.00% 4	11.19% 16	3.63
Q2: 55-64	0.00% 0	50.00% 4	25.00% 2	25.00% 2	0.00% 0	5.59% 8	2.75
Q2: 65+	11.11% 1	55.56% 5	22.22% 2	11.11% 1	0.00% 0	6.29% 9	2.33

Πίνακας Α.5: Περιβαλλοντικός Πυλώνας και Επίπεδο Μόρφωσης Καταναλωτών

Περιβάλλον							
	ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (1)	ΔΕΝ ΕΊΝΑΙ ΤΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (2)	ΜΕΡΙΚΩΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (3)	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (4)	ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (5)	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE
Q3: Μέση Εκπαίδευση	4.35% 1	47.83% 11	30.43% 7	8.70% 2	8.70% 2	16.08% 23	2.70
Q3: Δίπλωμα / Πτυχίο	2.82% 2	11.27% 8	15.49% 11	39.44% 28	30.99% 22	49.65% 71	3.85
Q3: Μεταπτυχιακό	2.22% 1	6.67% 3	4.44% 2	46.67% 21	40.00% 18	31.47% 45	4.16
Q3: Διδακτορικό	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	25.00% 1	75.00% 3	2.80% 4	4.75
Q3: Άλλο	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00

Πίνακας Α.6: Περιβαλλοντικά Φιλικό Προϊόν και Ηλικία Καταναλωτών

Περιβάλλον							
	ΚΑΘ'ΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (1)	ΔΕΝ ΕΊΝΑΙ ΤΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (2)	ΜΕΡΙΚΩΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (3)	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (4)	ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ (5)	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE
Q2: 18-24	2.78% 1	8.33% 3	19.44% 7	36.11% 13	33.33% 12	25.17% 36	3.89
Q2: 25-34	1.92% 1	9.62% 5	5.77% 3	44.23% 23	38.46% 20	36.36% 52	4.08
Q2: 35-44	0.00% 0	9.09% 2	13.64% 3	40.91% 9	36.36% 8	15.38% 22	4.05
Q2: 45-54	0.00% 0	31.25% 5	18.75% 3	25.00% 4	25.00% 4	11.19% 16	3.44
Q2: 55-64	12.50% 1	37.50% 3	12.50% 1	25.00% 2	12.50% 1	5.59% 8	2.88
Q2: 65+	11.11% 1	44.44% 4	33.33% 3	11.11% 1	0.00% 0	6.29% 9	2.44

Πίνακας Α.7: Περιβαλλοντικά Φιλικό Προϊόν και Επίπεδο Μόρφωσης Καταναλωτών

Περιβάλλον							
	ΚΑΘ'ΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΔΕΝ ΕΊΝΑΙ ΤΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΜΕΡΙΚΩΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE
Q3: Μέση Εκπαίδευση	4.35% 1	47.83% 11	30.43% 7	8.70% 2	8.70% 2	16.08% 23	2.70
Q3: Δίπλωμα / Πτυχίο	2.82% 2	11.27% 8	15.49% 11	39.44% 28	30.99% 22	49.65% 71	3.85
Q3: Μεταπτυχιακό	2.22% 1	6.67% 3	4.44% 2	46.67% 21	40.00% 18	31.47% 45	4.16
Q3: Διδακτορικό	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	25.00% 1	75.00% 3	2.80% 4	4.75
Q3: Άλλο	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00

Πίνακας Α.8: Περιβαλλοντική Συνέπεια Επιχείρησης και Επίπεδο Μόρφωσης Καταναλωτών

	ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ	ΔΙΑΦΩΝΩ	ΣΥΜΦΩΝΩ ΜΕΡΙΚΩΣ	ΣΥΜΦΩΝΩ	ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE
Q3: Μέση Εκπαίδευση	4.35% 1	17.39% 4	39.13% 9	17.39% 4	21.74% 5	16.08% 23	3.35
Q3: Δίπλωμα / Πτυχίο	0.00% 0	7.04% 5	26.76% 19	22.54% 16	43.66% 31	49.65% 71	4.03
Q3: Μεταπτυχιακό	0.00% 0	6.67% 3	15.56% 7	26.67% 12	51.11% 23	31.47% 45	4.22
Q3: Διδακτορικό	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	100.00% 4	2.80% 4	5.00
Q3: Άλλο	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00

Πίνακας Α.9: Πρόθεση Αγοράς Περιβαλλοντικά Φιλικού Προϊόντος και Επίπεδο Μόρφωσης Καταναλωτών

	ΣΙΓΟΥΡΑ ΌΧΙ (1)	ΌΧΙ (2)	ΜΑΛΛΟΝ ΝΑΙ (3)	ΝΑΙ (4)	ΣΙΓΟΥΡΑ ΝΑΙ (5)	TOTAL
Q3: Μέση Εκπαίδευση	4.35% 1	17.39% 4	65.22% 15	8.70% 2	4.35% 1	16.08% 23
Q3: Δίπλωμα / Πτυχίο	0.00% 0	18.31% 13	46.48% 33	29.58% 21	5.63% 4	49.65% 71
Q3: Μεταπτυχιακό	0.00% 0	15.56% 7	28.89% 13	46.67% 21	8.89% 4	31.47% 45
Q3: Διδακτορικό	0.00% 0	0.00% 0	50.00% 2	25.00% 1	25.00% 1	2.80% 4
Total Respondents	1	24	63	45	10	143

BASIC STATISTICS					
	MINIMUM	MAXIMUM	MEDIAN	MEAN	STANDARD DEVIATION
Q3: Μέση Εκπαίδευση	1.00	5.00	3.00	2.91	0.78
Q3: Δίπλωμα / Πτυχίο	2.00	5.00	3.00	3.23	0.81
Q3: Μεταπτυχιακό	2.00	5.00	4.00	3.49	0.86
Q3: Διδακτορικό	3.00	5.00	3.50	3.75	0.83

Πίνακας Α.10: Οικολογικό Σήμα και Ηλικία Καταναλωτών

Σημαντικότητα								
	ΚΑΘ'ΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΔΕΝ ΕΊΝΑΙ ΤΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΜΕΡΙΚΩΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE
Q2: 18-24	0.00% 0	11.11% 4	22.22% 8	36.11% 13	19.44% 7	11.11% 4	25.17% 36	3.72
Q2: 25-34	1.92% 1	7.69% 4	13.46% 7	44.23% 23	26.92% 14	5.77% 3	36.36% 52	3.92
Q2: 35-44	13.64% 3	13.64% 3	9.09% 2	36.36% 8	22.73% 5	4.55% 1	15.38% 22	3.43
Q2: 45-54	0.00% 0	25.00% 4	12.50% 2	18.75% 3	18.75% 3	25.00% 4	11.19% 16	3.42
Q2: 55-64	12.50% 1	12.50% 1	0.00% 0	25.00% 2	12.50% 1	37.50% 3	5.59% 8	3.20
Q2: 65+	11.11% 1	0.00% 0	22.22% 2	0.00% 0	11.11% 1	55.56% 5	6.29% 9	3.00

Πίνακας Α.11: Οικολογικό Σήμα και Μορφωτικό Επίπεδο Καταναλωτών

Σημαντικότητα								
	ΚΑΘ'ΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΔΕΝ ΕΊΝΑΙ ΤΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΜΕΡΙΚΩΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE
Q3: Μέση Εκπαίδευση	8.70% 2	21.74% 5	13.04% 3	13.04% 3	8.70% 2	34.78% 8	16.08% 23	2.87
Q3: Δίπλωμα / Πτυχίο	2.82% 2	11.27% 8	18.31% 13	35.21% 25	19.72% 14	12.68% 9	49.65% 71	3.66
Q3: Μεταπτυχιακό	4.44% 2	6.67% 3	11.11% 5	42.22% 19	28.89% 13	6.67% 3	31.47% 45	3.90
Q3: Διδακτορικό	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	50.00% 2	50.00% 2	0.00% 0	2.80% 4	4.50
Q3: Άλλο	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00

Πίνακας Α.12: Σημαντικότητα ΕΚΕ ανά Μέγεθος Επιχείρησης

Σημαντικότητα							
	ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΤΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΜΕΡΙΚΩΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE
Q17: 1) 1-9 άτομα	4.76% 1	14.29% 3	19.05% 4	52.38% 11	9.52% 2	34.43% 21	3.48
Q17: 2) 10-59 άτομα	0.00% 0	25.00% 3	33.33% 4	33.33% 4	8.33% 1	19.67% 12	3.25
Q17: 3) 60-259 άτομα	0.00% 0	0.00% 0	28.57% 4	35.71% 5	35.71% 5	22.95% 14	4.07
Q17: 4) 260-1000 άτομα	0.00% 0	14.29% 1	0.00% 0	57.14% 4	28.57% 2	11.48% 7	4.00
Q17: 5) Πάνω από 1000 άτομα	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	71.43% 5	28.57% 2	11.48% 7	4.29

Πίνακας Α.13: Εταιρικές Πρωτοβουλίες ΕΚΕ και Μέγεθος Επιχείρησης

	ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ (ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ, ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΣ, ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ)	ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ	ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ	ΠΕΡΙΒΑΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ	ΑΝΘΡΩΠΙΝΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ	ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΗΘΙΚΗ	ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗ ΕΤΗΣΙΩΝ ΕΚΘΕΣΕΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΟΝΤΙΚΗΣ ΑΠΟΔΟΣΗΣ	ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΓΙΑ ΜΕΙΩΣΗ ΔΑΠΑΝΩΝ ΚΑΙ ΑΥΞΗΣΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ	ΔΕΝ ΕΦΑΡΜΟΖΕΤΑΙ ΚΑΜΙΑ
Q17: 1) 1-9 άτομα	38.10% 8	33.33% 7	28.57% 6	4.76% 1	23.81% 5	14.29% 3	0.00% 0	14.29% 3	23.81% 5
Q17: 2) 10-59 άτομα	58.33% 7	50.00% 6	66.67% 8	25.00% 3	8.33% 1	0.00% 0	0.00% 0	8.33% 1	8.33% 1
Q17: 3) 60-259 άτομα	78.57% 11	64.29% 9	64.29% 9	57.14% 8	14.29% 2	42.86% 6	14.29% 2	21.43% 3	71.4% 1
Q17: 4) 260-1000 άτομα	71.43% 5	57.14% 4	85.71% 6	85.71% 6	42.86% 3	28.57% 2	28.57% 2	42.86% 3	0.00% 0
Q17: 5) Πάνω από 1000 άτομα	100.00% 7	57.14% 4	42.86% 3	57.14% 4	42.86% 3	42.86% 3	28.57% 2	14.29% 1	0.00% 0
Total Respondents	38	30	32	22	14	14	6	11	

Πίνακας Α.14: Εφαρμογή Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης και Μέγεθος Εταιρίας

Σημαντικότητα								
	ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΔΕΝ ΕΊΝΑΙ ΤΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΜΕΡΙΚΩΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ ΤΟ ΘΕΜΑ	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE
Q17: 1) 1-9 άτομα	9.52% 2	19.05% 4	28.57% 6	23.81% 5	4.76% 1	14.29% 3	34.43% 21	2.94
Q17: 2) 10- 59 άτομα	0.00% 0	16.67% 2	41.67% 5	16.67% 2	16.67% 2	8.33% 1	19.67% 12	3.36
Q17: 3) 60- 259 άτομα	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	64.29% 9	14.29% 2	21.43% 3	22.95% 14	4.18
Q17: 4) 260- 1000 άτομα	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	85.71% 6	14.29% 1	0.00% 0	11.48% 7	4.14
Q17: 5) Πάνω από 1000 άτομα	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	71.43% 5	28.57% 2	0.00% 0	11.48% 7	4.29

Πίνακας Α.15: Περιβαλλοντικά Οφέλη και Μέγεθος Επιχείρησης

Εξοικονόμηση Πόρων και Ενέργειας								
	ΚΑΘ'ΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΤΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΜΕΡΙΚΩΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE	
Q17: 1) 1-9 άτομα	9.52% 2	19.05% 4	33.33% 7	28.57% 6	9.52% 2	34.43% 21	3.10	
Q17: 2) 10-59 άτομα	0.00% 0	8.33% 1	25.00% 3	66.67% 8	0.00% 0	19.67% 12	3.58	
Q17: 3) 60-259 άτομα	0.00% 0	0.00% 0	7.14% 1	64.29% 9	28.57% 4	22.95% 14	4.21	
Q17: 4) 260-1000 άτομα	0.00% 0	0.00% 0	14.29% 1	71.43% 5	14.29% 1	11.48% 7	4.00	
Q17: 5) Πάνω από 1000 άτομα	0.00% 0	0.00% 0	14.29% 1	57.14% 4	28.57% 2	11.48% 7	4.14	
Μείωση του Περιβαλλοντικού Αποτυπώματος της Εταιρίας								
	ΚΑΘ'ΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΤΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΜΕΡΙΚΩΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE	
Q17: 1) 1-9 άτομα	19.05% 4	38.10% 8	33.33% 7	9.52% 2	0.00% 0	34.43% 21	2.33	
Q17: 2) 10-59 άτομα	0.00% 0	66.67% 8	25.00% 3	8.33% 1	0.00% 0	19.67% 12	2.42	
Q17: 3) 60-259 άτομα	0.00% 0	0.00% 0	28.57% 4	50.00% 7	21.43% 3	22.95% 14	3.93	
Q17: 4) 260-1000 άτομα	0.00% 0	14.29% 1	57.14% 4	28.57% 2	0.00% 0	11.48% 7	3.14	
Q17: 5) Πάνω από 1000 άτομα	0.00% 0	0.00% 0	42.86% 3	28.57% 2	28.57% 2	11.48% 7	3.86	
Βελτιστοποίηση της Εταιρικής Ταυτότητας (Εικόνας της Επιχείρησης)								
	ΚΑΘ'ΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΤΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΜΕΡΙΚΩΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE	
Q17: 1) 1-9 άτομα	14.29% 3	42.86% 9	19.05% 4	14.29% 3	9.52% 2	34.43% 21	2.62	
Q17: 2) 10-59 άτομα	0.00% 0	8.33% 1	33.33% 4	58.33% 7	0.00% 0	19.67% 12	3.50	
Q17: 3) 60-259 άτομα	0.00% 0	0.00% 0	14.29% 2	42.86% 6	42.86% 6	22.95% 14	4.29	
Q17: 4) 260-1000 άτομα	0.00% 0	0.00% 0	28.57% 2	42.86% 3	28.57% 2	11.48% 7	4.00	
Q17: 5) Πάνω από 1000 άτομα	0.00% 0	0.00% 0	14.29% 1	28.57% 2	57.14% 4	11.48% 7	4.43	
Βελτιστοποίηση Απόδοσης και Λειτουργικότητας								
	ΚΑΘ'ΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΤΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΜΕΡΙΚΩΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE	
Q17: 1) 1-9 άτομα	0.00% 0	33.33% 7	28.57% 6	28.57% 6	9.52% 2	34.43% 21	3.14	
Q17: 2) 10-59 άτομα	0.00% 0	8.33% 1	25.00% 3	50.00% 6	16.67% 2	19.67% 12	3.75	
Q17: 3) 60-259 άτομα	0.00% 0	0.00% 0	14.29% 2	50.00% 7	35.71% 5	22.95% 14	4.21	
Q17: 4) 260-1000 άτομα	0.00% 0	0.00% 0	42.86% 3	42.86% 3	14.29% 1	11.48% 7	3.71	
Q17: 5) Πάνω από 1000 άτομα	0.00% 0	0.00% 0	14.29% 1	42.86% 3	42.86% 3	11.48% 7	4.29	

Πίνακας Α.16: Εμπόδια εφαρμογής Πράσινων Πρωτοβουλιών ΕΚΕ και Μέγεθος Επιχείρησης

	ΈΛΛΕΙΨΗ ΓΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ	ΈΛΛΕΙΨΗ ΚΥΒΕΡΝΗΤΙΚΗΣ ΣΤΗΡΙΞΗΣ	ΑΠΟΥΣΙΑ ΝΟΜΙΚΟΥ ΠΛΑΙΣΙΟΥ	ΚΑΝΕΝΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΚΙΝΗΤΡΟ	ΈΛΛΕΙΨΗ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ ΓΙΑ ΝΑ ΚΑΛΎΨΟΥΝ ΤΑ ΈΞΟΔΑ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΕΤΟΙΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ	ΑΝΕΠΑΡΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ	ΨΗΛΟ ΚΟΣΤΟΣ	ΆΛΛΟ
Q17: 1) 1-9 άτομα	80.95% 17	66.67% 14	33.33% 7	76.19% 16	66.67% 14	52.38% 11	57.14% 12	0.00% 0
Q17: 2) 10-59 άτομα	66.67% 8	91.67% 11	58.33% 7	50.00% 6	91.67% 11	91.67% 11	58.33% 7	0.00% 0
Q17: 3) 60-259 άτομα	57.14% 8	50.00% 7	64.29% 9	64.29% 9	50.00% 7	57.14% 8	57.14% 8	0.00% 0
Q17: 4) 260-1000 άτομα	57.14% 4	85.71% 6	42.86% 3	14.29% 1	0.00% 0	28.57% 2	28.57% 2	28.57% 2
Q17: 5) Πάνω από 1000 άτομα	57.14% 4	85.71% 6	42.86% 3	14.29% 1	14.29% 1	28.57% 2	14.29% 1	0.00% 0
Total Respondents	41	44	29	33	33	34	30	2