

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

**Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων
για Στελέχη – Executive MBA**

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

“Επιχειρήσεις και κοινωνική ευθύνη: Περιβάλλον, κοινωνία και διακυβέρνηση (ESG) (Firms and social responsibility: ESG – Environmental, Social and Governance)”

Αθηναίος Στυλιανός

Επιβλέπουσα καθηγήτρια: Δρ. Βαδάση Χριστίνα

Εργασία υποβληθείσα στο Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών του Πανεπιστημίου Αιγαίου για την απόκτηση του Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στη Διοίκηση Επιχειρήσεων για Στελέχη – Executive MBA.

Χίος Σεπτέμβριος 2023

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα διπλωματική εκπονήθηκε στο πλαίσιο του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών του Πανεπιστημίου Αιγαίου *EXECUTIVE MBA*. Σκοπός της είναι να καταγράψει τη δράση κορυφαίων επιχειρήσεων στον ελλαδικό χώρο, πάνω στον τομέα των ESG (Environmental, Social and Governance) δράσεων, καθώς και να διερευνήσει τη στάση των καταναλωτών απέναντι σε αυτές .

Οι ESG δράσεις αναπτύχθηκαν αρχικά ως μία προσπάθεια των επιχειρήσεων να ανταποδώσουν στην κοινωνία κάποια οφέλη μέσα από τη λειτουργία τους. Ο σκοπός τους έχει πολλαπλές κατευθύνσεις. Να ενισχύσει τη φήμη της εταιρείας στην κοινωνία. Να κάνει όσο το δυνατόν λιγότερο επιβαρυντική και περισσότερο ωφέλιμη την ύπαρξη και λειτουργία της επιχείρησης στο περιβάλλον και την κοινωνία. Να ενισχύσει τη βιωσιμότητα της επιχείρησης, ώστε να μπορέσει να προσελκύσει κεφάλαια επενδυτών που θα αναπτύξουν τη λειτουργία της. Να ωθήσει τους καταναλωτές να την επιλέξουν όχι μόνο ως επιχείρηση που προσφέρει το προϊόν της αλλά και ως οντότητα που την ενδιαφέρει το μέλλον του κόσμου. Οι επιχειρήσεις προσπαθούν να εμπλουτίσουν και να διαφοροποιήσουν άμεσα ή έμμεσα το προϊόν τους είτε αυτόνομα, είτε σε σχέση με τον ανταγωνισμό. Προκειμένου να το επιτύχουν αναπτύσσουν τις δράσεις ESG και κατευθύνουν τη διαμεριζόμενη αξία (shared value) στους τρεις αυτούς πυλώνες. Οι επιχειρήσεις προσπαθούν να επιτύχουν μία ισορροπία ανάμεσα στην ωφέλεια του περιβάλλοντος/κοινωνίας και την επίτευξη ταυτόχρονα υψηλής οικονομικής απόδοσης.

Στο δεύτερο μέρος της εργασίας γίνεται καταγραφή της στάσης των καταναλωτών απέναντι στις ESG δράσεις. Τα ερωτήματα που τέθηκαν αφορούν θέματα όπως, εάν είναι ικανοποιημένοι, εάν επηρεάζονται κατά την καταναλωτική λειτουργία, εάν επηρεάζεται η στάση τους ως καταναλωτές από την προσπάθεια των επιχειρήσεων να αποδείξουν πως είναι κάτι παραπάνω από οντότητες που έχουν αποκλειστικό σκοπό το κέρδος, εάν έχουν συμβάλει στη μετάβαση από τη βιώσιμη ανάπτυξη στη βιώσιμη κατανάλωση.

Για την εξαγωγή συμπερασμάτων διενεργήθηκε πρωτογενής έρευνα με χρήση ερωτηματολογίων. Τα ερωτηματολόγια που χρησιμοποιήθηκαν κατά την επεξεργασία και ανάλυση ανήλθαν σε 220 και απαντήθηκαν από καταναλωτές από το σύνολο της ελληνικής επικράτειας

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η παρούσα διπλωματική εργασία εκπονήθηκε στα πλαίσια του μεταπτυχιακού προγράμματος “EXECUTIVE MBA” του Πανεπιστημίου Αιγαίου με έδρα τη Χίο. Η συγγραφή πραγματοποιήθηκε το καλοκαίρι του 2023, ως επιστέγασμα της φοίτησης που ξεκίνησε τον Οκτώβριο του 2022 και ολοκληρώθηκε το Μάιο του 2023.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένεια μου , που με στήριξε κατά την παρουσία και απουσία μου από το σπίτι και άντεξε στην παραπάνω πίεση και ένταση.

Ιδιαίτερα ευχαριστώ την επιβλέπουσα καθηγήτρια μου κυρία Βαδάση Χριστίνα για την αποδοχή του αιτήματος της διπλωματικής, τη συνεργασία που είχαμε κατά τη διάρκεια της συγγραφής και την κατανόηση της σχετικά και με την παράλληλη επαγγελματική μου δραστηριότητα.

Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω τους καθηγητές του μεταπτυχιακού προγράμματος που κατά τη διδακτική περίοδο του μεταπτυχιακού με βοήθησαν, ο καθένας κατά το μερίδιο του, με νέες γνώσεις και τρόπο σκέψης. Αυτή την εμπειρία κατάφερα να διαπιστώσω κατά τη συγγραφή αυτής της διπλωματικής.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Λίστα πινάκων.....	5
Λίστα γραφημάτων.....	6
Εισαγωγή.....	7
<u>A' ΜΕΡΟΣ</u> - Βιβλιογραφική ανασκόπηση	
<u>ESG (Environmental, Social, Governance)</u>	
A.1 Ορισμός.....	9
A.2 Ιστορική αναδρομή.....	10
A.3 Χαρακτηριστικά.....	14
A.4 Δείκτες βιωσιμότητας.....	19
A.5 Τι συμβαίνει στην Ελλάδα.....	27
A.6 Οδηγός δημοσίευσης ESG πληροφοριών.....	28
A.7 Έρευνες.....	31
A.8 Παραδείγματα εφαρμογής πρακτικών ESG.....	35
A.9 Συμπεράσματα.....	45
<u>B' ΜΕΡΟΣ</u>	
<u>Έρευνα</u>	
B.1 Από τη βιώσιμη ανάπτυξη στη βιώσιμη κατανάλωση.....	47
B.2 Αποτελέσματα έρευνας.....	49
B.3 Συνδυαστικά Αποτελέσματα.....	61
B.4 Έλεγχοι υποθέσεων.....	65
B.5 Συνοπτικά συμπεράσματα έρευνας.....	85
Γ. Συμπεράσματα εργασίας.....	87
Βιβλιογραφία.....	89
Παράρτημα.....	93

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

1: Επενδύσιμα κεφάλαια σε ESG δράσεις.....	13
2: Θεματικές ESG.....	14
3: Στόχοι βιώσιμης ανάπτυξης Ηνωμένων Εθνών.....	19
4: GRI πρότυπα.....	21
5: Δείκτης ATHEX ESG.....	23
6: CR Index 2021-22.....	25
7: CRI Pass 2014-22.....	26
8: Βασικός δείκτης ESG ATHEX.....	29
9: Προηγμένος δείκτης ESG ATHEX.....	30
10: Κλαδικός δείκτης ESG ATHEX.....	30
11: Platinum βαθμίδα FORBES.....	33
12: Diamond βαθμίδα FORBES.....	34
13: Gold βαθμίδα FORBES.....	34

ΛΙΣΤΑ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

1: Πυραμίδα <i>Carroll</i>	12
2: Γράφημα έρευνας ηλικία.....	49
3: Γράφημα έρευνας φύλο.....	49
4: Γράφημα έρευνας επίπεδο μόρφωσης.....	50
5: Γράφημα έρευνας σύνθεση νοικοκυριού.....	50
6: Γράφημα έρευνας μισθολογικό επίπεδο.....	51
7: Γράφημα έρευνας γνώση για <i>ESG</i> δράσεις.....	51
8: Γράφημα έρευνας επιχειρήσεις ως παράγοντας αλλαγής.....	52
9: Γράφημα έρευνας βιώσιμη ανάπτυξη ως παράγοντας επιτυχίας.....	52
10: Γράφημα έρευνας πληροφόρηση για <i>ESG</i> δράσεις.....	53
11: Γράφημα έρευνας ικανοποίηση από <i>ESG</i> δράσεις.....	53
12: Γράφημα έρευνας εμπιστοσύνη σε <i>ESG</i> αναφορές.....	54
13: Γράφημα έρευνας επιχειρήσεις με <i>ESG</i> δράσεις.....	55
14: Γράφημα έρευνας διαφήμιση επιχείρησης.....	55
15: Γράφημα έρευνας δυσφήμιση επιχείρησης.....	56
16: Γράφημα έρευνας τομείς <i>ESG</i> προσφοράς.....	56
17: Γράφημα έρευνας τιμή ως αποτροπή αγοράς.....	57
18: Γράφημα έρευνας παράγοντας αγοράς βιώσιμου προϊόντος.....	57
19: Γράφημα έρευνας βιώσιμο προϊόν.....	58
20: Γράφημα έρευνας παράγοντας αποτροπής αγοράς.....	59
21: Γράφημα έρευνας κατηγορίες βιώσιμου προϊόντος.....	60

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το αντικείμενο της παρούσας διπλωματικής είναι οι ESG δράσεις που αναπτύσσουν οι επιχειρήσεις κυρίως στον ελλαδικό χώρο. Η έννοια των ESG δράσεων διαμορφώθηκε τα τελευταία χρόνια και αφορά σε όλες τις δράσεις που αναπτύσσουν οι επιχειρήσεις στους τομείς του περιβάλλοντος (environment), της κοινωνίας (social) και της εταιρικής διακυβέρνησης (governance). Από τα αρχικά των Αγγλικών λέξεων προκύπτει και η συντομογραφία ESG. Η προσέγγιση γίνεται σε 2 στάδια. Για τη συγγραφή της αναγνώστηκαν επιστημονικά άρθρα και άρθρα από ιστοσελίδες οικονομικού περιεχομένου, καθώς οι ESG δράσεις έχουν αναπτυχθεί ως μέσα προσέλκυσης κεφαλαίων μέσω επενδύσεων.

Πρώτα γίνεται μία ανάλυση των ESG κριτηρίων και δράσεων που έχουν αναπτυχθεί τα τελευταία χρόνια και των τρόπων που εξελίχθηκαν τα ESG κριτήρια. Γίνεται μία ιστορική ανασκόπηση, όπου σημειώνονται ημερομηνίες και γεγονότα που αφυπνίζουν το αίσθημα προσφοράς μιας επιχείρησης κατά τη διάρκεια της λειτουργίας της. Οι αρχικές πρωτοβουλίες αποτέλεσαν την απαρχή της διαμορφούμενης εταιρικής δράσης.

Στη συνέχεια γίνεται αναφορά στην αντιμετώπιση και εφαρμογή αυτών των κριτηρίων από τις ελληνικές επιχειρήσεις. Αυτή σκοπό έχει να δείξει τις μεθόδους που χρησιμοποιούνται για την επίτευξη των ESG στόχων τους, ανά κλάδο δραστηριότητας. Η επίτευξη αυτών των στόχων έχει ποικιλία σκοπών όπως η καλύτερη εικόνα των εταιρειών στην κοινωνία, τους καταναλωτές και τους επενδυτές. Παρατηρούνται κάποιοι τρόποι και μέθοδοι με τις οποίες αξιολογούνται αυτές οι εταιρικές δράσεις και κατατάσσονται σε μία κλίμακα. Γίνεται με αυτό τον τρόπο μία σύνδεση των κριτηρίων ESG με την ελληνική πραγματικότητα. Έτσι μπορούμε να παρατηρήσουμε τον τρόπο με τον οποίο έχουν αντιληφθεί οι ημεδαπές επιχειρήσεις την έννοια των ESG, ποιες πρωτοβουλίες και δράσεις έχουν αναλάβει και το κυριότερο πώς έχουν διαμορφώσει την παρουσία της εταιρείας τόσο σε γενικότερο πλαίσιο ως επιχειρησιακή οντότητα, όσο και σε ειδικότερο ως μέλος του επιχειρηματικού κλάδου όπου ανήκει.

Στο δεύτερο μέρος παρουσιάζεται μία έρευνα για το πως αντιλαμβάνονται οι καταναλωτές τις ESG δράσεις που αναπτύσσουν οι επιχειρήσεις. Αναλύονται ερωτήματα τα οποία απαντήθηκαν μέσω ερωτηματολογίων. Αναπτύσσονται τόσο περιγραφικά όσο και συνδυαστικά αποτελέσματα. Στο τελευταίο μέρος της έρευνας γίνονται κάποιοι βασικοί έλεγχοι υποθέσεων σχετικά με το κατά πόσο είναι δυνατό κάποιες μεταβλητές, όπως ηλικία, φύλο, εισόδημα κτλ να επηρεάζουν τις απόψεις που έχουν οι καταναλωτές αναφορικά με ESG ζητήματα.

Στον επίλογο της εργασίας παρατίθενται κάποια κύρια συμπεράσματα που αναδείχθηκαν μέσα από τη διεξαγωγή της έρευνας, για την αντίληψη των επιχειρηματικών ESG δράσεων και τις στάσεις απέναντι σε αυτές.

ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ

ESG

Περιβάλλον

Κοινωνία

Εταιρική διακυβέρνηση

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ)

Βιώσιμη ανάπτυξη

Βιώσιμη κατανάλωση

Sustainability

Βιωσιμότητα

Α΄ ΜΕΡΟΣ

A.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ESG

Η έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης ακούγεται ολοένα και περισσότερο τα τελευταία χρόνια. Πρόκειται για την αξιολόγηση των επιδόσεων κάθε εταιρείας, σχετικά με την κοινωνική και περιβαλλοντική ευσυνειδησία και λειτουργία. Αποτελείται από ένα σύνολο προτύπων που εφαρμόζονται κατά την επιχειρησιακή λειτουργία.

Έναν αρχικό ορισμό είχε δώσει ο Αμερικάνος οικονομολόγος Howard Bowen (1953), ως την υποχρέωση των επιχειρήσεων να εφαρμόσουν πολιτικές που να ενισχύουν τους στόχους και τις δράσεις της κοινωνίας που λειτουργούν.

Αρχικά έγινε γνωστή μέσω των πολυεθνικών και κυρίως μέσω κοινωνικών δράσεων που φρόντιζαν να δημοσιοποιούν ανά τακτά διαστήματα. Οι αρχικές πρωτοβουλίες πήραν τη μορφή σχηματισμού ομάδων εργαζομένων που προσέφεραν εθελοντικές εργασίες σε τομείς της κοινωνίας και του περιβάλλοντος. Μέσα από αυτές αναπτύσσεται μία ισχυρή εταιρική κουλτούρα προσφοράς στους εργαζόμενους, που τους οδηγεί στο να αισθανθούν χρήσιμοι στην κοινωνία. Οι εταιρείες μετασχηματίζουν τη φυσιολογία τους και λαμβάνουν ρόλο απέναντι στο εσωτερικό και εξωτερικό τους περιβάλλον. Επίσης αναπτύσσουν ισχυρότερους δεσμούς μεταξύ τους, αλλάζουν δυσκολότερα εργασιακό περιβάλλον, δημιουργείται ένα θετικό εσωτερικό αίσθημα. Συνδυάζουν το κοινωνικό όφελος με την επίτευξη του εταιρικού κέρδους.

Το ESG: περιβάλλον, κοινωνία, διακυβέρνηση (environmental, social, governance) είναι ένας ακόμα σχετικά νέος "δείκτης" που περιλαμβάνει κριτήρια βιωσιμότητας μιας επιχείρησης και ενδιαφέρει τους επενδυτές. Αποτελούν πυλώνες που λαμβάνονται υπόψη στις διαδικασίες επενδύσεων, δανεισμού, ασφάλισης. Τα εμπλεκόμενα σε αυτά μέρη αναζητούν τέτοιου είδους πληροφόρηση προκειμένου να πάρουν τις αποφάσεις τους. Στην ουσία είναι παράγοντες μέτρησης των ηθικών και περιβαλλοντικών επιπτώσεων μιας επένδυσης σε μία επιχείρηση.

Ως περιβάλλον νοούνται δράσεις σχετικά με τη μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος, ρύπανσης, διαχείρισης αποβλήτων, κτλ. Εξετάζεται η απόδοση της επιχείρησης σχετικά με τη διαχείριση του περιβάλλοντος. Στο πλαίσιο της κλιματικής αλλαγής η πράσινη μετάβαση αποκτά ολοένα και μεγαλύτερη σημασία. Αποτυπώνει πώς συμπεριφέρεται η εταιρεία απέναντι στη φύση.

Στον τομέα της κοινωνίας εξετάζεται η σχέση της επιχείρησης με τους υπαλλήλους, πελάτες, προμηθευτές. Περιλαμβάνονται ενέργειες μηδενισμού των φυλετικών, σεξιστικών ανισοτήτων, τα ίσα εργασιακά δικαιώματα και το δικαίωμα στην ποικιλομορφία (diversity). Η δομή των κοινωνιών και η εξέλιξη τους κάνουν ακόμα πιο εμφανή την ύπαρξη ανισοτήτων και κοινωνικού χάσματος

Στη διακυβέρνηση συγκαταλέγονται η αξιολόγηση του τρόπου διοίκησης, η διαφάνεια, η δωροδοκία, η ιχνηλασιμότητα προϊόντων, ο σεβασμός καταναλωτή, κτλ. Τα ενδιαφερόμενα μέρη (stakeholders) απαιτούν διαφάνεια και υπευθυνότητα στη λειτουργία. Οι επιχειρήσεις αναγνωρίζουν την αυξανόμενη σημασία της φήμης τους και τα οφέλη από την εφαρμογή υπεύθυνων στρατηγικών.

Πηγές

<https://www.eurobank.gr/el/business/digital-academy-business/ESG/ESG/eisagogi-kritiria-ESG-biosimi-anaptixi>

<https://www.ESGstories.gr/opinions/ESG-i-prasini-metallaxi-tis-eke>

Stamelos Charalampos (2022)

Αθανασίου Χ. (2019)

A.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Η έννοια των ESG δεν παρουσιάστηκε ξαφνικά στις μέρες μας. Είχαν προηγηθεί ζυμώσεις και εξελίξεις θεωριών κατά τις τελευταίες δεκαετίες, μέχρι να οδηγηθούμε στη σημερινή τους μορφή. Υπήρξαν διάφορες ημερομηνίες και γεγονότα που οδήγησαν τα ESG στη σημερινή μορφή τους.

Η ΕΚΕ (Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη) άρχισε να συναντάται σποραδικά μετά το τέλος του δεύτερου παγκοσμίου πολέμου. Άρχισε να επικρατεί η άποψη πως οι επιχειρήσεις θα έπρεπε να είναι περισσότερο κοινωνικά υπεύθυνες και να λαμβάνουν αποφάσεις με περισσότερα δημοκρατικά κριτήρια. Από τα μέσα της δεκαετίας του '50 αυτό άρχισε να αποκτά περισσότερη υπόσταση. Είναι η εποχή της κοινωνικής ευαισθητοποίησης κατά την οποία οι επιχειρήσεις αρχίζουν να αναγνωρίζουν τις κοινωνικές τους ευθύνες. Αναπτύσσεται ως κοινωνικό συμβόλαιο μεταξύ επιχειρήσεων και κοινωνίας για την υιοθέτηση ενός ευρύτερου κοινωνικού προφίλ (ιδίως στις ΗΠΑ). Αυτό βέβαια διαφέρει τόσο στην ύπαρξη όσο και στην ένταση από χώρα σε χώρα. Από τη δεκαετία του '70 οι επιχειρήσεις έδειξαν ενδιαφέρον για θέματα που απασχολούσαν την κοινωνία όπως την περιβαλλοντική επίδραση από τις ανθρώπινες δραστηριότητες, την ανθρώπινη εκμετάλλευση, τις φυλετικές διακρίσεις. Μία τέτοια κοινωνική ευαισθησία οδήγησε σε φυγή αμερικανικών επιχειρήσεων από τη Νότια Αφρική εξαιτίας του καθεστώτος Απαρτχάιντ.

Το 1970 ο Milton Friedman δημιούργησε το αντίστοιχο δόγμα, κατά το οποίο η κοινωνική ευθύνη μιας επιχείρησης επιφέρει αντιστρόφως ανάλογα αποτελέσματα με τα οικονομικά. Μόνη ευθύνη των επιχειρήσεων θεωρούσε αυτή του κέρδους των μετόχων μιας εταιρείας. Υποστήριξε πως σκοπός είναι να κερδίζει η επιχείρηση όσο το δυνατόν περισσότερα χρήματα, τηρώντας τους βασικούς κοινωνικούς και ηθικούς κανόνες. Εμφανίζει τον όρο της επιχειρηματικής ηθικής

(Milton Friedman 1970). Η θέση του αμφισβητήθηκε το 1988 από τον οικονομολόγο James Coleman, ο οποίος ισχυρίστηκε πως το κυρίαρχο στοιχείο για την αξία μιας εταιρείας είναι το κοινωνικό κεφάλαιο. (<https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html>)

Το **1987** εμφανίστηκε η έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης. Αναλύθηκε ως η ικανοποίηση του σήμερα, χωρίς να θέτει σε κίνδυνο τα μέσα για την ικανοποίηση των μελλοντικών αναγκών. Αυτό μπορεί να πραγματοποιηθεί μέσα από 4 αλληλένδετους παράγοντες: κοινωνία, οικονομία, περιβάλλον, πολιτισμό. Ο ΟΗΕ παρουσίασε την ίδια χρονιά την έκθεση “*Our Common Future*” ή αλλιώς *Έκθεση Brundtland*, σύμφωνα με την οποία θα έπρεπε:

- Να γίνει ολική αναθεώρηση των περιβαλλοντικών θεμάτων και να αναπτυχθούν δράσεις για την προστασία του περιβάλλοντος.
- Να αυξηθούν οι συνεργασίες σε επίπεδο κρατών, ώστε να ενισχυθεί η ανάπτυξη σε συνδυασμό με την περιβαλλοντική προστασία.
- Να υπάρξει ισχυρή δέσμευση από κυβερνήσεις, επιχειρήσεις, εθελοντές.
- Να έρθει στο επίκεντρο η μείωση της φτώχειας, η ισότητα των φύλλων και η ανακατανομή του πλούτου.
- Συνέδεσε τη φτώχεια με τη μείωση της βιωσιμότητας και τις περιβαλλοντικές πιέσεις.

Το 1989 η οικολογική καταστροφή από τη βύθιση του δεξαμενοπλοίου της Exxon αποτέλεσε την απαρχή για τη δημιουργία της ομάδας CERES, που αποτελεί ακόμα και σήμερα έναν ισχυρό συνασπισμό επενδυτών που πίεζε τις επιχειρήσεις να αρχίσουν να ενσωματώνουν κοινωνικές και περιβαλλοντικές πολιτικές στις στρατηγικές τους (www.ceres.org).

Το **1994** έκανε την εμφάνιση του ο όρος *triple bottom line* από τον Αμερικανό σύμβουλο *John Elkington*. Αυτό περιγράφει ένα φάσμα βιωσιμότητας μέσα από το περιβαλλοντικό, κοινωνικό και οικονομικό αντίκτυπο μιας επιχείρησης. (<https://www.greenbusinessmba.com/blog/what-is-the-triple-bottom-line>).

Η πρώτη φορά που αναπτύχθηκαν οι πυλώνες οικονομία, περιβάλλον και κοινωνία ως μέσα αξιολόγησης μιας εταιρείας, ήταν στο τέλος του 20^{ου} αιώνα. Η μετεξέλιξη απόψεων και ερευνών κατέδειξε την εμφάνιση των κριτηρίων ESG τα οποία και λαμβάνονται υπόψη για να την αξιολόγηση της μη χρηματοοικονομικής απόδοσης των επιχειρήσεων. Σημαντικός παράγοντας για την ανάπτυξη των κριτηρίων ήταν και η ανάγκη τρόπου κατάταξης των εταιρειών. Στην αρχή η εφαρμογή ήταν εθελοντική και οι δράσεις κάλυπταν κρατικά κενά. Παρατηρούμε δηλαδή πως μέχρι και τα τέλη του εικοστού αιώνα, οι τυχόν δράσεις που περιλάμβαναν - ασυναίσθητα – ESG κριτήρια ήταν περισσότερο αποτέλεσμα κοινωνικών πιέσεων και επηρεασμών, παρά συνειδητή εταιρική απόφαση.

Το **2003** εμφανίστηκε ο όρος της ΕΚΕ, Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (Schwartz and Carroll 2003). Αυτή αποτελείται από 4 διαστάσεις:

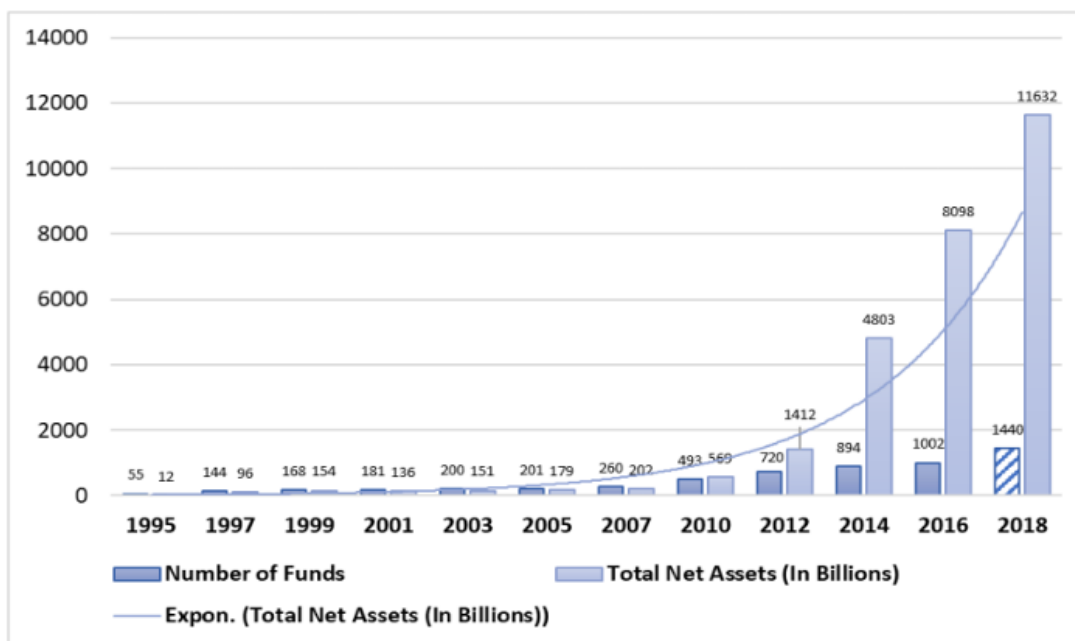
- *Οικονομική*: η επίτευξη του κέρδους αποτελεί τη βάση της επιχειρηματικής πυραμίδας.
- *Νομική*: η τήρηση των νομικών υποχρεώσεων των επιχειρήσεων είναι μέρος του κοινωνικού τους συμβολαίου που πρέπει να τηρούν.
- *Ηθική*: υπαγόρευση από την κοινωνία χωρίς να υπάρχει απαραίτητα κάποιος σχετικός νόμος. Είναι πρότυπα, κανόνες, προσδοκίες των μελών της κοινωνίας.
- *Φιλανθρωπική*: οι ενέργειες των επιχειρήσεων ως μέλη της κοινωνίας. Συμμετοχή σε προγράμματα που προάγουν την ανθρώπινη ευημερία. Είναι εθελοντική.



Γράφημα 1_ Πυραμίδα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης Carroll,
<https://theimpactinvestor.com/pyramid-of-corporate-social-responsibility/>

Η άνω πυραμίδα περιγράφει τα στάδια της εταιρικής δραστηριότητας. Η επιχείρηση πρέπει να έχει οικονομική διάσταση, να υπακούει στους νόμους, να έχει ηθική ευθύνη και να είναι φιλάνθρωπη. Αυτές οι διαστάσεις αποτελούν τις ευθύνες της επιχείρησης, δεν αντιπαραθέτει η μία την άλλη, ούτε υπάρχει εις βάρος της άλλης.

Η πρώτη φορά που ακούστηκε ο όρος ESG ήταν σε έκθεση του ΟΗΕ με τίτλο “*Who cares win*” (United Nations, 2004), όπου ο γενικός γραμματέας του ΟΗΕ Κόφι Ανάν κάλεσε σε μία πρωτοβουλία τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, προκειμένου να αναπτύξουν δράσεις για την ενσωμάτωση της περιβαλλοντικής, κοινωνικής και εταιρικής διακυβέρνησης στις χρηματοοικονομικές λειτουργίες. Η τελική έκθεση περιλάμβανε την έγκριση μεγάλων χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων όπως BNP Paribas, HSBC, Morgan Stanley. Ο παρακάτω πίνακας απεικονίζει την τάση της συνεχιζόμενης αύξησης των κεφαλαίων που επενδύονται σε τομείς που περιλαμβάνουν πρακτικές ESG.



Πίνακας 1_ Πηγή: US SIF Foundation, [www.ussif.org/files/SIF Trends 16 Executive Summary](http://www.ussif.org/files/SIF_Trends_16_Executive_Summary) (2016)

Το **2016** οι Kotler & Lee όρισαν την εταιρική ευθύνη ως τη δέσμευση του επιχειρηματικού κλάδου να προωθήσει την αιεφόρο ανάπτυξη σε συνεργασία με όλα τα εμπλεκόμενα μέρη. Υπάρχει κοινή δέσμευση για επίτευξη της βιωσιμότητας μέσα από τους πυλώνες οικονομίας, οικολογίας, κοινωνικής ανάπτυξης. (Anil Cumar, 2020)

Το **2019** ο ΟΗΕ δημοσίευσε το *UN Global Compact*, μία παγκόσμια συμφωνία που θέτει 10 αρχές που πρέπει να τηρούν οι οργανισμοί, πάνω στα ανθρώπινα δικαιώματα, τις εργασιακές συνθήκες, την αντιμετώπιση της διαφθοράς και την προστασία του περιβάλλοντος.

Το **2021** εμφανίστηκε ο όρος *Pieconomics* από τον Alex Edmans (Grow the Pie, 2021). Αυτός περιγράφει το εταιρικό μοντέλο που δημιουργεί κέρδη και ταυτόχρονα δίνει και αξία στην κοινωνία. Σκοπός είναι η αύξηση του κέρδους, αλλά και η αύξηση της προσφερόμενης αξίας στο κοινωνικό σύνολο. Σημαντικό ρόλο στη θεωρία του παίζουν οι επενδυτές, στους οποίους δεν προσφέρει απλά ένα μεγαλύτερο κομμάτι από την πίτα των κερδών, αλλά τους μεγαλώνει και το μέγεθος της πίτας.

Τα τελευταία χρόνια οι ευρωπαϊκές κυβερνήσεις δίνουν μεγάλο βάρος στην εφαρμογή ESG πολιτικών, καθώς μέσα από αυτές επιτυγχάνουν τους δημόσιους και πολιτικούς στόχους τους. Έτσι αυτές προκειμένου να ενθαρρύνουν τέτοιες επιχειρηματικές στρατηγικές θέσπισαν οικονομικά κίνητρα και επιβραβεύσεις. Αν και τα ESG δεν είναι νομική υποχρέωση των επιχειρήσεων, αποτελούν ωστόσο ένα θετικό ερέθισμα για τους επενδυτές.

A.3 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ESG

Οι 3 αυτοί άξονες δημιουργούν μία αναφορά επιδόσεων σχετικά με τη βιωσιμότητα (sustainability) και το ηθικό αντίκτυπο της επιχείρησης. Η αναφορά φθάνει στην κοινωνία, τους καταναλωτές, τους επενδυτές. Είναι παράγοντες που μπορούν να δημιουργήσουν αξία μακροπρόθεσμα. Εφόσον παράγεται αξία μακροπρόθεσμα σε συνδυασμό με καλές αποδόσεις σε θέματα ESG, η κατανάλωση, τα επενδυτικά κεφάλαια και οι ταλαντούχοι εργαζόμενοι θα προσελκυσθούν σταδιακά. Η Morgan Stanley σε έρευνα της (ESG Report, 2022) κατέδειξε σε συντριπτική πλειοψηφία το ενδιαφέρον σύγχρονων γενεών επενδυτών και εργαζομένων για εταιρείες με κοινωνική και περιβαλλοντική υπευθυνότητα. Αυτές οι εταιρείες με ESG πολιτικές είναι περισσότερο πιθανό να έχουν αυξανόμενη μελλοντική κερδοφορία και προσαρμογή στις νέες συνθήκες, με συνέπεια το σταθερό περιβάλλον για τους εργαζόμενους και την κερδοφορία για τους επενδυτές. Τέτοιες επιχειρήσεις έχουν περισσότερη αντοχή σε οικονομικές, επιχειρηματικές και κοινωνικές απειλές (πανδημία, digital disruption, αλλαγή προτύπων), εκφράζουν σταθερότητα, είναι ελκυστικές και προσφέρουν μία περισσότερη επενδυτική ασφάλεια.

Οι επιχειρήσεις συνεπώς επιδιώκουν να τις ενσωματώνουν στις στρατηγικές τους διαδικασίες που οδηγούν σε βιώσιμη ανάπτυξη και μέσω των δεικτών καταγράφουν τις επιδόσεις τους. Αυτές με τη σειρά τους δημοσιοποιούνται μέσω εκθέσεων, εταιρικών site και αναφορών, δημοσιεύσεων, κτλ. Έτσι γίνονται πιο ελκυστικές για τους επενδυτές και λαμβάνουν ευκολότερα τραπεζικές χρηματοδοτήσεις.

Οι παρακάτω πίνακες αποτυπώνουν συνοπτικά τα κύρια σημεία του κάθε πυλώνα.

Περιβάλλον	Κοινωνία	Εταιρική Διακυβέρνηση
Προστασία του Περιβάλλοντος	Ανθρώπινα δικαιώματα	Επιχειρηματική ηθική και διαφάνεια
Αντιμετώπιση της Κλιματικής αλλαγής	Ίσες ευκαιρίες	Αμοιβές στελεχών
Απανθρακοποίηση	Συνθήκες εργασίας	Ποικιλομορφία και δομή
Μόλυνση αέρα/νερού	Ποικιλομορφία εργαζομένων	Διαφθορά
Ενεργειακή αποδοτικότητα	Υγεία και ασφάλεια	Άσκηση πολιτική πίεση και δωρεές
Διαχείριση αποβλήτων	Παιδική εργασία/δουλεία	Φορολογική στρατηγική
Διατήρηση της βιοποικιλότητας	Σχέση με τις τοπικές κοινότητες	Συμμόρφωση
Νερό και ενεργειακή απόδοση	Φιλανθρωπία	Δικαιώματα των μετόχων
Εξοικονόμηση και ανακύκλωση πόρων		

Πίνακας 2 Θεματικές ESG

<https://www.eurobank.gr/el/business/digital-academy-business/ESG/ESG/eisagogi-kritiria-ESG-biosimi-anaptixi>

ESG περιβάλλον

Το σημαντικότερο και πιο διαδεδομένο σημείο είναι αυτό του περιβάλλοντος. Η αειφόρος ανάπτυξη αποτελεί καθήκον όλων των πλευρών. Οι επιχειρήσεις πρέπει να εξετάζουν όλες τις παραμέτρους προκειμένου να μειώνουν τις περιβαλλοντικές συνέπειες από τις δραστηριότητες τους. Αυτή η οικολογική συνείδηση μπορεί να εφαρμοστεί από όλες τις επιχειρήσεις ανεξαρτήτως μεγέθους. Αντιμετωπίζει τους φυσικούς πόρους ως δημόσια αγαθά που μέσα από την ορθολογική διαχείριση δεν πρέπει να μειώνονται, παρά να διατηρούνται, ανανεώνονται και παραδίδονται στις επόμενες γενιές. Η επιχείρηση μετατρέπεται περισσότερο σε οίκο-υπεύθυνη και παίρνει το ρόλο του διαχειριστή φυσικού περιβάλλοντος. Οι τομείς που εντάσσονται στην περιβαλλοντική διαχείριση και αποτελούν κίνητρο προστασίας μιας επιχείρησης είναι:

- Κλιματική κρίση. Ηλιακή ακτινοβολία και τρύπα του όζοντος, φαινόμενο θερμοκηπίου, αύξηση εκπομπών CO₂, αύξηση θερμοκρασίας εδάφους/θαλασσών.
- Προστασία των υδάτινων πόρων, από την αλόγιστη χρήση και την ποιοτική υποβάθμιση.
- Προστασία του εδάφους, από την εντατική καλλιέργεια της γης και τη χρήση και απόρριψη βλαβερών ουσιών. Εντατική εκμετάλλευση δασών.
- Διατήρηση βιοποικιλότητας. Όλοι οι ανωτέρω παράγοντες οδηγούν στη ρύπανση του περιβάλλοντος που συντελεί στη μείωση της βιοποικιλότητας που υπάρχει στη φύση.
- Ανακύκλωση (πρακτικές και διαχείριση).
- Διαχείριση αποβλήτων.
- Μεταχείριση των ζώων.

ESG κοινωνία

Η επιχειρηματική ευθύνη σχετίζεται με δράσεις που επηρεάζουν το κοινωνικό σύνολο και στο τελευταίο στάδιο θα προσδώσουν βελτίωση της εταιρικής απόδοσης. Εξετάζονται ζητήματα κοινωνικού χαρακτήρα. Τέτοιες ενέργειες είναι τα επαρκή μέτρα ασφάλειας των εργαζομένων, η εργασιακή ικανοποίηση, η συνεισφορά στην ευημερία των εργαζομένων με έξτρα παροχές, ο μηδενισμός των διακρίσεων, η ανάδειξη της διαφορετικότητας. Εξετάζονται οι σχέσεις με τους εσωτερικούς και εξωτερικούς πελάτες (ενδιαφερόμενα μέρη). Οι κύριοι τομείς που αφορά αυτός ο πυλώνας είναι:

- Εργασιακές συνθήκες ασφάλειας. Θα πρέπει να τηρούνται όλα τα προβλεπόμενα μέτρα που κάνουν ασφαλή την εργασία των ανθρώπων.
- Αμοιβές, παροχές, εκπαίδευση, εναλλαγή (turnover) προσωπικού.
- Ανθρώπινα δικαιώματα. Πλήρης σεβασμός στην έκφραση, κυκλοφορία, ιδιωτικότητα, ελευθερίες, ύπαρξη του ανθρώπου και εργαζόμενου.
- Διαφορετικότητα (diversity). Ίση μεταχείριση όλων χωρίς διακρίσεις ανάλογα των γενετικών, φυλετικών, σεξουαλικών τους χαρακτηριστικών. Αποφυγή προκαταλήψεων και στερεοτύπων απέναντι στα άτομα.

- Προστασία καταναλωτών. Σκοπός η προστασία του από τη χρήση του προϊόντος ή υπηρεσίας. Είναι μείζονος σημασία και νομοθετικά ορισμένο. Τυχόν παραβίαση του, συνιστά πέρα από νομική παράβαση και πρόκληση αρνητικού αντίκτυπου στην εταιρική φήμη. Η προστασία επεκτείνεται και στο σεβασμό των δικαιωμάτων των ζώων.
- Συνεργασία με προμηθευτές που ακολουθούν τις ίδιες αξίες.
- Εθελοντικό έργο.

ESG διακυβέρνηση

Η περιβαλλοντική και κοινωνική ηθική επηρεάζει και τη λειτουργία της εταιρείας. Καλύπτει τα δικαιώματα και ευθύνες της διοίκησης. Διαφανείς διαδικασίες, συστήματα εσωτερικού ελέγχου, συμμόρφωση με τους νόμους είναι μερικά από τα μέτρα που πρέπει να τηρεί μια εταιρεία κατά τη λειτουργίας της. Ασχολείται κυρίως με την επιχειρηματική ηθική. Οι επενδυτές αρέσκονται να γνωρίζουν την ηθική λειτουργία, την αποφυγή συγκρούσεων, διαπλοκών και παράνομων πρακτικών. Μπαίνει στο μικροσκόπιο η εταιρική διακυβέρνηση. Αυτά που εξετάζονται είναι:

- Το σύστημα εσωτερικών διαδικασιών σε σχέση με το Διοικητικό Συμβούλιο και τον πρόεδρο του (ανεξαρτησία, αποφυγή συγκρούσεων ρόλων και παράνομων δραστηριοτήτων).
- Τις εργασιακές σχέσεις: αυτές διέπονται από τους αντίστοιχους εργατικούς νόμους που προσδίδουν την ισότητα και αποφυγή των διακρίσεων ανάμεσα στους εργαζόμενους. Δίκαιη αμοιβή για όλους.
- Αμοιβές στελεχών: να υπάρχει διαφάνεια σε αυτές και στα bonus των στελεχών, για τη διασφάλιση ακεραιότητας και αποφυγή διαφθοράς και δωροδοκιών.
- Κώδικας δεοντολογίας εταιρείας και προμηθευτών.
- Διαφανείς λογιστικές μέθοδοι.

Για να επιτευχθεί η βιώσιμη ανάπτυξη που θα καλύπτει τις ανάγκες του σήμερα χωρίς να θέτει σε κίνδυνο τη δυνατότητα των μελλοντικών γενεών να καλύψουν τις δικές τους (επιτροπή Brundtland https://en.wikipedia.org/wiki/Brundtland_Commission) θα πρέπει να γίνει εναρμόνιση με τους 3 πυλώνες ESG. Αυτοί οι πυλώνες σκοπό έχουν να εντοπίζουν τους οικονομικούς κινδύνους που συνδέονται με τις επιδόσεις μιας επιχείρησης και να προωθούν επενδύσεις με μέγιστες αποδόσεις αλλά χαμηλότερο ρίσκο. Οι επιχειρηματικές πρακτικές έχουν ωριμάσει ώστε να γίνουν μετρήσιμες οι αποδόσεις ενός χαρτοφυλακίου, να δημιουργηθούν συγκεκριμένοι δείκτες απόδοσης που προσδιορίζουν άμεσα τα δυνατά και αδύνατα σημεία.

Ωθηση δίδεται από το 2019 με την Ευρωπαϊκή Πράσινη συμφωνία, από την οποία πηγάζουν μεγάλα χρηματικά ποσά για την επένδυση σε δραστηριότητες κυκλικής οικονομίας καθώς και μετάβασης σε αυτήν. Αυτή περιλαμβάνει μια σειρά από δράσεις που αποσκοπούν στην κλιματική ουδετερότητα έως το 2050. Οι στόχοι της είναι: μηδενικές εκπομπές αερίων θερμοκηπίου, οικονομική ανάπτυξη που δεν θα συνδέεται με τη χρήση πόρων και καθολική συμμετοχή προς αυτό το όραμα.

Παράλληλα έχουν αναπτυχθεί παράγοντες τα τελευταία χρόνια που ευνόησαν την ανάπτυξη πολιτικών ESG: το άνοιγμα των αγορών μέσα από την παγκοσμιοποίηση, την έντονη αστικοποίηση, την αυξανόμενη γνώση, ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των πολιτών σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος.

Σύμφωνα με τους Clark, Feiner and Viehs (2015), υπάρχει μία θετική συσχέτιση ανάμεσα στις εφαρμογές ESG μέσα από την εταιρική λειτουργία και τα εταιρικά αποτελέσματα. Στην έρευνα τους έκαναν μία σύνοψη σε περισσότερες από 200 ερευνητικές πηγές και κατέληξαν στα εξής συμπεράσματα:

- Το 10% των επιχειρήσεων που κατάφεραν να εφαρμόσουν ορθές ESG πολιτικές, μπόρεσαν και μείωσαν το κόστος δανεισμού τους.
- Το 88% των εταιρειών κατάφεραν βελτιωμένη απόδοση κατά τη λειτουργία τους.
- Το 80% των μετοχών παρουσίασε θετική συσχέτιση με την απόδοση της εταιρικής μετοχής.
- Στον περιβαλλοντικό πυλώνα κυριαρχεί η μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος και στην καλύτερη αξιοποίηση των διαθέσιμων πόρων.
- Σε κοινωνικό επίπεδο επικεντρώνεται περισσότερο στην ισότητα φύλων και τους κινδύνους της εργασίας.
- Στον τομέα της διακυβέρνησης ο προσανατολισμός είναι στη διαφάνεια μισθών, την πρόληψη απάτης και τα συστήματα ελέγχου.

Μέσα στα πλαίσια της επικοινωνίας, οι επιχειρήσεις με χαμηλή έως και μεγάλη καθιέρωση ESG διαδικασιών, έχουν την τάση να προβάλλουν αυτές και τις συνέπειες τους. Αυτό γίνεται για τους εξής λόγους:

- Οι εταιρείες προσπαθούν να χτίσουν μία θετική εικόνα, ένα ενισχυμένο εταιρικό προφίλ. Αυτό θα συνδυαστεί με άνοδο των πωλήσεων και της φήμης της στο χώρο.
- Η αυξημένη ενημέρωση λειτουργεί προτρεπτικά προς τους εν δυνάμει επενδυτές. Τους βοηθάει να συγκεντρώσουν όλες τις απαραίτητες πληροφορίες, ώστε να επενδύσουν σε περισσότερο κοινωνικά υπεύθυνες εταιρείες, παρά σε στάσιμες.
- Οι εταιρείες προτιμούν να δημοσιεύουν ακόμα και δυσμενείς πληροφορίες (πχ μόλυνση από ατύχημα λειτουργίας), παρά να τις αποκρύπτουν και να υπάρχει ο κίνδυνος να δημοσιευθούν στη συνέχεια από άλλη πηγή.

Συμπερασματικά μπορούμε να πούμε πως μεγάλο μέρος των επενδυτών εστιάζει σε επενδύσεις που συγκεντρώνουν έντονες πολιτικές ESG, καθώς έχουν αποδείξει πως εμφανίζουν καλύτερες αποδόσεις έναντι των υπολοίπων. Αυτές οι εταιρείες λαμβάνουν τη μερίδα του λέοντος της επενδυτικής πίτας σε παγκόσμιο επίπεδο. Τα κριτήρια ESG αποτελούν μέσα για μία πιο

εξασφαλισμένη ανάπτυξη. Σημαντική εξάρτηση εμφανίζουν εταιρείες μεγάλης κεφαλοποίησης, καθώς και αυτές που είναι εισηγμένες σε χρηματιστηριακές αγορές. Χωρίς αυτό να σημαίνει ότι αφήνει αδιάφορες τις μικρότερες σε μέγεθος επιχειρήσεις.

Καίριο λόγο παίζει και η αλλαγή των καταναλωτικών συνηθειών, ιδιαίτερα σε μικρότερες ηλικίας ομάδες. Αυτοί οι καταναλωτές ενημερώνονται και είναι περισσότερο ευαισθητοποιημένοι σε θέματα περιβαλλοντικής, κοινωνικής και κυβερνητικής ηθικής. Αντιμετωπίζουν με αυστηρότητα χαμηλές επιδόσεις επιχειρήσεων στους προαναφερθέντες τομείς.

Πηγές

ICAP (2021)

Αθανασίου Χ. (2019). Τί είναι τα κριτήρια ESG μιας επιχείρησης

Ζανιδάκης, Ταταρίδης, Χρηστάτος (2014)

<https://www.eurobank.gr/el/business/digital-academy-business/ESG/ESG/eisagogi-kritiria-ESG-biosimi-anaptixi>

<https://www.athensvoice.gr/epikairoτητα/ellada/736649/einai-i-ESG-syneheia-tis-eke-i-milame-gia-diaforetikes-ennoies/>

<https://banks.com.gr/etairiki-ypefthynotita-ESG-kai-viosimi-anaptyksi/>

<https://www.eurobank.gr/el/business/digital-academy-business/ESG/ESG/eisagogi-kritiria-ESG-biosimi-anaptixi>

A.4 ΑΠΟΛΟΓΙΣΤΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ

Μέσα από την οριοθέτηση στόχων βιωσιμότητας, έχουν αναπτυχθεί ατζέντες και δείκτες, ώστε να μπορέσει να χαραχθεί μία διαδρομή προς την επιτυχία και να μπορέσει να μετρηθεί, να αξιολογηθεί και να γίνει συγκρίσιμη η απόδοση των επιχειρήσεων πάνω στην εφαρμογή κριτηρίων βιωσιμότητας. Κάποια από τα κυριότερα εργαλεία που χρησιμοποιούνται είναι:

Sustainable Development Goals (SDG) ΣΤΟΧΟΙ



Πίνακας 3_ στόχοι βιώσιμης ανάπτυξης Ηνωμένα Έθνη 2021

https://en.wikipedia.org/wiki/Sustainable_Development_Goals#/media/File:Sustainable_Development_Goals.svg

Το 2015 οι παγκόσμιοι ηγέτες συμφώνησαν στην Ατζέντα 2030 που σκοπό είχε την επίτευξη της βιώσιμης ανάπτυξης. Πρόκειται για υιοθέτηση από όλα τα κράτη μέλη (ανεπτυγμένα και αναπτυσσόμενα) του ΟΗΕ στόχων, στην επίτευξη των οποίων πρέπει να συμβάλλουν όχι μόνο τα κράτη αλλά και οι επιχειρήσεις, ιδιωτικός και δημόσιος τομέας, ΜΚΟ, οργανώσεις πολιτών. Η χρονιά ορόσημο είναι το 2030, όπου θα πρέπει να έχουν επιτευχθεί οι 17 στόχοι. Η υιοθέτηση αυτών των στόχων αποσκοπεί σε ένα δικαιότερο κόσμο, ειρηνικό και αλληλέγγυο προς όφελος της κοινωνίας, του περιβάλλοντος και των επόμενων γενεών.

Στο επίπεδο της Ευρωπαϊκής Ένωσης οι άνω στόχοι έχουν ενσωματωθεί στην Πράσινη Συμφωνία (*EU GREEN DEAL*). Κάθε ευρωπαϊκή χώρα εκπονεί εθνικό σχέδιο εφαρμογής των SDG.

1. Εξάλειψη της ακραίας φτώχειας, κάλυψη των ευάλωτων πληθυσμών, ίση πρόσβαση σε βασικές υπηρεσίες.
2. Ορθή καλλιέργεια, δασοπονία, αλιεία, κατανάλωση. Αλλαγή στο παγκόσμιο σύστημα τροφίμων και γεωργίας. Δημιουργία επισιτιστικής ασφάλειας.
3. Διασφάλιση ζωής με υγεία, προαγωγή της ευημερίας.
4. Παροχή ελεύθερης, ισότιμης και ποιοτικής εκπαίδευσης σε όλα τα επίπεδα και ηλικίες.
5. Επίτευξη ισότητας φύλων και χειραφέτησης γυναικών
6. Διαθεσιμότητα νερού και εγκαταστάσεων υγιεινής για όλους.
7. Διασφάλιση οικονομικής και βιώσιμης ενέργειας για όλους.
8. Πρόσβαση σε βιώσιμη και αξιοπρεπή, χωρίς αποκλεισμούς εργασία.
9. Ανθεκτικές υποδομές, βιώσιμη βιομηχανοποίηση, καινοτομία.
10. Μείωση της ανισότητας εντός και μεταξύ των χωρών.
11. Ασφαλείς και βιώσιμες πόλεις.
12. Βιώσιμη παραγωγή και κατανάλωση.
13. Καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής.
14. Προστασία των θαλάσσιων πόρων.
15. Βιώσιμη χρήση οικοσυστημάτων, προώθηση βιοποικιλότητας.
16. Ειρήνη, πρόσβαση στη δικαιοσύνη, αποτελεσματικοί θεσμοί.
17. Παγκόσμια συνεργασία για βιώσιμη ανάπτυξη.

GRI STANDARDS



Τα πρότυπα GRI (*Global Reporting Initiative*) επιτρέπουν σε μία επιχείρηση να πληροφορήσει τις ενέργειες που κάνει σχετικά με τις επιπτώσεις που φέρει η λειτουργία της στο περιβάλλον, την οικονομία, τον άνθρωπο ή ακόμα και να επικεντρωθεί σε ορισμένα από αυτά τα πεδία μόνο. Αυτό τους βοηθά να υποδείξουν τη συμβολή τους στη βιώσιμη ανάπτυξη.

Αποτελούν κατευθυντήριες οδηγίες για τον τρόπο δημοσιοποίησης αναφορών αιεφορίας, σχετικά με τις περιβαλλοντικές, κοινωνικές, οικονομικές επιδόσεις. Είναι μία διεθνής κίνηση που ξεκίνησε το 1997. Αυτά τα πρότυπα χρησιμοποιούνται από μία μεγάλη πλειοψηφία των επιχειρήσεων σε παγκόσμιο επίπεδο, που τους διασφαλίζουν έτσι όρια και ποιότητα στους απολογισμούς τους. Οι στόχοι των προτύπων είναι:

- Καθοδηγούν τους απολογισμούς βιωσιμότητας.

- Βοηθούν στην ισορροπημένη παρουσίαση των επιδόσεων.
- Συμβάλλουν στη σύγκριση και την κατανόηση των επιπέδων βιωσιμότητας.

Τα GRI πρότυπα βοηθούν στην αποτελεσματικότητα της επιχείρησης, μειώνουν τα κόστη, αυξάνουν την παραγωγικότητα και προσήλωση των εργαζομένων. Είναι εργαλείο για μία πετυχημένη εφαρμογή των ESG κριτηρίων προς το στόχο της βιωσιμότητας.

Διακρίνονται σε 3 κατηγορίες:

- **ΚΑΘΟΛΙΚΑ ΠΡΟΤΥΠΑ:**
 - GRI 101: βασικές πληροφορίες
 - GRI 102: εταιρικές πληροφορίες
 - GRI 103: διοικητική προσέγγιση λειτουργίας
- **ΘΕΜΑΤΙΚΑ ΠΡΟΤΥΠΑ:**
 - GRI 200: οικονομία
 - GRI 300: περιβάλλον
 - GRI 400: κοινωνία

TOPIC-SPECIFIC STANDARDS			
200 Series Economic	300 Series Environmental	400 Series Social	
GRI 201: Economic Performance	GRI 301: Materials	GRI 401: Employment	GRI 410: Security Practices
GRI 202: Market Presence	GRI 302: Energy	GRI 402: Labor/Management Relations	GRI 411: Rights of Indigenous Peoples
GRI 203: Indirect Economic Impacts	GRI 303: Water	GRI 403: Occupational Health and Safety	GRI 412: Human Rights Assessment
GRI 204: Procurement Practices	GRI 304: Biodiversity	GRI 404: Training and Education	GRI 413: Local Communities
GRI 205: Anti-corruption 2016	GRI 305: Emissions	GRI 405: Diversity and Equal Opportunity	GRI 414: Supplier Social Assessment
GRI 206: Anti-competitive Behavior	GRI 306: Effluents and Waste	GRI 406: Non-discrimination	GRI 415: Public Policy
	GRI 307: Environmental Compliance	GRI 407: Freedom of Association and Collective Bargaining	GRI 416: Customer Health and Safety
	GRI 308: Supplier Environmental Assessment	GRI 408: Child Labor	GRI 417: Marketing and Labeling
		GRI 409: Forced or Compulsory Labor	GRI 418: Customer Privacy
			GRI 419: Socioeconomic Compliance

Πίνακας 4_Πηγή: <https://www.eurobank.gr/el/business/digital-academy-business/ESG/ESG/protovoulies-gri-un-global-compact>

ΕΛΕΓΧΟΣ ΠΡΟΟΔΟΥ COP

Η CoP (*Communication on Progress*) είναι μία ετήσια αναφορά προόδου που δείχνει τη δέσμευση των επιχειρήσεων στους παγκόσμιους στόχους βιώσιμης ανάπτυξης SDG, όπως αυτοί αναφέρθηκαν παραπάνω. Βοηθάει τις επιχειρήσεις:

- Να ενισχύσουν το brand value με τη δέσμευση τους στους στόχους SDG.

Επιχειρήσεις και κοινωνική ευθύνη: Περιβάλλον, κοινωνία και διακυβέρνηση (ESG)

- Να παρουσιάσουν την πρόοδο τους. Μέσο ενίσχυσης της εταιρικής λογοδοσίας.
- Να αναπτύξουν προληπτικές πολιτικές πάνω στη βιωσιμότητα.
- Να προσδιορίσουν τις ελλείψεις τους και να αναπτύξουν συνεχή εκπαίδευση.
- Να κάνουν σύγκριση (benchmarking).

Πηγή <https://unglobalcompact.org/participation/report/cop>

Sustainability Accounting Standards Board (SASB)



Το SASB είναι ένας οργανισμός που ιδρύθηκε το 2011 και σκοπό έχει τη διατήρηση προτύπων που θα αποκαλύπτουν χρηματοοικονομικές πληροφορίες βιωσιμότητας προς τους επενδυτές και άλλους ενδιαφερόμενους φορείς. Εντοπίζουν ζητήματα βιωσιμότητας που επηρεάζουν την οικονομική απόδοση και την εταιρική αξία. Τα πρότυπα αυτά περιλαμβάνουν μετρήσεις και γνωστοποιήσεις πέρα από τους 3 ESG πυλώνες και στους τομείς του επιχειρηματικού μοντέλου και της καινοτομίας.

Βοηθάνε τις επιχειρήσεις να εντοπίζουν, μετρούν και παρουσιάζουν το σύνολο των θεμάτων ESG που επηρεάζουν άμεσα τη μακροπρόθεσμη εταιρική αξία. Τα χαρακτηριστικά τους είναι:

- Έχουν παγκόσμια εφαρμογή, ώστε να παρέχουν αξιόπιστες και συγκρίσιμες πληροφορίες.
- Έχουν χρηματοοικονομική ουσία, τα πιο σημαντικά πεδία που επηρεάζουν τα οικονομικά αποτελέσματα της εταιρείας.
- Είναι βασισμένα σε στοιχεία, συλλογή στοιχείων εντός και εκτός εταιρείας.
- Είναι ειδικευμένα ανά κλάδο δραστηριότητας.

Πηγή <https://sasb.org/>

ΔΕΙΚΤΗΣ ATHEX ESG



Το 2021 το Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών (ΧΑΑ) δημιούργησε τον άνω δείκτη με σκοπό την καταγραφή και παρακολούθηση της απόδοσης των εισηγμένων εταιρειών, πάνω σε πρακτικές θεμάτων περιβάλλοντος, κοινωνίας και εταιρικής διακυβέρνησης ESG. Η δημιουργία του δείκτη

Επιχειρήσεις και κοινωνική ευθύνη: Περιβάλλον, κοινωνία και διακυβέρνηση (ESG)

έγινε σε συνεργασία με το Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών και σκοπό έχει να παρακολουθεί τις εξελισσόμενες τάσεις πάνω στη μη χρηματοοικονομική πληροφόρηση. Με τη χρήση ερωτηματολογίων προς τις εισηγμένες καταρτίζεται μία βαθμολογία αντίστοιχη των εταιρικών δράσεων και στρατηγικών. Ο νέος αυτός δείκτης ATHEX ESG θα φιλοξενεί μέγιστο αριθμό 60 επιχειρήσεων. Στην αρχική του φάση αυτός ο αριθμός προσδιορίστηκε στις 35. Η σύνθεση του θα αναθεωρείται σε ετήσια βάση. Ο δείκτης αυτός θα αναλυθεί στη συνέχεια της εργασίας.

Στον παρακάτω πίνακα καταγράφονται οι επιχειρήσεις που συνέθεσαν το δείκτη ATHEX ESG, όπως αυτές εισήχθησαν για πρώτη φορά τη Δευτέρα 2 Αυγούστου 2021.

A/A	Συμβολο	Μετοχή	Συντελεστής Βαρύτητας #	Συντελεστής Στάθμησης
1	ΕΕΕ	COCA-COLA HBC AG (ΚΟ)	44.82	0.2944640
2	ΟΤΕ	ΟΤΕ (ΚΟ)	38.50	0.5967790
3	ΑΛΦΑ	ΑΡΗΑ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΥΜΜ (ΚΟ)	80.99	0.7669880
4	ΕΥΡΩΒ	ΕΥΡΟΒΑΝΚ HOLDINGS (ΚΟ)	48.24	1.0000000
5	ΟΠΑΠ	ΟΠΑΠ (ΚΟ)	36.96	1.0000000
6	ΜΥΤΙΛ	ΜΥΤΙΛΗΝΑΙΟΣ (ΚΟ)	59.94	1.0000000
7	ΕΤΕ	ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ (ΚΟ)	49.20	1.0000000
8	ΔΕΗ	ΔΕΗ (ΚΟ)	34.79	1.0000000
9	ΜΠΕΛΑ	JUMBO (ΚΟ)	36.45	1.0000000
10	ΠΕΙΡ	ΠΕΙΡΑΙΩΣ FINANCIAL HOLD (ΚΟ)	39.01	1.0000000
11	ΤΙΤΣ	ΤΙΤΑΝ CEMENT (ΚΑ)	42.93	1.0000000
12	ΜΟΗ	ΜΟΤΟΡ ΟΪΛ (ΚΟ)	23.97	1.0000000
13	ΓΕΚΤΕΡΝΑ	ΓΕΚ ΤΕΡΝΑ (ΚΟ)	35.91	1.0000000
14	ΤΕΝΕΡΓ	ΤΕΡΝΑ ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΗ (ΚΟ)	25.76	1.0000000
15	ΛΑΜΔΑ	LAMDA DEVELOPMENT(ΚΟ)	23.52	1.0000000
16	ΕΛΠΕ	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΠΕΤΡΕΛΑΙΑ (ΚΟ)	18.20	1.0000000
17	ΕΥΔΑΠ	ΕΥΔΑΠ (ΚΟ)	24.57	1.0000000
18	ΕΛΛΑΚΤΩΡ	ΕΛΜΑΚΤΩΡ (ΚΟ)	35.64	1.0000000
19	ΑΔΜΗΕ	ΑΔΜΗΕ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε. (ΚΟ)	26.46	1.0000000
20	ΣΑΡ	ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΓΡ. (ΚΟ)	22.54	1.0000000
21	ΒΙΟ	ΒΙΟΗΛΑΛΟ SA/NV (ΚΑ)	9.03	1.0000000
22	ΦΡΛΚ	FOURLIS ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ (ΚΟ)	43.20	1.0000000
23	ΕΧΑΕ	ΕΛΛΗΝ. ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΑ-Χ.Α. (ΚΟ)	41.00	1.0000000
24	ΚΟΥΕΣ	QUEST ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ (ΚΟ)	18.72	1.0000000
25	ΠΛΑΘ	ΠΛΑΣΤΙΚΑ ΘΡΑΚΗΣ (ΚΟ)	24.18	1.0000000
26	ΠΛΑΚΡ	ΠΛΑΣΤΙΚΑ ΚΡΗΤΗΣ (ΚΟ)	15.48	1.0000000
27	ΑΡΑΙΓ	ΑΕΡΟΠΟΡΙΑ ΑΙΓΑΙΟΥ (ΚΟ)	13.53	1.0000000
28	ΕΛΧΑ	ΕΛΒΑΛΧΑΛΚΟΡ (ΚΟ)	8.80	1.0000000
29	ΟΛΠ	ΟΛΠ (ΚΟ)	9.36	1.0000000
30	ΣΕΝΕΡ	ΣΕΝΕΡΓΥ HOLDINGS (ΚΑ)	5.89	1.0000000
31	ΕΥΠΙΚ	ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΠΙΣΤΗ (ΚΟ)	16.77	1.0000000
32	ΙΑΤΡ	ΙΑΤΡΙΚΟ ΑΘΗΝΩΝ (ΚΟ)	7.36	1.0000000
33	ΠΛΑΙΣ	ΠΛΑΙΣΙΟ COMPUTERS (ΚΟ)	9.18	1.0000000
34	ΑΛΜΥ	ΑΛΟΥΜΥΛ (ΚΟ)	7.14	1.0000000
35	ΛΥΚ	INFORM Π. ΛΥΚΟΣ (ΚΟ)	10.08	1.0000000

Συντελεστής Βαρύτητας: Ποσοστό Ευρείας Διασποράς (Free Float Band) * Βαθμολογία ESG

Πίνακας

5_

Πηγή:

https://www.athexgroup.gr/el/rss-feeds/-/asset_publisher/hlxgrpannrss/content/id/6378202

[/asset_publisher/hlxgrpannrss/content/id/6378202](https://www.athexgroup.gr/el/rss-feeds/-/asset_publisher/hlxgrpannrss/content/id/6378202)

ΔΕΙΚΤΗΣ CRI



Ένας δείκτης που έχει εφαρμοσθεί τα τελευταία χρόνια για την εφαρμογή δράσεων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στη χώρα μας είναι ο δείκτης CRI.

Η εκπροσώπηση του CR index στην Ελλάδα γίνεται από το ινστιτούτο εταιρικής ευθύνης (Corporate Responsibility Institute, www.cri.org.gr) από το 2008. Το ινστιτούτο έχει τους εξής σκοπούς:

- Ανάπτυξη και υποστήριξη της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και αειφόρου ανάπτυξης.
- Παροχή υπηρεσιών μέσα από ειδικούς δείκτες αξιολόγησης της εταιρικής υπευθυνότητας.
- Συμμετοχή σε σχετικά προγράμματα.
- Εδραίωση της ευθύνης.

Οι εταιρείες δίνουν τα απαιτούμενα στοιχεία, τα οποία ελέγχονται. Γίνονται συναντήσεις, αξιολογήσεις και εξάγεται ο σχετικός δείκτης. Δίνονται αποτελέσματα τόσο συνολικά, όσο και συγκρίσιμα ανάμεσα σε εταιρείες του ίδιου κλάδου. Οι τομείς που αξιολογούνται οι εταιρείες είναι:

- Περιβάλλον. Περιορισμός δυσμενών επιδράσεων, αντιμετώπιση κλιματικής αλλαγής.
- Κοινωνία. Ανάπτυξη σχέσεων και εμπιστοσύνης με τις τοπικές κοινωνίες.
- Εργαζόμενοι. Στάση απέναντι σε Ασφάλεια, Υγιεινή, Ειλικρινή Επικοινωνία και Δίκαιη Μεταχείριση.
- Αγορά. Σχέση και ανταπόκριση στις ανάγκες των καταναλωτών.

Στον παρακάτω πίνακα απεικονίζονται τα αποτελέσματα για την περίοδο 2021-2022.

CRI
CORPORATE
RESPONSIBILITY
INSTITUTE
Special in over 120 sectors

CR INDEX 2021-2022


Comparative results table

Companies	2021-22	2020-21	2019-20	2018-19	2017-18
NATIONAL BANK OF GREECE	★ 🏢	★ 🏢		★	★
PFIZER HELLAS S.A.	★		★ 🏢		★ 🏢
NOVARTIS HELLAS	★ 🏢	★	★ 🏢	★	
GENESIS PHARMA	★ 🏢	★ 🏢	★ 🏢	★	★
ATHENS MEDICAL GROUP	★	★ 🏢	★ NEW		
HYGEIA HOSPITAL	★ 🏢	★		★ NEW	
ATHENIAN BREWERY	★				
JOHNSON & JOHNSON	★ NEW				
DRUCKFARBEN	★				
LIDL HELLAS & SIA O.E.	★ 🌱	★ 🌱			★ NEW
DESFA	★				
ETHNIKI ASFALISTIKI	★	★	★		
EYDAP	★ 🌱				
PIRAEUS BANK		★ 🌱			
WIND HELLAS			★	★ 🏢	★ 🏢
PUBLIC GAS CORPORATION S.A.			★		★ 🌱
AB VASSILOPOULOS			★ 🏢		
ELPEDISON			★ 🌱		
PLAISIO			★ 🌱		
AEGEAN MOTORWAY			★	★	
ION A.E.		★			
JANSSEN-CILAG				★ 🏢 🌱	
HELLAS GOLD					★ 🏢
ATTIKES DIADROMES S.A.					★ 🌱

★ DIAMOND award ★ PLATINUM award ★ GOLD award ★ SILVER award ★ BRONZE award
 🏢 BEST PROGRESS PLATINUM award 🏢 BEST PROGRESS GOLD award
 🏢 BEST PROGRESS SILVER award 🏢 BEST PROGRESS BRONZE award
 Special distinction: 🌱 Environment 🏢 Community 🏢 Workplace 🌱 Marketplace NEW Best New Entry

Πίνακας 6 _ <http://www.cri.org.gr/Contents.aspx;CatId=26>

Ένας άλλος δείκτης του ίδιου ινστιτούτου είναι το CRI pass. Αυτό απευθύνεται είτε σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις, είτε σε πολυεθνικές που τώρα κάνουν τα πρώτα τους βήματα στο πεδίο της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Οι τομείς είναι πάλι οι ίδιοι, μόνο που σε αυτό το pass περιλαμβάνεται ένα σχέδιο δράσης που αποτελείται από την εταιρική δέσμευση, την υλοποίηση, τη διαχείριση και την επίδοση. Με το πέρας της αξιολόγησης, βγαίνει ο σχετικός δείκτης και προετοιμάζει τις εταιρείες για εισαγωγή στο δείκτη CRI.



Companies	2021-22	2019-21	2014-19
PRESSIOUS ARVANITIDIS	✓		
DHL	✓		
SKLAVENITIS	✓		
NIKAS	✓		
ONSHORE BWIN		✓	
ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Α.Ε.		✓	
LEROY MERLIN		✓	
ΟΛΥΜΠΙΑ ΟΔΟΣ		✓	
ΝΕΑ ΓΕΝΙΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΗΡΙΑ ΖΗΡΙΔΗ			✓
NJV ATHENS PLAZA			✓
ION Α.Ε.			✓
ΕΘΝΙΚΗ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ			✓
ΜΕΛΙΣΣΑ ΚΙΚΙΖΑΣ ΑΒΕΕ ΤΡΟΦΙΜΩΝ			✓
J&P ΑΒΑΞ Α.Ε.			✓
ΜΕΤΛΙΦΕ ΑΕΓΑ			✓
ΑΤΤΙΚΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ Α.Ε.			✓
ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΟΔΡΟΜΟΣ ΑΙΓΑΙΟΥ			✓
ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΠΙΣΤΗ			✓

Πίνακας 7 _ <http://www.cri.org.gr/Contents.aspx;CatId=26>

A.5 ΤΙ ΣΥΜΒΑΙΝΕΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η λογοδοσία αειφορίας ωριμάζει και στη χώρα μας και εμφανίζεται μία συνεχής αύξηση στον αριθμό των απολογισμών που δημοσιεύονται. Η ανάπτυξη αυτή δεν έχει επηρεαστεί από τις τελευταίες υφέσεις που έλαβαν χώρα (πανδημία, ενεργειακή κρίση). Οι απολογισμοί είναι συνεχώς πιο πολύτιμοι και η ζήτηση για μη χρηματοοικονομική ενημέρωση αυξανόμενη. Αυτό συμβάλει στην ανάπτυξη της λογοδοσίας αειφορίας, ως μία σημαντική επιχειρηματική πρακτική.

Οι εταιρείες που κάνουν χρήση είναι κυρίως οι μεγάλες και δη αυτές που αποτελούν θυγατρικές πολυεθνικών. Σύμφωνα με έρευνα του 2018 οι εταιρείες που δημοσίευαν απολογισμούς ήταν 90 (από 45 το 2012), απασχολούσαν 170.000 εργαζομένους και ο τζίρος του είναι στο 25% του ΑΕΠ της χώρας (CSR REPORTS 2019). Το κύριο συμπέρασμα της έρευνας ήταν πως οι επιχειρήσεις που ενσωμάτωσαν στη στρατηγική τους την εταιρική υπευθυνότητα, βοηθήκαν στη δέσμευση επιστροφής αξίας στην κοινωνία. Αυτές κατάφεραν έτσι να έχουν ένα καλύτερο εργασιακό περιβάλλον, επενδύσεις στις τοπικές κοινωνίες, θετικό περιβαλλοντικό αποτύπωμα και πελατειακή προτίμηση.

Την τελευταία δεκαετία δοκιμάστηκαν διάφοροι δείκτες μέτρησης της εφαρμογής των κριτηρίων ESG μέσα από τις επιχειρηματικές δράσεις. Αυτή την ποικιλομορφία ήρθε να συμπληρώσει η Ευρωπαϊκή Ένωση με μία νέα οδηγία για την *Αναφορά Εταιρικής Αειφορίας (Sustainability Reporting Directive CSRD)*. (https://finance.ec.europa.eu/capital-markets-union-and-financial-markets/company-reporting-and-auditing/company-reporting/corporate-sustainability-reporting_en). Αυτή σκοπό έχει να καλύψει τα κενά και τις ελλείψεις και να θέσει τα πρότυπα βιωσιμότητας. Η οδηγία θέλει να τονίσει τόσο τη θετική επίδραση υιοθέτησης κριτηρίων ESG, όσο και τη μικρή οικονομική επιβάρυνση των επιχειρήσεων κατά την εφαρμογή αυτών. Το επιθυμητό αποτέλεσμα από την εφαρμογή της είναι να θέσει πιο αυστηρές προδιαγραφές αναφορών, να κάνει υποχρεωτική την έκθεση αειφορίας, να θεσπίσει ένα ενιαίο πρότυπο απολογισμού. Επιδίωξη της είναι να επεκταθεί και στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις για τις οποίες δεν υπάρχουν επαρκή δεδομένα, ώστε να υπάρχουν ίσοι όροι ανταγωνισμού των επιχειρήσεων και καλύτερη άντληση πληροφοριών για κλάδους με μεγάλα κενά πληροφόρησης.

Το αποτέλεσμα θα είναι θετικό τόσο για την εταιρεία που θα έχει ευκολότερη πρόσβαση σε πηγές χρηματοδότησης και καλύτερη διαχείριση των κινδύνων που προκύπτουν, όσο και για τη δέσμευση των ενδιαφερομένων πλευρών (stakeholders) που θα προκύψει.

Στην Ελλάδα οι εταιρείες είναι υποχρεωμένες να δημοσιοποιούν χρηματοοικονομικές και μη καταστάσεις. Στις μη χρηματοοικονομικές περιλαμβάνεται ο *Ετήσιος Κοινωνικός Απολογισμός* ή αλλιώς *Ετήσια Έκθεση Αειφορίας*.

Σύμφωνα με την κοινοτική οδηγία (<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/ea95c795-9328-11e9-9369-01aa75ed71a1/language-el>) είναι μείζονος σημασία η ενσωμάτωση διαδικασιών βιώσιμης ανάπτυξης στις εταιρείες. Ειδικότερα για τις εισηγμένες στο

Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών υπάρχει ο σχετικός δείκτης Athex ESG, που περιλαμβάνει εισηγμένες εταιρείες με καλές επιδόσεις σε ESG διαδικασίες. Αυτός ο **οδηγός δημοσιοποίησης ESG πληροφοριών** θα αναλυθεί παρακάτω, μιας και αφορά τις μεγαλύτερες σε μέγεθος εταιρείες της χώρας μας, που κατά βάση ακολουθούν και δημοσιεύουν πρακτικές ESG σε μεγαλύτερο φάσμα από τις μη εισηγμένες.

Πηγή GRANT THORTON (2021)

A.6 ΟΔΗΓΟΣ ΔΗΜΟΣΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ESG

(με βάση την ενημερωμένη έκδοση του ATHEX 2022)

Το Χρηματιστήριο Αθηνών έχει αναπτύξει έναν οδηγό με σκοπό να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να δημοσιεύουν ποσοτικά, ποιοτικά και συγκρίσιμα ESG στοιχεία, για τη διευκόλυνση των επενδυτών. Ο οδηγός διευκολύνει τις επιχειρήσεις να βελτιώσουν την πρόσβαση τους σε κεφάλαια και να προσελκύσουν επενδυτές. Ευθυγραμμίζεται δε πλήρως με τα κυριότερα παγκόσμια πλαίσια όπως SASB (Sustainability Accounting Standards Board), GRI (Global Reporting Initiative), οδηγίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης για δημοσίευση μη χρηματοοικονομικών πληροφοριών. Μπορεί να αποτελέσει πρότυπο και για τις μη εισηγμένες εταιρείες που θέλουν να ακολουθήσουν μία πιο εμπεριστατωμένη διαδικασία αναφορών.

Τα χρηματιστήρια σε όλον τον κόσμο έχουν αναπτύξει κοινές πρωτοβουλίες όπως το Sustainable Stock Exchange SSE του ΟΗΕ, που υποστηρίζουν τις βιώσιμες επιχειρηματικές πολιτικές. Το Χρηματιστήριο Αθηνών συμμετέχει σε αυτή την κίνηση από το 2018 και οι οδηγοί του από τότε αποτελούν έναυσμα κινητοποίησης πάνω σε θέματα ESG. Σκοπός του οδηγού δημοσιοποίησης είναι:

- Να αυξηθεί η σημασία και η ευαισθητοποίηση σε ESG πεδία.
- Να απλουστευθεί η διαδικασία δημοσιοποίησης ESG πληροφοριών.
- Να υποστηριχθούν οι εταιρείες για πιο ποιοτικές και συγκρίσιμες αναφορές.
- Να αυξηθεί η επενδυτική εμπιστοσύνη προς τις ελληνικές επιχειρήσεις.
- Να αυξηθεί η ροή πληροφοριών.
- Να υποστηριχθούν οι επενδυτές στις αποφάσεις τους.

Ο σκοπός δημοσίευσης των πληροφοριών ESG βοηθάει τις εταιρείες να:

- Έχουν καλύτερη πρόσβαση σε κεφάλαια με μικρότερο κόστος. Αυτό παρατηρείται σε επιχειρήσεις που έχουν καλύτερες επιδόσεις σε ESG διαδικασίες. Οι επενδυτές αναζητούν εταιρείες με υψηλές επιδόσεις σε θέματα βιωσιμότητας.
- Συμμορφώνονται με τις απαιτήσεις κρατικών φορέων για δημοσιοποίηση μη χρηματοοικονομικών πληροφοριών. Συντελούν έτσι στην περισσότερη διαφάνεια μέσα σε ένα συνεχώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον.

Επιχειρήσεις και κοινωνική ευθύνη: Περιβάλλον, κοινωνία και διακυβέρνηση (ESG)

- Ενισχύσουν την εταιρική τους επίδοση, μέσα από την ενσωμάτωση αρχών βιώσιμης ανάπτυξης. Παρουσιάζουν ισχυρότερα αποτελέσματα και αποδόσεις.
- Ενισχύουν την εταιρική φήμη και αναπτύσσουν τη συνεργασία με εσωτερικούς και εξωτερικούς πελάτες.

Για μία πετυχημένη αναφορά βιωσιμότητας, οι επιχειρήσεις θα πρέπει να είναι σε θέση να εντοπίζουν, να ιεραρχούν και να γνωστοποιούν τα ουσιαστικότερα θέματα ESG, που διαμορφώνουν τη στρατηγική και λειτουργία τους. Σύμφωνα με τον Οργανισμό Διεθνών Λογιστικών Προτύπων (ΟΔΛΠ) σημαντικά θέματα είναι αυτά που αν παραληφθούν αλλοιώνουν τα αποτελέσματα και την εικόνα της επιχείρησης. Οπότε θα πρέπει να δημοσιεύουν αυτά τα στοιχεία ESG που μπορούν να επιδράσουν στην επιχειρηματική τους απόδοση.

Ο οδηγός κατατάσσει τους τομείς ESG σε βαθμό σημαντικότητας αναλόγως του κλάδου που δραστηριοποιείται κάθε επιχείρηση. Παρακινεί δε τις εταιρείες οι όποιες δημοσιεύσεις να ακολουθούν τα πλαίσια υποβολής αναφορών όπως SASB, GRI, CDP, κτλ

Η προτεινόμενη ακολουθία ορίζει τις δημοσιευμένες αναφορές να χαρακτηρίζονται από:

- Ποιοτικά, συγκρίσιμα δεδομένα με παροχή τρόπων άντλησης.
- Αμεροληψία, αντικειμενικότητα χωρίς συγκαλύψεις.
- Καθαρή απεικόνιση των γνωστικών δεδομένων, όπου υπάρχουν, χωρίς γενικεύσεις.
- Συμμετοχή του ανώτατου επιπέδου διοίκησης στη στρατηγική ESG και δεικτών επίδοσης.
- Σύσταση για εξωτερική αξιολόγηση ορθότητας των στοιχείων.
- Εύκολη πρόσβαση και δημοσίευση των αναφορών.
- Οι επιδόσεις να δημοσιεύονται σε ετήσια βάση και εντός εξαμήνου από το πέρας της οικονομικής χρήσης.

Οι δείκτες χωρίζονται σε 3 κατηγορίες:

ΒΑΣΙΚΟΙ

Κατηγοριοποίηση ESG	ID	Ονομασία Δείκτη
Περιβάλλον	C-E1	Άμεσες εκπομπές (Scope 1)
	C-E2	Έμμεσες εκπομπές (Scope 2)
	C-E3	Ενεργειακή κατανάλωση και παραγωγή
Κοινωνία	C-S1	Συμμετοχή ενδιαφερόμενων μερών
	C-S2	Γυναίκες εργαζόμενες
	C-S3	Γυναίκες εργαζόμενες σε διευθυντικές θέσεις
	C-S4	Κινητικότητα προσωπικού
	C-S5	Κατάρτιση εργαζομένων
	C-S6	Πολιτική ανθρωπίνων δικαιωμάτων
	C-S7	Συλλογικές συμβάσεις εργασίας
	C-S8	Αξιολόγηση προμηθευτών
Εταιρική Διακυβέρνηση	C-G1	Σύνθεση Διοικητικού Συμβουλίου
	C-G2	Εποπτεία βιώσιμης ανάπτυξης
	C-G3	Ουσιαστικά θέματα
	C-G4	Πολιτική βιωσιμότητας
	C-G5	Πολιτική επιχειρηματικής δεοντολογίας
	C-G6	Πολιτική ασφάλειας δεδομένων

Πίνακας 8 _πηγή: ATHEX, Οδηγός Δημοσιοποίησης Πληροφοριών ESG 2022

ΠΡΟΗΓΜΕΝΟΙ

Κατηγοριοποίηση ESG	ID	Ονομασία Δείκτη
Περιβάλλον	A-E1	Άλλες έμμεσες εκπομπές (Score 3)
	A-E2	Κίνδυνοι και ευκαιρίες από την κλιματική αλλαγή
	A-E3	Διαχείριση αποβλήτων
	A-E4	Απόρριψη λυμάτων
	A-E5	Περιοχές ευαίσθητης βιοποικιλότητας
Κοινωνία	A-S1	Βιώσιμη οικονομική δραστηριότητα
	A-S2	Δαπάνες κατάρτισης εργαζομένων
	A-S3	Μισθολογική διαφορά μεταξύ των δύο φύλων
	A-S4	Αναλογία αμοιβής διευθύνοντος συμβούλου - εργαζομένων
Εταιρική Διακυβέρνηση	A-G1	Επιχειρηματικό μοντέλο
	A-G2	Παραβιάσεις επιχειρηματικής δεοντολογίας
	A-G3	Στόχοι ESG
	A-G4	Μεταβλητές αμοιβές
	A-G5	Εξωτερική διασφάλιση

Πίνακας 9 _ πηγή: ATHEX, Οδηγός Δημοσιοποίησης Πληροφοριών ESG 2022

ΚΛΑΔΙΚΟΙ

Κατηγοριοποίηση ESG	ID	Ονομασία Δείκτη
Περιβάλλον	SS-E1	Στρατηγική διαχείρισης εκπομπών
	SS-E2	Εκπομπές ατμοσφαιρικών ρύπων
	SS-E3	Κατανάλωση νερού
	SS-E4	Διαχείριση νερού
	SS-E5	Περιβαλλοντικές επιπτώσεις συσκευασιών
	SS-E6	Ακυρώσεις και καθυστερήσεις εργασιών
	SS-E7	Κρίσιμες πρώτες ύλες
	SS-E8	Χημικές ουσίες σε προϊόντα
Κοινωνία	SS-S1	Ποιότητα και ασφάλεια προϊόντων
	SS-S2	Απόρρητο πελατών
	SS-S3	Νομικά αιτήματα για δεδομένα χρηστών
	SS-S4	Παραβιάσεις εργατικού δικαίου
	SS-S5	Πρόστιμα παραβίασης ασφάλειας δεδομένων και απορρήτου
	SS-S6	Επίδοση σε θέματα υγείας και ασφάλειας
	SS-S7	Πρακτικές μάρκετινγκ
	SS-S8	Ικανοποίηση πελατών
	SS-S9	Μηχανισμός διαχείρισης παραπόνων πελατών
	SS-S10	Ενσωμάτωση παραγόντων ESG στις επιχειρηματικές δραστηριότητες
Εταιρική Διακυβέρνηση	SS-G1	Πολιτική καταγγελίας δυσλειτουργιών
	SS-G2	Διαχείριση κρίσιμων κινδύνων
	SS-G3	Διαχείριση συστηματικών κινδύνων

Πίνακας 10 _ πηγή: ATHEX, Οδηγός Δημοσιοποίησης Πληροφοριών ESG 2022

A.7 ΕΡΕΥΝΕΣ ΕΚΕ ΣΕ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Σε αυτό το μέρος θα γίνει παρουσίαση ερευνών σχετικά με την εφαρμογή των ESG κριτηρίων από ελληνικές επιχειρήσεις και αναφορά στα κυριότερα συμπεράσματα που εξήχθησαν μέσα από αυτές.

GRANT THORTON

(Εκθέσεις Βιωσιμότητας ESG & Sustainability, Δεκέμβριος 2021)

Η έρευνα διεξήχθη κατά την περίοδο Ιούλιος 2020 με Νοέμβριο 2021 σε εταιρείες που δημοσιεύουν απολογιστικές εκθέσεις ESG, σε σχέση με στόχους βιώσιμης ανάπτυξης. Το δείγμα ήταν 118 επιχειρήσεις από 32 κλάδους. Περιλαμβάνει εισηγμένες επιχειρήσεις που εφαρμόζουν διαδικασίες ESG, καθώς και μεγάλες και μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Τα συμπεράσματα της έρευνας ήταν:

- Από το σύνολο: 78% είναι μεγάλες επιχειρήσεις (τζίρος άνω των 50 εκατ. ευρώ και περισσότερους από 250 υπαλλήλους), 22% μικρομεσαίες.
- 81% εκδίδει σε ετήσια βάση απολογισμούς εταιρικής υπευθυνότητας.
- 75% εφαρμόζει GRI Standards, ενώ το υπόλοιπο 25% άλλους δείκτες και απλά ενσωματώνουν κάποιες κατευθύνσεις των GRI Standards.
- 82% αναφέρεται τους SDG στόχους.
- 34% λαμβάνει επαλήθευση από τρίτο μέρος για την ακρίβεια των απολογισμών τους.
- 39% προωθούν τον απολογισμό στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, το 95% στην εταιρική ιστοσελίδα.
- 63% που δημοσιεύουν απολογισμό ESG, έχουν σημαντική παρουσία και στο εξωτερικό.
- 42% των εισηγμένων δημοσιεύουν απολογισμό.

ICAP

(Έρευνα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης σε Επιχειρήσεις, Ιούλιος 2021)

Η έρευνα διεξήχθη 17 Μαΐου έως 4 Ιουνίου του 2021 σε δείγμα 74 επιχειρήσεων από διάφορους κλάδους που έχουν δραστηριότητα σε όλη την ελληνική επικράτεια. Οι δράσεις όπου επικεντρώθηκε η έρευνα ήταν περιβάλλον, κοινωνία, ανθρώπινο δυναμικό και αγορά. Τα συμπεράσματα ήταν:

- Το budget για δράσεις ΕΚΕ κατανέμεται: 31% στην κοινωνία, 30% στο ανθρώπινο δυναμικό, 22% στο περιβάλλον.

Επιχειρήσεις και κοινωνική ευθύνη: Περιβάλλον, κοινωνία και διακυβέρνηση (ESG)

- Οι δράσεις ΕΚΕ διενεργούνται: 34% από τη διοίκηση, 31% από ξεχωριστό τμήμα της εταιρείας, 18% από το τμήμα ανθρώπινου δυναμικού.
- Το budget για τις δράσεις κυμαίνεται: 38% σε ποσά 50.000 € έως 200.000 €, 26% σε ποσά έως 50.000 €, 12% σε ποσά 500.000 € έως 1.000.000 €.
- Σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά το 66% των επιχειρήσεων αύξησε τις δαπάνες ΕΚΕ.
- Σχετικά με το ανθρώπινο δυναμικό δίνεται ιδιαίτερο βάρος σε πρόσθετες παροχές και ιατροφαρμακευτικές καλύψεις, παροχή ίσων ευκαιριών και δυνατότητες εκπαίδευσης/βελτίωσης των εργαζομένων.
- Σχετικά με την αγορά, βάρος δίνεται κυρίως σε συστήματα διασφάλισης ποιότητας (ISO).
- Σχετικά με την κοινωνία δίνεται βάρος σε δωρεές, χορηγίες και ανταπόκριση σε έκτακτες ανάγκες.
- Σχετικά με το περιβάλλον υπάρχει προσανατολισμός σε προγράμματα ανακύκλωσης και εξοικονόμησης ενέργειας.
- Από τα οφέλη που αποκόμισαν οι επιχειρήσεις τα πιο σημαντικά ήταν η ενίσχυση του brand name, η βελτίωση των σχέσεων στο επιχειρηματικό περιβάλλον, η βελτίωση της απόδοσης των εργαζομένων και προσέλκυσης υψηλού επιπέδου εργατικού δυναμικού.
- 2 στις 3 επιχειρήσεις θεωρούν πως ο βαθμός εφαρμογής πρακτικών ΕΚΕ στην Ελλάδα βρίσκεται σε μέτρια επίπεδα.

FORBES

(ESG Transparency Index, Δεκέμβριος 2022)

Η έρευνα σκοπό είχε να αναδείξει τις δράσεις ESG που ανέπτυξαν οι 100 μεγαλύτερες εταιρείες στην Ελλάδα. Πιο συγκεκριμένα ήθελε να αναδείξει το επίπεδο διαφάνειας σε τομείς ESG. Πηγές ήταν οι αναφορές βιώσιμης ανάπτυξης ESG για το οικονομικό έτος 2021. Για τον προσδιορισμό των εταιρειών επιλέχθηκαν οι πρώτοι 100 τζίροι εταιρειών μέσα από την πλατφόρμα *Finbiz της Icap Crif*. Από αυτές τις εταιρείες μελετήθηκαν οι εκθέσεις βιώσιμης ανάπτυξης ESG. Οι ESG δείκτες που χρησιμοποιήθηκαν για την αξιολόγηση ήταν κορυφαίοι διεθνείς και εθνικοί όπως GRI, SASB, ATHEX ESG, κτλ.

Η κατάταξη των επιχειρήσεων έγινε σε 6 βαθμίδες ανάλογα με το βαθμό διαφάνειας και δημοσιότητας ως προς τους 3 πυλώνες ESG. Ενδεικτικά:

PLATINUM

(1η βαθμίδα)

- ALPHA ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΚΑΙ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
- ΑΤΤΙΚΑ Α.Ε. ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
- EUROBANK ERGASIAS ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΚΑΙ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
- HELLENIQ ENERGY Α.Ε. ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ

Επιχειρήσεις και κοινωνική ευθύνη: Περιβάλλον, κοινωνία και διακυβέρνηση (ESG)

(1η βαθμίδα)

• QUEST ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
• ΓΕΚ ΤΕΡΝΑ Α.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
• ΔΗΜΟΣΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΗΛΕΚΤΡΙΣΜΟΥ Α.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
• ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.
• ΕΛΒΑΛΧΑΛΚΟΡ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΧΑΛΚΟΥ & ΑΛΟΥΜΙΝΙΟΥ Α.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
• ΕΛΛΑΚΤΩΡ Α.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
• ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΥΔΡΕΥΣΗΣ & ΑΠΟΧΕΤΕΥΣΗΣ ΠΡΩΤΕΥΟΥΣΗΣ Α.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
• ΜΟΤΟΡ ΟΙΛ (ΕΛΛΑΣ) ΔΙΥΛΙΣΤΗΡΙΑ ΚΟΡΙΝΘΟΥ Α.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
• ΜΥΤΙΛΗΝΑΙΟΣ Α.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
• ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
• ΠΕΙΡΑΙΩΣ FINANCIAL HOLDINGS Α.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
• ΠΛΑΣΤΙΚΑ ΘΡΑΚΗΣ Α.Β.Ε.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
• ΤΕΡΝΑ ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΗ Α.Β.Ε.Τ.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
• ΤΙΤΑΝ Α.Ε. ΤΣΙΜΕΝΤΩΝ

Πίνακας 11

DIAMOND

(2η βαθμίδα)

• AUTOHELLAS (HERTZ) Α.Τ.Ε.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
• FOURLIS Α.Ε. ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
• FRIGOGLOSS Α.Β.Ε.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
• INFO QUEST TECHNOLOGIES MON Α.Ε.Β.Ε.
• INTRALOT Α.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
• REVOIL Α.Ε.Ε.Π. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
• SUNLIGHT GROUP ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΜΟΝ Α.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
• WIND ΕΛΛΑΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ ΜΟΝ Α.Ε.Β.Ε.
• ΑΒΑΕ Α.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
• ΑΕΡΟΠΟΡΙΑ ΑΙΓΑΙΟΥ Α.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
• ΑΛΟΥΜΥΛ Α.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
• ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΗΛΕΚΤΡΙΚΗΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ ΔΕΔΔΗΕ Α.Ε.
• ΕΛΙΝΟΙΛ Α.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ

Επιχειρήσεις και κοινωνική ευθύνη: Περιβάλλον, κοινωνία και διακυβέρνηση (ESG)

(2η βαθμίδα)

• ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΚΑΛΩΔΙΑ Α.Ε. ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΑΛΩΔΙΩΝ ΜΟΝ Α.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
• ΙΑΤΡΙΚΟ ΑΘΗΝΩΝ Ε.Α.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
• ΙΝΤΡΑΚΟΜ Α.Ε. ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
• Ο.Π.Α.Π. ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΠΡΟΓΝΩΣΤΙΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ Α.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
• ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΜΟΝ ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΣΙΓΑΡΕΤΤΩΝ
• ΠΛΑΙΣΙΟ COMPUTERS Α.Ε.Β.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
• ΠΛΑΣΤΙΚΑ ΚΡΗΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
• ΣΑΡΑΝΤΗΣ, ΓΡ., Α.Β.Ε.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
• ΣΙΔΕΝΟΡ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΧΑΛΥΒΑ Α.Ε.
• ΣΙΔΜΑ Α.Ε. ΣΙΔΗΡΕΜΠΟΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
• ΣΩΛΗΝΟΥΡΓΕΙΑ ΚΟΡΙΝΘΟΥ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΣΩΛΗΝΩΝ Α.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΙΩΝ

Πίνακας 12

GOLD

(3η βαθμίδα)

• COCA - COLA 3Ε ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Β.Ε.Ε.
• ELPEDISON ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΗΛΕΚΤΡΙΚΗΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Α.Ε.
• ISQUARE ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Α.Ε.
• JUMBO Α.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
• NOVARTIS (HELLAS) Α.Ε.Β.Ε.
• ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΟΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΗΣ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ ΗΛΕΚΤΡΙΚΗΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ ΑΔΜΗΕ Α.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΙΩΝ
• ΔΕΛΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Α.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
• ΔΙΕΘΝΗΣ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΑΣ ΑΘΗΝΩΝ Α.Ε. "ΕΛΕΥΘΕΡΙΟΣ ΒΕΝΙΖΕΛΟΣ"
• ΕΘΝΙΚΗ, Η, Α.Ε.Ε.Γ.Α. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
• ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΑ (ΕΛΤΑ) Α.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ

Πίνακας 13

Πηγή: <https://www.capital.gr/forbes/3713360/i-proti-elliniki-lista-ESG-ton-100-top-etaireion/>

A.8 ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΟΡΘΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ ESG

(Επιλογή 10 Ελληνικών επιχειρήσεων – εφημερίδα Καθημερινή 9/7/2023)



ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

<https://www.nbg.gr/el/omilos/ESG>

- Στηρίζει τις επενδύσεις σε ανανεώσιμες πηγές ενέργειας. Ηγέτης στη χρηματοδότηση βιώσιμης ενέργειας και πράσινης οικονομίας.
- Έχει εκδώσει το πρώτο πράσινο ομόλογο (2020) για χρηματοδότηση 58 έργων ΑΠΕ.
- Προσφορά δανείων σε επιχειρήσεις και νοικοκυριά για ενεργειακή αναβάθμιση.
- Εξοικονόμηση ενέργειας κατά 25% την τελευταία τριετία.
- Προμήθεια ηλεκτρικής ενέργειας μόνο από ΑΠΕ από το έτος 2021.
- Δράσεις ανασυγκρότησης της Βόρειας Εύβοιας.
- Εθελοντικές ομάδες δασοπροστασίας.
- Ενεργειακή αναβάθμιση κτιρίων διοίκησης.
- Προγράμματα διαχείρισης χαρτιού και στερεών αποβλήτων.
- Ενίσχυση επιχειρηματικότητας και start up επιχειρήσεων.
- Υγεία και ασφάλεια εργαζομένων.
- Διαρκής εκπαίδευση και ανάπτυξη του προσωπικού.
- Έρευνες εργασιακής εμπειρίας.
- Δράσεις που προάγουν την εθνική κληρονομιά και πολιτισμό.
- Υποστήριξη ισότητας και διαφορετικότητας.
- Ενθάρρυνση της δια βίου μάθησης και ψηφιακού αλφαριθμητισμού.
- Μέλη ΔΣ με εξειδίκευση, ποικιλομορφία, διαφορετικών εθνικοτήτων, φύλλων και ειδικοτήτων.
- Διαρκής επικαιροποίηση εσωτερικού πλαισίου διοίκησης.
- Ανοικτά κανάλια επικοινωνίας και διαφάνειας.
- Διάκριση Diamond CRI Index 2022-23.
- Εφαρμογή του Κώδικα Ηθικής Συμπεριφοράς και Δεοντολογίας



[\(https://www.gekterna.com/el/sustainable-development/\)](https://www.gekterna.com/el/sustainable-development/)

- Σε συνεργασία με το Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο ιδρύει μεταπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών.
- Χορηγός σε ομάδες ρομποτικής (PanEll Robotica) και μηχανοκίνητου αθλητισμού.
- Χορηγός Εθνικού Προγράμματος Πράσινης Καινοτομίας Green Tech Challenge.
- Εκπαιδευτικές εκδρομές νέων μηχανικών.
- Παράγει και αποθηκεύει πράσινη ενέργεια.
- Εφαρμόζει την κυκλική οικονομία.
- Υλοποιεί επενδύσεις που θα δημιουργήσουν 20.000 νέες και καλά αμειβόμενες θέσεις εργασίας.
- Συμμετέχει στην παγκόσμια πρωτοβουλία CDP Climate Change
- Ανάπτυξη αιολικών, φωτοβολταϊκών πάρκων, υδροηλεκτρικών έργων, μονάδων επεξεργασίας απορριμμάτων.
- Μείωση περιβαλλοντικού αποτυπώματος.
- Παραγωγή ενέργειας 4.512.4137 MWh από θερμικές πηγές και ΑΠΕ.
- Κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας 26.562,02 MWh από εταιρείες του ομίλου, προήλθε από ΑΠΕ.
- Ολοκληρωμένο σύστημα κυκλικής οικονομίας.
- Για το 2022 το 98% των επικίνδυνων και το 88% των μη επικίνδυνων αποβλήτων διατέθηκαν για ανάκτηση.
- Περιβαλλοντική και ενεργειακή εκπαίδευση των υπαλλήλων.
- Διασφάλιση υγείας και ασφάλειας στην εργασία.
- Εκπαίδευση και ανάπτυξη των εργαζομένων.
- Προστασία και προαγωγή των ανθρωπίνων δικαιωμάτων.
- Υποστήριξη τοπικών κοινωνιών.
- Αντισταθμιστικά οφέλη, αποκατάσταση εργοταξιακών επιφανειών, αναπλάσεις.
- Προτίμηση σε τοπικούς (6.056) προμηθευτές.



[\(https://www.eurobank.gr/el/omilos/ESG-environment-society-governance/\)](https://www.eurobank.gr/el/omilos/ESG-environment-society-governance/)

- Το 2022 πιστοποιήθηκε το ανθρακικό αποτύπωμα της τράπεζας (ISO 14064).
- Μείωση κατά 42,4% ηλεκτρικής ενέργειας και 73,2% εκπομπών αερίου από το 2014.
- Το 2022 το 97,9% της κατανάλωσης ηλεκτρικής ενέργειας προέρχεται από ΑΠΕ.
- Το 2022 οι έμμεσες εκπομπές αερίων θερμοκηπίου μειώθηκαν κατά 20,69%.
- Η προμήθεια χαρτιού το 2022 μειώθηκε κατά 37,94% σε σχέση με το 2021.
- Αντίστοιχα η κατανάλωση νερού μειώθηκε κατά 12,62%.
- Δράσεις ανασύνθεσης φυσικού περιβάλλοντος.
- Πρόγραμμα υποστήριξης του προβλήματος υπογεννητικότητας στα ανατολικά σύνορα της χώρας.
- Στόχος το μηδενικό ισοζύγιο άνθρακα κατάργηση των φυσικών εγγράφων και προώθηση των ηλεκτρονικών μέσων αποθήκευσης και διαδικασιών, ανάπτυξη της κυκλικής οικονομίας.
- Βράβευση αριστούχων μαθητών.
- Υποστήριξη της νέας επιχειρηματικότητας επενδύοντας πάνω από 10 εκατ. ευρώ και υποστηρίζοντας 1.100 επιχειρηματίες και 170 εταιρείες τα τελευταία 10 χρόνια.
- Στήριξη τοπικών κοινωνιών.
- Ευαισθητοποίηση σε θέματα πρόληψης και προστασίας της φύσης.
- Εφαρμογή πολιτικών για τα ανθρώπινα δικαιώματα, διαφορετικότητα, ισότητα, εργασιακή παρενόχληση.
- Περιβάλλον χωρίς αποκλεισμούς με δικαιοσύνη, ισότητα, συμπερίληψη.
- Πολιτικές κατά της ανέντιμης συμπεριφοράς, δωροδοκίας, διαφθοράς.
- Ισότιμη προώθηση γυναικών με το πρόγραμμα Women In Banking.
- Διασφάλιση συνετής διακυβέρνησης σύμφωνα με διεθνή πρότυπα.
- Συμμετοχή σε αξιολογήσεις ESG.
- Διάκριση ESG Industry Top Rated με κατάταξη στην 59^η θέση από τις 1.017 τράπεζες που συμμετείχαν.



<https://www.piraeusholdings.gr/el/sustainable-banking>

- Όραμα δημιουργίας κοινωνίας ισότιμων μελών.
- Πρόγραμμα EQUALL για κατάργηση διακρίσεων και αποκλεισμών.
- Ισότητα φύλλων μέσα από προγράμματα *women: back to work, founders, in agriculture*.
- Υποστήριξη νέας γενιάς για εξάλειψη στερεοτύπων *Profession has no gender*.
- Υποστήριξη ευάλωτων κοινωνικών ομάδων.
- Συνεργασία με Ύπατη Αρμοστεία ΟΗΕ για τους πρόσφυγες.
- Συνεργασία με UNICEF για προστασία παιδιών.
- Επιτροπές ελέγχου, διαχείρισης κινδύνων.
- Εσωτερικός κανονισμός διαφάνειας, εταιρικής διακυβέρνησης και λειτουργίας.
- Κώδικας δεοντολογίας εργαζομένων και κανονιστικής συμμόρφωσης.
- Μείωση περιβαλλοντικού αποτυπώματος.
- Μείωση κατά 22% των εκπομπών CO₂ από το 2014 με πρόγραμμα EMAS (Environmental Management Audit Scheme).
- Ανάπτυξη δράσεων για κοινωνία, Περιβάλλον, Πολιτισμό.
- Εφαρμογή συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης πιστοποιημένο με ISO 14001 και κατά EMAS (το αυστηρότερο πρότυπο περιβαλλοντικής διαχείρισης).
- Συνεχής εκπαίδευση εργαζομένων.
- Δήλωση δέσμευσης σεβασμού των ανθρωπίνων δικαιωμάτων σύμφωνα με διεθνή πρότυπα.
- Υιοθέτηση από το 2004 των αρχών του συμφώνου του ΟΗΕ *UN Global Compact* για την υπεράσπιση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων.
- Δημιουργία επιτροπών ελέγχου, διαχείρισης κινδύνων, εσωτερικού ελέγχου, κανονιστικής συμμόρφωσης που αποσκοπούν στη διαφύλαξη της ορθής εταιρικής διακυβέρνησης.



[\(https://www.mytilineos.com/el/viosimi-anaptiksi/ESG-epidoseis/\)](https://www.mytilineos.com/el/viosimi-anaptiksi/ESG-epidoseis/)

- Βασικός στόχος η ενεργειακή μετάβαση και μείωση εκπομπών CO₂.
- Μείωση ανθρακικού αποτυπώματος έως το 2030 και μηδενισμός αυτού έως το 2050.
- Στρατηγικές συνεργασίες στον τομέα των ΑΠΕ για παραγωγή 1,5 GW από αυτές έως το 2026.
- Μείωση το 2022 κατά 15,5% των συνολικών εκπομπών CO₂ σε σχέση με το 2021.
- Μηδενικά σοβαρά περιβαλλοντικά περιστατικά.
- Αύξηση του ποσοστού χρήσης φυσικού αερίου ως μέσο ενέργειας των εργοστασίων.
- Αποκατάσταση κατά 84,9% για το 2022 της συνολικής εκμεταλλεύσιμης έκτασης από την εξορυκτική διαδικασία.
- Σενάρια προσαρμογής στην κλιματική αλλαγή (πρότυπο Task Force on Climate-Related Financial Disclosures - TCFD).
- Συμμετοχή στην πρωτοβουλία Βιώσιμης Ανάπτυξης CDP για υπεύθυνη διαχείριση των κινδύνων στη δραστηριότητα και υπεύθυνης διαχείρισης των υδάτινων πόρων.
- Αξιολόγηση προμηθευτών για εφαρμογή κριτηρίων ESG.
- Εφαρμογή κυκλικής οικονομίας για τα υγρά και στερεά απόβλητα.
- Για το 2022 μηδενικός αριθμός εργατικών ατυχημάτων και επαγγελματικών ασθενειών.
- Μηδέν περιστατικά παραβίασης ανθρωπίνων δικαιωμάτων, άμβλυνσης ανισοτήτων.
- Ποσοστό άνω του 90% παραμονής στην εταιρεία.
- Σε εξέλιξη πρόγραμμα ενδυνάμωσης της γυναίκας σε συνεργασία με πρωτοβουλίες των Ηνωμένων Εθνών.
- 27% ποσοστό γυναικών στο Δ.Σ.
- Μηδενικές επιβαρύνσεις από παραβίαση του κώδικα επιχειρηματικής δεοντολογίας.
- Μηδενικά περιστατικά διαφθοράς, δωροδοκίας και μη συμμόρφωσης με κανονισμούς και νομοθεσία.



<https://www.helleniqenergy.gr/orama-2025>

- Η στρατηγική πάνω στα ESG εκπληρώνεται με το πρόγραμμα *VISION 2025*. Ακουμπά σε 5 πυλώνες: επαναπροσδιορισμός στρατηγικών ESG, αναπροσαρμογή επιχειρηματικής στρατηγικής, αναβάθμιση εταιρικής διακυβέρνησης, καθιέρωση κατάλληλης εταιρικής δομής, υιοθέτηση νέας εταιρικής ταυτότητας.
- Μείωση αερίων θερμοκηπίου, καθαρές μορφές ενέργειας, αναβάθμιση πλαισίου εταιρικής διακυβέρνησης.
- Μείωση αποτυπώματος άνθρακα κατά 50% έως το 2030.
- Δυλιστήρια του μέλλοντος με χαμηλές εκπομπές αερίων.
- Παραγωγή μπλε και πράσινου υδρογόνου.
- Παραγωγή περιβαλλοντικά φιλικών υγρών – πράσινων- καυσίμων (e fuels).
- Παραγωγή ανανεώσιμου diesel.
- Ανάπτυξη ΑΠΕ (Φ/Β πάρκο Κοζάνης), στόχος 1 GW έως το 2025 και άνω των 2 GW έως το 2030.
- Στήριξη κοινωνίας (δράση: κύμα ζεστασιάς 2022 για αντιμετώπιση της ενεργειακής κρίσης ευάλωτων νοικοκυριών), νοσοκομείων, σχολείων.
- Διάθεση budget 12 εκατ. ευρώ, με άμεση επίπτωση σε 930.000 ανθρώπους.
- Καμία αρνητική επίπτωση σε τοπικές κοινωνίες.
- Καλλιέργεια υγιούς εργασιακού περιβάλλοντος χωρίς διακρίσεις.
- Υγεία και ασφάλεια προσωπικού.
- Ασκήσεις απέναντι στα βιομηχανικά εργατικά ατυχήματα (μηδέν περιστατικά).
- Αναβάθμιση υποδομών ασφαλείας.
- Επανεκπαίδευση και κατάρτιση εργαζομένων.
- Αναβάθμιση εταιρικής διακυβέρνησης.



<https://ellaktor.com/viosimi-anaptiksi>

- Μείωση κατανάλωσης ενέργειας κατά 12% το 2022 σε σχέση με το 2021.
- Νέα πολιτική περιβάλλοντος και ενέργειας.
- Σχεδιασμός εκπομπής μηδενικών ρύπων θερμοκηπίου έως το 2050.
- Σχεδιασμός αντιμετώπισης κλιματικών κινδύνων.
- Ευθυγράμμιση με συστάσεις Task Force on Climate.
- Σύστημα διαχείρισης υλικών (αποτροπή απόρριψης του 68% των αποβλήτων).
- Μέτρα υγείας και ασφάλειας στην εργασία.
- Ενδυνάμωση εργασιακών σχέσεων, ενίσχυση εταιρικής κουλτούρας.
- Υιοθέτηση πολιτικής διαφορετικότητας, ισοτιμίας και συμπερίληψης.
- Υποστήριξη αρχών ενδυνάμωσης των γυναικών (Women's Empowerment Principles) στο χώρο εργασίας, στα πλαίσια του United Nations Global Compact.
- Αύξηση ποσοστού γυναικών κατά 3% στο εργατικό δυναμικό και κατά 5% στο διοικητικό συμβούλιο.
- Συμμετοχή στο δείκτη Bloomberg GEI (Gender Equality Index).
- Απόκτηση ISO για το σύστημα διαχείρισης καταγγελιών και διακυβέρνησης οργανισμών.
- Ψηφιακός μετασχηματισμός για παροχή εύχρηστων υπηρεσιών και πληροφοριών.
- Υιοθέτηση πολιτικών δωρεών, χορηγιών.
- Αύξηση εθελοντικών δράσεων.
- Στήριξη μη κερδοσκοπικών οργανώσεων (make a wish, We4all).
- Στήριξη εγχώριων προμηθευτών σε ποσοστό 94%.



[\(https://www.dei.gr/el/dei-omilos/viosimi-anaptiksi/\)](https://www.dei.gr/el/dei-omilos/viosimi-anaptiksi/)

- Δωρεές, χορηγίες για το 2021 και στήριξη τοπικών κοινωνιών ποσού 6.346.000 ευρώ.
- Σχέδια αντιμετώπισης έκτακτων αναγκών, εκτίμηση επαγγελματικού κινδύνου.
- Σεμινάρια υγείας και ασφάλειας στην εργασία. Ψυχοκοινωνική υποστήριξη.
- Αξιοποίηση υδροδυναμικών δυνατοτήτων.
- Περιορισμός εκπομπών αερίου θερμοκηπίου.
- Project Paralies, με στόχο τον καθαρισμό ακτών.
- Αύξηση χρήσης ενέργειας από φυσικό αέριο.
- Απολιγνιτοποίηση μονάδων.
- Ανακύκλωση και επαναχρησιμοποίηση απορριμμάτων.
- Στόχος μηδενικής εκπομπής ρύπων έως το 2040.
- Παροχή ίσων ευκαιριών στις προσλήψεις.
- Μη ανοχή διακρίσεων, παρενόχλησης, άδικης μεταχείρισης, αντιποίνων.
- Εξισορρόπηση επαγγελματικής και προσωπικής ζωής.
- Σύσταση διεύθυνσης βιώσιμης ανάπτυξης.
- Ανάπτυξη ισχυρής εταιρικής κουλτούρας αλλαγών.
- Φροντίδα για ασφαλή διέλευση και παραμονή αποδημητικών πουλιών (δημιουργία φωλιών πελαργών σε στύλους).
- Δέσμευση στο Science Based Targets Initiative SBTi για τον περιορισμό της κλιματικής αλλαγής και εκπομπής αερίων.
- Δέσμευση στο United Nations Global Compact, για τις ESG εφαρμογές.
- Συμμετοχή σε προγράμματα *Business for Nature* για τη βιοποικιλότητα, *We mean Business* για μετάβαση σε net zero οικονομία, *Women's Empowerment Principles* για ενδυνάμωση και ισότητα των γυναικών.



[\(https://depa.gr/apologismos-viosimotitas/\)](https://depa.gr/apologismos-viosimotitas/)

- Σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης.
- Πιστοποίηση από οργανισμούς περιβαλλοντικών διαχειρίσεων.
- Κατεύθυνση προς την αεριοκίνηση.
- Πρόγραμμα Ecomobility με σκοπό την προώθηση της οικολογικής μετακίνησης.
- Ενίσχυση ινστιτούτων που προωθούν την αειφόρο ανάπτυξη.
- Μείωση εκπομπών ρύπων κατά 26% σε έναν χρόνο.
- Ισχύς άνω των 700MW από ΑΠΕ με απώτερο στόχο το 1GW.
- Κατασκευή Πλωτού τερματικού σταθμού LNG στην Αλεξανδρούπολη.
- Χορηγία σε συνέδρια και εκδηλώσεις που προωθούν την πράσινη ανάπτυξη.
- Στήριξη τοπικών κοινωνιών και μονάδων υγείας.
- Υποστήριξη διακρατικών συσκέψεων για ανάπτυξη μοντέλων βιώσιμης ανάπτυξης.
- Υιοθέτηση έξυπνων τεχνολογιών όπως συμπιεσμένο φυσικό αέριο.
- Επένδυση σε καθαρές μορφές ενέργειας. Ανάπτυξη έργων υδρογόνου και πράσινων καυσίμων.
- Διαχείριση υγρών και στερεών αποβλήτων μέσω ανακύκλωσης.
- Ίσες ευκαιρίες σε όλους τους εργαζόμενους, ανάπτυξη σεβασμού, αμεροληψία.
- Πολιτικές κατά της διαφθοράς, δωροδοκίας και αθέμιτου ανταγωνισμού.
- Επιτροπές δεοντολογίας, ηθικής, και ελέγχου.



<https://www.quest.gr/el/corporate-social-responsibility/ESG-data-center>

- Αύξηση του ποσοστού ενεργειακής κατανάλωσης από ΑΠΕ.
- Παρακολούθηση κινδύνων και ευκαιριών που σχετίζονται με την κλιματική αλλαγή και επηρεάζουν τις δραστηριότητες.
- Ανακύκλωση χαρτιού, πλαστικού, λαμπτήρων, συσκευών, ελαστικών.
- Στόχος η μείωση εκπομπών ρύπων κατά 40% έως το 2030 και η κλιματική ουδετερότητα έως το 2050.
- Προώθηση κυκλικής οικονομίας και εξάλειψης αποβλήτων έως το 2025.
- Ορθή διαχείριση χημικών και άλλων επικίνδυνων ουσιών.
- Μηδενικές παραβιάσεις εργατικού δικαίου και ασφάλειας δεδομένων και απορρήτου.
- Διατήρηση υψηλών δεικτών υγείας και ασφάλειας των εργαζομένων.
- Αύξηση κατά 10% στις ώρες εκπαίδευσης των εργαζομένων.
- Δημιουργία κουλτούρας συμπερίληψης, διαφορετικότητας και ισότητας.
- Εφαρμογές πολιτικών βιώσιμης ανάπτυξης, ηθικής δεοντολογίας, ασφάλειας πληροφοριών.
- Αξιολόγηση προμηθευτών με ESG κριτήρια έως το 2025.
- Σύνδεση του 15% των αμοιβών CEOs εταιρειών του ομίλου με ESG στόχους έως το 2025.

A.9 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Τα ESG κριτήρια αναφέρουν τομείς σχετικά με το περιβάλλον, την κοινωνία και την εταιρική διακυβέρνηση. Η εφαρμογή τους από μία επιχείρηση της προσφέρει τη δυνατότητα να παράγει αξία στο μακροπρόθεσμο μέλλον. Τα Χρηματιστήρια Αξιών ωθούν αυτή την πρωτοβουλία, δημιουργώντας ειδικούς δείκτες που συντίθεται από εταιρείες με θετική εφαρμογή των κριτηρίων ESG. Έτσι οι επενδυτές έχουν έτοιμες λίστες εταιρειών με δημοσιευμένες αναφορές αειφορίας μέσα από την εφαρμογή δεικτών ESG, καθώς αυτές θεωρούνται περισσότερο περιβαλλοντικά και κοινωνικά ευαίσθητες, πιο διαφανείς και αξιόπιστες για επένδυση.

Καθώς η ενσωμάτωση διαδικασιών ESG στην επενδυτική ανάλυση γίνεται ολοένα και πιο διαδεδομένη, τόσο περισσότερες εταιρείες θα στρέφονται προς αυτά, προκειμένου να αποδείξουν την κοινωνική αξία που προσφέρει η επιχειρηματική τους πρόοδος.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση με τις οδηγίες της και η αντίστοιχη εναρμόνιση σε εθνικό επίπεδο, δημιουργούν ένα κοινά αποδεκτό και μετρήσιμο δείκτη βιωσιμότητας, ώστε όλες οι επιχειρήσεις να μπορούν να συγκριθούν αξιόπιστα μεταξύ τους. Να δημιουργηθεί δηλαδή μία κοινά αποδεκτή πλατφόρμα μέσα στην οποία θα μπορούν να αξιολογηθούν οι εταιρείες με τα ίδια κριτήρια.

Οι περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιβαρύνσεις κάνουν αναγκαία την εφαρμογή ESG διαδικασιών με τις συνέπειες να είναι αντιστρόφως ανάλογες του χρόνου που περνάει. Οι επιχειρήσεις θα αναγκαστούν, μέσω της υποχρεωτικότητας, να εφαρμόσουν βιώσιμες πολιτικές ESG ως μέρος της επιχειρησιακής τους δράσης, ώστε να καλυφθεί ο χαμένος χρόνος. Η ολοκληρωμένη δράση προς μία περισσότερο βιώσιμη και πράσινη οικονομία θα οδηγήσει σε έναν περισσότερο βιώσιμο πλανήτη.

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην πλειονότητα τους, δεν έχουν θέσει τη βιωσιμότητα ως άμεση προτεραιότητα. Αυτό είναι αποτέλεσμα της μη κατάλληλης γνώσης για την κατάρτιση της σχετικής στρατηγικής βιωσιμότητας. Επίσης θεωρούν πως το κόστος για πρακτικές ESG δεν θα αποφέρει τα ανάλογα οφέλη. Οι οικογενειακές επιχειρήσεις αργούν να κατανοήσουν τις νέες συνθήκες και την αντίστοιχη ζήτηση που αυτές διαμορφώνουν.

Οι επιχειρήσεις έχουν να αντιμετωπίσουν την πρόκληση μετάβασης από μία δράση πχ καθαρισμού των παραλιών που διοργάνωναν πριν 10 χρόνια, σε δράσεις πάνω στο τρίπτυχο ESG. Οι δράσεις δεν αποτελούν άλλη μία διαφημιστική προβολή, αλλά επενδύσεις που συνεπάγονται οφέλη για την επιχείρηση. Αυτά μπορεί να έχουν τη μορφή μείωσης του κόστους λειτουργίας και αύξησης των πωλήσεων λόγω καλύτερης φήμης.

Η ορθή υποβολή εκθέσεων βιωσιμότητας βοηθάει τις επιχειρήσεις να διαχειρίζονται τους κινδύνους και τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται. Μπορεί να αποτελέσει και τη βάση για καλύτερη επικοινωνία μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών. Η αύξηση των επενδυτικών προϊόντων βοηθάει την επιχείρηση να έχει πρόσβαση σε κεφάλαια με ευκολότερο τρόπο.

Η εν γένει εφαρμογή των κριτηρίων ESG έχει πολλαπλά οφέλη. Οι εταιρείες εκτιμούν και προλαμβάνουν τους εταιρικούς κινδύνους με συνέπεια την αποτελεσματικότερη διαχείριση τους.

Ενισχύουν την ανθεκτικότητά τους και συνεπώς τα μεγέθη τους. Οι πελάτες και οι εργαζόμενοι ενδιαφέρονται για εταιρείες που αναλαμβάνουν σαφείς δεσμεύσεις προς το περιβάλλον και την κοινωνία. Οικοδομούν σχέσεις εμπιστοσύνης και αφοσίωσης μεταξύ των ενδιαφερομένων μερών και επιτυγχάνουν να ενισχύσουν την εταιρική τους φήμη και μακροπρόθεσμα τα μεγέθη και αποτελέσματα τους.

Οι στρατηγικές ESG δεν μειώνουν μόνο τα κόστη, αλλά ενισχύουν και την καινοτομία που προσφέρει ευκολότερη πρόσβαση σε νέες αγορές. Η ενσωμάτωση των κριτηρίων ενισχύουν την παραγωγικότητα και αυξάνουν την εταιρική λογοδοσία που με τη σειρά τους δημιουργούν κλίμα εμπιστοσύνη με τους επενδυτές. Εν κατακλείδι οι επιχειρήσεις που ενσωματώνουν κριτήρια ESG στις στρατηγικές τους αποκτούν συγκριτικό πλεονέκτημα.

Β΄ ΜΕΡΟΣ ΕΡΕΥΝΑ

B.1 Από τη βιώσιμη ανάπτυξη στη βιώσιμη κατανάλωση

Το αποτέλεσμα της εφαρμογής των κριτηρίων ESG από τις επιχειρήσεις έχει το επιθυμητό αποτέλεσμα στις καταναλωτικές αποφάσεις; Σχετίζεται με τις αγοραστικές συνήθειες των καταναλωτών;

Σύμφωνα με την επιτροπή του ΟΗΕ για τη βιώσιμη ανάπτυξη (UNCSD) βιώσιμη κατανάλωση είναι η χρήση προϊόντων και υπηρεσιών τα οποία πέρα από την ικανοποίηση αναγκών, ελαχιστοποιούν παράλληλα και τις αρνητικές συνέπειες από την παραγωγή τους.

Μέχρι πριν λίγα χρόνια ένας καταναλωτής αγόραζε ένα προϊόν με κύριο γνώμονα την τιμή του. Αργότερα υπήρχε ενδιαφέρον για τα συστατικά του προϊόντος. Σήμερα υπάρχει ενδιαφέρον και για τις επιπτώσεις στο περιβάλλον. Ένα προϊόν φιλικό προς το περιβάλλον από μία ηθική εταιρεία που ακολουθεί υγιείς στρατηγικές και σέβεται τους εργαζομένους, την κοινωνία, μας κάνει να αισθανόμαστε καλύτερα όταν το αγοράζουμε. Τα τελευταία χρόνια εμφανίστηκε η τάση LOHAS: **L**ifestyle **O**f **H**ealth **A**nd **S**ustainability. Δίνει ένα νέο ήθος με έμφαση στο στυλ, την καταναλωτική απόλαυση, τις ηθικές αρχές, την προστασία του περιβάλλοντος και την κοινωνική δικαιοσύνη.

Σκοπός της έρευνας που θα παρουσιαστεί είναι να:

- Καταγραφούν οι γνώσεις των καταναλωτών απέναντι στα κριτήρια ESG και δράσεις ESG των επιχειρήσεων.
- Διερευνηθούν η στάση και οι συνήθειες των καταναλωτών απέναντι στα χαρακτηριστικά προϊόντων που προσφέρονται από επιχειρήσεις που ακολουθούν κριτήρια ESG.
- Ελεγχθεί εάν οι καταναλωτικές στάσεις και αποφάσεις απέναντι σε βιώσιμα προϊόντα επηρεάζονται από διάφορους παράγοντες όπως ηλικία, φύλο, μόρφωση, εισόδημα, κτλ

Η έρευνα έλαβε χώρα κατά το χρονικό διάστημα 8 Αυγούστου έως και 8 Σεπτεμβρίου 2023 για την απόκτηση πρωτογενών δεδομένων. Διενεργήθηκε ποσοτική έρευνα με τη μορφή ερωτηματολογίου μέσω της εφαρμογής Google Forms. Ο διαμερισμός του ερωτηματολογίου έγινε με τη μέθοδο της χιονοστιβάδας "*snowball sampling*", μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και της εφαρμογής Viber. Οι απαντήσεις προήλθαν από διασπορά γεωγραφικών διαμερισμάτων, τόσο στο νομό Αττικής όσο και στην υπόλοιπη Ελλάδα. Ενδεικτικά απαντήθηκαν ερωτηματολόγια από Θεσσαλονίκη, Ξάνθη, Φλώρινα, Βόλο, Πύργο, Κρήτη, Ρόδο, Λάρισα, Καρδίτσα, Λευκάδα.

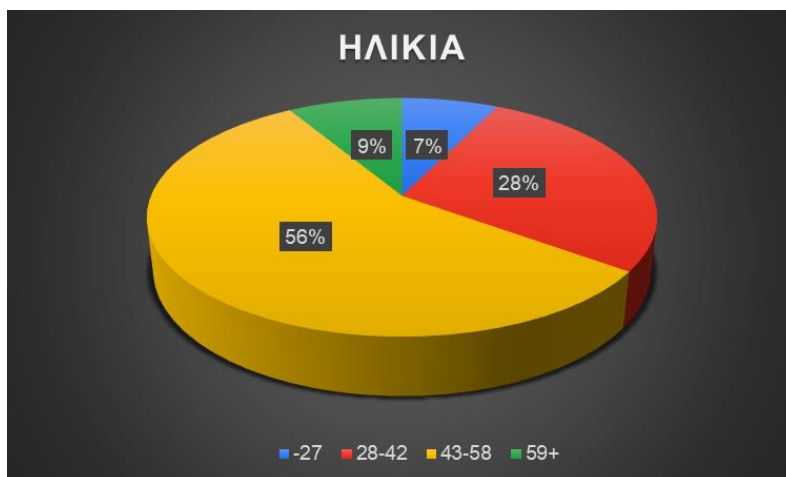
Συμπληρώθηκαν 220 ερωτηματολόγια, με απαιτούμενο χρόνο 3 με 5 λεπτά. Αυτή η μορφή έρευνας προσφέρει δεδομένα σε σύντομο χρονικό διάστημα και η ανωνυμία επιτρέπει στους συμμετέχοντες να απαντούν με ειλικρίνεια. Τα δεδομένα εξάχθηκαν σε αρχείο excel για πρωτόγεννη επεξεργασία και στη συνέχεια μεταφορτώθηκαν στο στατιστικό πρόγραμμα SPSS σε πλατφόρμα του Πανεπιστημίου Αιγαίου για τον έλεγχο των βασικών υποθέσεων που θα αναλυθούν στη συνέχεια.

Τα αποτελέσματα θα αναλυθούν σε 2 μέρη. Το πρώτο περιλαμβάνει κάποια περιγραφικά στατιστικά και συσχετίσεις που προκύπτουν ανά ερώτηση. Στο δεύτερο μέρος θα επιχειρηθεί η ανάλυση ελέγχων υποθέσεων στο κατά πόσο κάποιοι παράγοντες επηρεάζουν ή όχι τη στάση των καταναλωτών απέναντι στα ζητούμενα.

B.2 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Τα αποτελέσματα της έρευνας θα παρουσιαστούν με γραφήματα πιτών μαζί με το αντίστοιχο ποσοστό και πλήθος που λαμβάνει κάθε απάντηση.

1. Ηλικία



Γράφημα 2

Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων σε ποσοστό 56% (124 άτομα) ανήκει στην ηλικιακή ομάδα των 43-58 ετών. Ακολουθεί η ομάδα 28-42 ετών με 28% (61 άτομα) και στη συνέχεια αυτοί που είναι άνω των 59 ετών με 9% (19 άτομα) και τέλος με ποσοστό 7% αυτοί που είναι έως 27 ετών (16 άτομα).

2. Φύλο



Γράφημα 3

Οι άνδρες αποτελούν το 52% (114 άτομα) των ερωτηθέντων και οι γυναίκες το 48% (106 άτομα).

3. Επίπεδο μόρφωσης



Γράφημα 4

Το 44% των ερωτηθέντων (96 άτομα) κατέχει μεταπτυχιακό ή διδακτορικό τίτλο σπουδών, το 41% είναι απόφοιτοι ΑΕΙ ή ΤΕΙ (90 άτομα) και το 15% (34 άτομα) είναι απόφοιτοι Λυκείου.

4. Σύνθεση νοικοκυριού



Γράφημα 5

Το 51% των ερωτηθέντων (112 άτομα) συγκατοικούν και στο νοικοκυριό υπάρχουν ανήλικα παιδιά. Το 28% (62 άτομα) απλά συγκατοικούν και το 21% (46 άτομα) μένουν μόνοι τους.

5. Μισθολογικό επίπεδο



Γράφημα 6

Το 68% (149 άτομα) κατατάσσουν τον εαυτό τους στο μεσαίο μισθολογικό επίπεδο, το 19% (42 άτομα) στο υψηλό και το 13% (29 άτομα) στο χαμηλό.

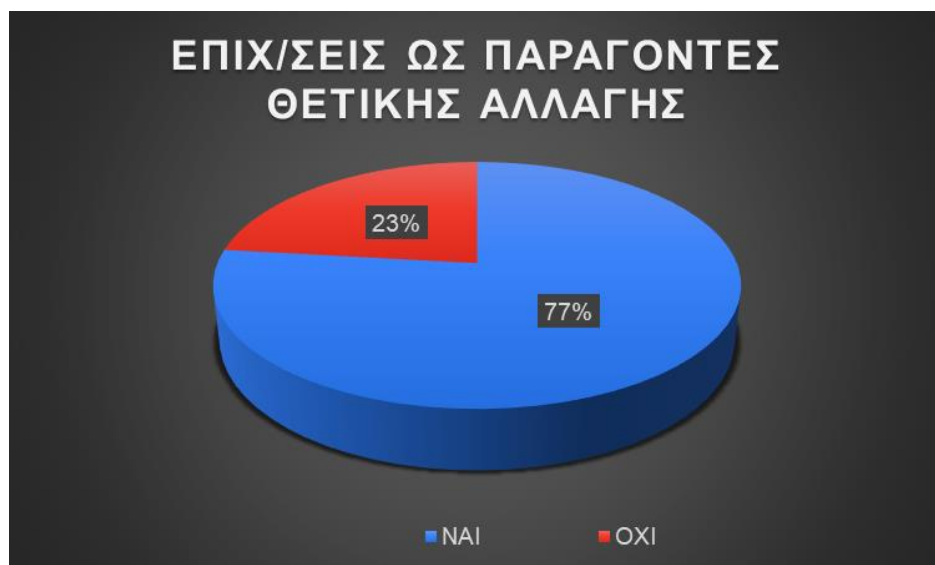
6. Έχετε γνώση για τις ESG δράσεις;



Γράφημα 7

Το 52% (115 άτομα) δηλαδή ένας στους δύο δεν γνωρίζει τι είναι οι ESG δράσεις. Το 48% αντίστοιχα (105 άτομα) γνωρίζει.

7. Θεωρείτε τις επιχειρήσεις ως παράγοντες θετικής αλλαγής του κόσμου;



Γράφημα 8

Ισχυρή πλειοψηφία του 77% (169 άτομα) θεωρούν πως οι επιχειρήσεις μπορούν να συμβάλλουν προς τη θετική αλλαγή του κόσμου. Αντίθετα το 23% (51 άτομα) δεν συμμερίζεται αυτή την άποψη.

8. Αποτελεί κατά τη γνώμη σας η βιώσιμη ανάπτυξη το σημαντικότερο παράγοντα επιτυχίας μιας επιχείρησης;



Γράφημα 9

Μοιρασμένες είναι απόψεις σχετικά με το αν η επιδίωξη της βιώσιμης ανάπτυξης αποτελεί σημαντικό παράγοντα προκειμένου αυτή να οδηγηθεί στην επιτυχία. Το 52% (115 άτομα) το πιστεύει, ενώ το 48% (105 άτομα) όχι.

9. Λαμβάνετε ικανοποιητική πληροφόρηση από τις επιχειρήσεις για τις δράσεις ESG στα πλαίσια της εταιρικής κοινωνικής τους ευθύνης;



Γράφημα 10

Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων σε ποσοστό 84% (184 άτομα) θεωρεί πως δεν λαμβάνει ικανοποιητικό όγκο και ποιότητα πληροφοριών από τις επιχειρήσεις σχετικά με τις ESG δράσεις που αναπτύσσουν. Το ποσοστό που είναι ικανοποιημένο είναι 16% (36 άτομα).

10. Είστε ικανοποιημένοι από τις δράσεις εταιρικής ευθύνης που αναπτύσσουν οι επιχειρήσεις;



Γράφημα 11

Η συντριπτική πλειοψηφία 92 % (203 άτομα) δεν εκφράζουν ικανοποίηση σχετικά με τις ESG δράσεις που αναπτύσσουν οι επιχειρήσεις. Μόλις το 8% (17 άτομα) είναι ικανοποιημένο.

11. Εμπιστεύεστε μία επιχείρηση όταν δημοσιεύει αναφορές ESG;



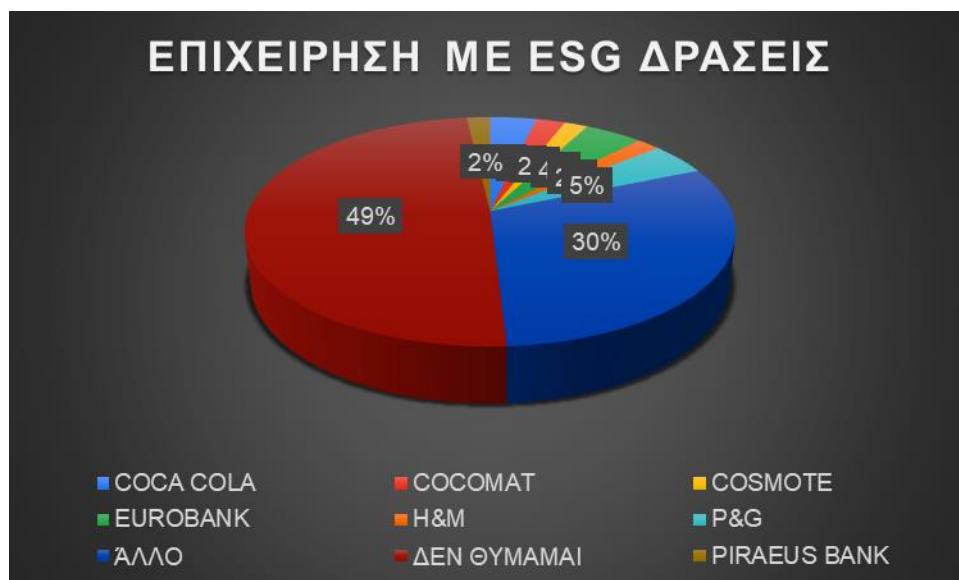
Γράφημα 12

Σχεδόν μοιρασμένες είναι οι απόψεις σχετικά με την αξιοπιστία των δράσεων και αναφορών ESG που δημοσιεύουν οι επιχειρήσεις. Το 57% (126 άτομα) τις εμπιστεύεται, ενώ το 43% (94 άτομα) όχι.

12. Ονοματίστε μία επιχείρηση που γνωρίζετε για τις ESG δράσεις της

COCA COLA	8
COCOMAT	5
COSMOTE	4
EUROBANK	10
H&M	4
P&G	10
ΆΛΛΟ	67
ΔΕΝ ΘΥΜΑΜΑΙ	108
PIRAEUS BANK	4

Στην ερώτηση αναφοράς μιας επιχείρησης που έχουν γνώση σε σχέση με τις ESG δράσεις που αναπτύσσει, η πλειοψηφία 49% (108 άτομα) δηλαδή ένας στους δύο δεν είχε τη δυνατότητα να θυμηθεί ή να γνωρίζει κάποια. Οι δυο εταιρείες που αναφέρθηκαν περισσότερο (από 10 άτομα) είναι η Procter & Gamble (P&G) καθώς και η τράπεζα Eurobank. Ακολουθεί με 8 απαντήσεις η Coca Cola. Ενώ από μία έως δύο απαντήσεις πήραν 67 επιχειρήσεις, που παρουσιάζουν μία σχετική διασπορά.



Γράφημα 13

13. Αν γνωρίζετε μία επιχείρηση με θετικές δράσεις ESG, θα τη διαφημίζατε στον κύκλο σας;



Γράφημα 14

Η πλειοψηφία του 83% είναι θετικοί στο να διαδώσουν το όνομα μιας επιχείρησης που αναλαμβάνει θετικές δράσεις ESG. Αντίθετα το 17% δηλώνει πως την αφήνει αδιάφορο να προβούν σε μία τέτοια κίνηση.

14. Αν γνωρίζατε μία επιχείρηση με αρνητικές δράσεις ESG, θα τη δυσφημούσατε στον κύκλο σας;



Γράφημα 15

Ελαφρώς λιγότερο είναι το ποσοστό (75% - 164 άτομα) αυτών που θα δυσφημούσαν μια επιχείρηση όταν μάθαιναν πως προβαίνει σε πράξεις που μπορούν να θεωρηθούν ως αρνητικές για τα πεδία του ESG.

15. Σε ποιον τομέα σας ενδιαφέρει να προσφέρει περισσότερο μία επιχείρηση της οποίας είστε καταναλωτής;



Γράφημα 16

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ	7
ΚΟΙΝΩΝΙΑ	106
ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	107

Σχεδόν ίδιο είναι το ποσοστό αυτών που θεωρούν πως οι επιχειρήσεις πρέπει να προσφέρουν περισσότερο τόσο στο περιβάλλον (49% - 107 άτομα) όσο και στην κοινωνία (48% - 106 άτομα).

Αντίθετα μόλις το 3% (7 άτομα) πιστεύουν πως πρέπει να δοθεί περισσότερο βάρος στην εταιρική διακυβέρνηση.

16. Η υψηλότερη τιμή ενός βιώσιμου προϊόντος θα σας αποτρέψει από την αγορά του;



Γράφημα 17

Το 60% (132 άτομα) δηλώνουν πως η ακριβότερη τιμή ενός βιώσιμου προϊόντος – σε σχέση με ένα συμβατικό – δεν θα τους αποθαρρύνει από την αγορά του. αντίθετα το 40% (88 άτομα) δεν θα προβεί στην αγορά του παρά τα βιώσιμα χαρακτηριστικά του.

17. Ποιος είναι για εσάς κυριότερος παράγοντας αγοράς ενός προϊόντος;



Γράφημα 18

Το 73% (160 άτομα) θεωρεί την τιμή ως κύριο κριτήριο επιλογής ενός αγαθού, παρά τις ESG δράσεις που αναπτύσσει η επιχείρηση που το προσφέρει (27% - 60 άτομα). Αυτό έρχεται σε αντιδιαστολή βέβαια με την προηγούμενη ερώτηση που το 60% δεν επηρεάζεται από την τιμή πώλησης ενός βιώσιμου προϊόντος.

18. Τι είναι για εσάς βιώσιμο προϊόν;



Γράφημα 19

ΦΙΛΙΚΟ ΣΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	88
ΥΙΟΘΕΤΕΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΑΞΙΕΣ	83
ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΙ ΣΚΟΠΟΙ	22
ΗΘΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	16
ΔΕΝ ΚΑΚΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΖΩΑ	11

Στην ερώτηση τι θεωρούν ως κύριο χαρακτηριστικό ενός βιώσιμου προϊόντος, στις δύο πρώτες θέσεις βρίσκονται τα χαρακτηριστικά του να είναι φιλικό προς το περιβάλλον (40% - 88 άτομα) και να υιοθετεί η επιχείρηση που το παράγει κοινωνικές αξίες (38% - 83 άτομα). Ακολουθούν με κοντινά ποσοστά η εξυπηρέτηση κοινωνικών σκοπών (10% - 22 άτομα), να ακολουθεί η επιχείρηση ηθικές αξίες (7% - 16 άτομα), να μην κακοποιούνται ζώα κατά την έρευνα και παραγωγή του προϊόντος (5% - 11 άτομα).

19. Τί θα σας απέτρεπε από την αγορά ενός βιώσιμου προϊόντος;



Γράφημα 20

ΔΕΝ ΜΕ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ	4
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΔΙΑΦΟΡΑ	12
ΕΛΛΕΙΨΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ	76
ΥΨΗΛΗ ΤΙΜΗ	99
ΑΠΑΙΤΕΙ ΧΡΟΝΟ	29

Από τους παράγοντες που θα μπορούσαν να αποτρέψουν κάποιον από την αγορά ενός βιώσιμου προϊόντος στις πρώτες θέσεις είναι η υψηλή τιμή του (45% - 99 άτομα) και η έλλειψη πληροφόρησης σχετικά με το τι είναι βιώσιμο, ποια χαρακτηριστικά έχει, ποιες επιχειρήσεις το προσφέρουν (35% - 76 άτομα). Στους χαμηλότερους παράγοντες βρίσκουμε το χρόνο που απαιτείται για την εύρεση του βιώσιμου προϊόντος (13% - 29 άτομα), την πεποίθηση πως δεν υπάρχει τελικά διαφορά ανάμεσα στα βιώσιμα και τα συμβατικά προϊόντα (5% - 12 άτομα) και τέλος την έλλειψη ενδιαφέροντος για τη συγκεκριμένη κατηγορία προϊόντων (2% - 4 άτομα).

20. Για ποια καταναλωτική κατηγορία θα σας ενδιέφερε περισσότερο η αγορά ενός βιώσιμου προϊόντος;



Γράφημα 21

ΤΡΟΦΙΜΑ	95
ΕΝΕΡΓΕΙΑ	59
ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΦΡΟΝΤΙΔΑ	18
ΡΟΥΧΑ	17
ΜΕΣΑ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ	6
ΦΑΡΜΑΚΑ	10
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ	15

Από τις κατηγορίες που θα μπορούσε να προκύψει η αγορά ενός βιώσιμου προϊόντος, στην κορυφή βρίσκονται τα τρόφιμα με 43% (95 άτομα) και η ενέργεια με 27% (59 άτομα). Στις υπόλοιπες θέσεις υπάρχει μία σχετική ισορροπία και διαμερισμός: προϊόντα προσωπικής φροντίδας και ρουχισμός από 8% (18 και 17 αντίστοιχα άτομα), η τεχνολογία με 7% (15 άτομα), τα φαρμακευτικά προϊόντα με 4% (10 άτομα) και τα μέσα μεταφοράς με 3% (6 άτομα).

B.3 ΣΥΝΔΥΑΣΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Στην ενότητα αυτή θα αναλυθούν τα αποτελέσματα με βάση τους αρχικούς δημογραφικούς παράγοντες. Συγκεκριμένα σε κάθε έναν παράγοντα θα συσχετισθούν τα μεγαλύτερα ποσοστά που απαντήθηκαν κατά περίπτωση. Αυτό θα διαμορφώσει ένα προφίλ που αντιπροσωπεύει κάθε ομάδα. Έτσι μπορούν να εξαχθούν χρήσιμα συμπεράσματα για τα χαρακτηριστικά τους. Φυσικά αυτά τα χαρακτηριστικά αφορούν το δείγμα που πήρε μέρος στην έρευνα και μόνο αυτό.

1. ΗΛΙΚΙΑ

- Στην ομάδα έως 27 ετών τα χαρακτηριστικά τους είναι πως έχουν χαμηλό εισόδημα, έχουν γνώση των ESG. Θεωρούν τη βιώσιμη ανάπτυξη ως παράγοντα επιτυχίας μιας επιχείρησης. Δεν είναι ικανοποιημένοι από τις έως τώρα ESG δράσεις που αναπτύσσουν οι επιχειρήσεις. Θα προνόταραν μία επιχείρηση με θετικές δράσεις. Το περιβάλλον και η κοινωνία είναι οι τομείς που θα προτιμούσαν να προσφέρει περισσότερο μία επιχείρηση.
- Στο εύρος 28 έως 42 ετών, είναι απόφοιτοι ΑΕΙ/ΤΕΙ ή κάτοχοι μεταπτυχιακού έχουν γνώση των ESG. Δεν λαμβάνουν επαρκή πληροφόρηση από τις επιχειρήσεις. Δεν είναι ικανοποιημένοι και δείχνουν επιφύλαξη από τις επιχειρηματικές ESG δράσεις. Η υψηλή τιμή μπορεί να τους αποτρέψει από την αγορά ενός βιώσιμου προϊόντος και αυτή μαζί με την έλλειψη πληροφόρησης τους δυσκολεύουν στη βιώσιμη κατανάλωση.
- Στο εύρος 43 έως 58 ετών είτε συγκατοικούν, είτε υπάρχουν ταυτόχρονα και ανήλικα παιδιά στο νοικοκυριό. Έχουν μεσαίο ή υψηλό εισόδημα. Δεν λαμβάνουν επαρκή πληροφόρηση και δεν δείχνουν εμπιστοσύνη στις ESG αναφορές. Προτιμούν τα βιώσιμα προϊόντα να υπάρχουν στους τομείς των τροφίμων και της ενέργειας.
- Στην ομάδα άνω των 57 ετών είναι κυρίως απόφοιτοι Λυκείου και ΑΕΙ. Έχουν μεσαίο και υψηλό εισόδημα. Δεν λαμβάνουν πληροφόρηση και δεν είναι ικανοποιημένοι από τις ESG δράσεις. Θα διαφήμιζαν τις θετικές επιχειρηματικές δράσεις και θα δυσφημούσαν αυτές με αρνητικές δράσεις. Η υψηλή τιμή δεν θα τους απέτρεπε από την αγορά ενός βιώσιμου προϊόντος.

2. ΦΥΛΟ

- Οι άνδρες θεωρούν πως δεν λαμβάνουν ικανοποιητικά επίπεδα πληροφόρησης από τις επιχειρήσεις και δεν είναι ικανοποιημένοι από τις έως τώρα δράσεις τους. Η υψηλότερη τιμή και η μη παροχή επαρκούς πληροφόρησης λειτουργούν αποτρεπτικά για την αγορά ενός βιώσιμου προϊόντος. Οι γυναίκες θεωρούν τις επιχειρήσεις ως σημαντικό παράγοντα για τη θετική αλλαγή του κόσμου, αλλά δεν έχουν επαρκή πληροφόρηση για τις ESG δράσεις τους. Περιμένουν και άλλες δράσεις από τις επιχειρήσεις, προσανατολισμένες προς την υιοθέτηση κοινωνικών αξιών. Η υψηλότερη τιμή θα τις απέτρεπε από την αγορά ενός βιώσιμου προϊόντος.

3. ΕΠΙΠΕΔΟ ΜΟΡΦΩΣΗΣ

- Οι απόφοιτοι Λυκείου δεν έχουν γνώσεις ESG δράσεων. Θεωρούν τις επιχειρήσεις ως παράγοντες θετικής αλλαγής του κόσμου αλλά δεν λαμβάνου επαρκή πληροφόρηση. Δεν εμπιστεύονται τις ESG αναφορές. Τα βιώσιμα προϊόντα θέλουν να προσφέρουν περισσότερα στο περιβάλλον και τις κοινωνικές αξίες. Η υψηλή τιμή λειτουργεί αποτρεπτικά από την αγορά ενός βιώσιμου προϊόντος.
- Οι απόφοιτοι ΑΕΙ/ΤΕΙ θεωρούν τις επιχειρήσεις ως παράγοντες θετικής αλλαγής. Δεν λαμβάνουν επαρκή πληροφόρηση και δεν είναι ικανοποιημένοι από τις εταιρικές δράσεις. Θα διαφήμιζαν και δυσφήμιζαν εταιρείες με θετικές και αρνητικές δράσεις αντίστοιχα. Ενδιαφέρονται να προσφέρει μία επιχείρηση περισσότερο στο περιβάλλον και την κοινωνία. Η υψηλή τιμή και η έλλειψη πληροφόρησης λειτουργούν αποτρεπτικά από ένα βιώσιμο προϊόν.
- Οι κάτοχοι μεταπτυχιακού ή διδακτορικού διπλώματος δεν είναι ικανοποιημένοι από τις ESG δράσεις. Δε λαμβάνουν επαρκή πληροφόρηση και θα πλήρωναν υψηλότερη τιμή για ένα βιώσιμο προϊόν. Θέλουν οι επιχειρήσεις να προσφέρουν στο περιβάλλον και τις κοινωνικές αξίες. Τρόφιμα και ενέργεια οι κατηγορίες βιώσιμων προϊόντων που τους ενδιαφέρουν.

4. ΣΥΝΘΕΣΗ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΟΥ

- Αυτοί που μένουν μόνοι δεν έχουν επαρκή πληροφόρηση και δεν είναι ικανοποιημένοι από τις ESG δράσεις των επιχειρήσεων. Τρόφιμα και ενέργεια οι τομείς που προτιμούν βιώσιμα προϊόντα.
- Όσοι συγκατοικούν και έχουν παιδιά δεν λαμβάνουν επαρκή πληροφόρηση και βλέπουν τις επιχειρήσεις ως παράγοντες αλλαγής του κόσμου. Δεν είναι ικανοποιημένοι από τις έως τώρα δράσεις των επιχειρήσεων. Η υψηλή τιμή και η μη επαρκής πληροφόρηση λειτουργούν αποτρεπτικά για την αγορά βιώσιμου προϊόντος.
- Σε όσους απλά συγκατοικούν οι απαντήσεις είναι ομοιόμορφα κατανομημένες και δε μπορεί να βγει κάποιο ισχυρό συμπέρασμα.

5. ΜΙΣΘΟΛΟΓΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

- Για όσους ανήκουν σε χαμηλό και μεσαίο μισθολογικό επίπεδο η τιμή λειτουργεί ως αποτρεπτικός παράγοντας για την αγορά ενός βιώσιμου προϊόντος.
- Αυτοί που ανήκουν στο υψηλό μισθολογικό επίπεδο έχουν γνώση για τις ESG δράσεις, περιμένουν και άλλες δράσεις από τις επιχειρήσεις ειδικότερα στον τομέα του περιβάλλοντος. Η μη επαρκής πληροφόρηση λειτουργεί αποτρεπτικά για την αγορά βιώσιμου προϊόντος.

6. ΓΝΩΣΕΙΣ ESG.

Όπως αναφέρθηκε σχεδόν ένας στους δύο έχει γνώσεις του τι είναι οι ESG δράσεις. Από αυτούς:

- Οι περισσότεροι ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα των 43 έως 58 ετών.
- Στο πεδίο της μόρφωσης ανήκουν κατά 59% στην κατηγορία της κατοχής μεταπτυχιακού ή διδακτορικού διπλώματος.
- Οι μισοί συγκατοικούν και υπάρχουν και παιδιά στη σύνθεση του νοικοκυριού.
- Το 79% θεωρεί τις επιχειρήσεις ως παράγοντες θετικής αλλαγής του κόσμου.
- Το 85% δεν θεωρεί αρκετές τις ESG δράσεις που αναπτύσσουν οι επιχειρήσεις.
- Ως βιώσιμο προϊόν θεωρούν ισομερώς αυτό που προστατεύει το περιβάλλον και η επιχείρηση που το προσφέρει να υιοθετεί κοινωνικές αξίες.

7. ΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΩΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΘΕΤΙΚΗΣ ΑΛΛΑΓΗΣ ΤΟΥ ΚΟΣΜΟΥ.

Από το 77% των ερωτηθέντων που απάντησαν θετικά στην άνω ερώτηση:

- Μόλις το 18% θεωρεί ότι λαμβάνει ικανοποιητικό επίπεδο πληροφοριών από τις επιχειρήσεις για τις ESG δράσεις τους.
- Το 91% δεν είναι ικανοποιημένο με το τρέχων επίπεδο επιχειρηματικών ESG δράσεων.
- Το 85% θα διαφήμιζε μία εταιρεία για τις θετικές της δράσεις, ενώ το 74% θα τη δυσφημούσε για τυχόν αρνητικές της ενέργειες.
- Το 72% θεωρεί σημαντική την τιμή ενός βιώσιμου προϊόντος.
- Βιώσιμο θεωρεί ένα προϊόν όταν αυτό προσφέρει θετικά στο περιβάλλον κυρίως.
- Η καταναλωτική κατηγορία βιώσιμου προϊόντος που τους ενδιαφέρει περισσότερο είναι τα τρόφιμα.

8. ΑΠΟΤΕΛΕΙ Η ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΟ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΜΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.

Από το 52% που απάντησε θετικά:

- Το 80% δεν λαμβάνει ικανοποιητική πληροφόρηση για τις ESG δράσεις των επιχειρήσεων.
- Το 90% δεν είναι ικανοποιημένο από τις τρέχουσες επιχειρηματικές δράσεις.
- Από 42% οι παράμετροι της τιμής και της μη επαρκούς πληροφόρησης, λειτουργούν αποτρεπτικά για την αγορά ενός βιώσιμου προϊόντος.

9. ΛΑΜΒΑΝΕΤΕ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΑΠΟ ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ESG ΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥΣ.

Από το 84% που απάντησε αρνητικά:

- Το 95% δεν είναι ικανοποιημένο από τις επιχειρηματικές δράσεις.
- Το 61% δεν εμπιστεύεται τις δημοσιευμένες ESG αναφορές.
- Το 84% και το 78% θα διαφήμιζε θετικές και αρνητικές επιχειρηματικές δράσεις αντίστοιχα.
- Η τιμή είναι ο κύριος παράγοντας αποτροπής αγοράς βιώσιμου προϊόντος

10. ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΑΠΟ ΔΡΑΣΕΙΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ.

Από το 92% που δεν είναι ικανοποιημένο από αυτές τις δράσεις:

- Το 60% δεν εμπιστεύεται τις αναφορές ESG.
- Το 84% και το 77% θα διαφήμιζε θετικές και αρνητικές επιχειρηματικές δράσεις αντίστοιχα.
- Το 54% δεν έχει γνώσεις γύρω από τις ESG δράσεις.
- Με 41% η κυριότερη προσφορά ενός βιώσιμου προϊόντος έγκειται στην προστασία του περιβάλλοντος.
- Κατά 46% και 34% η υψηλή τιμή και η ανεπαρκής πληροφόρηση αντίστοιχα, λειτουργούν αποτρεπτικά για την αγορά ενός βιώσιμου προϊόντος.
- Τρόφιμα και ενέργεια οι τομείς που θεωρούνται τις πιο σημαντικοί για την προσφορά των ESG δράσεων.

11. ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗ ΣΤΙΣ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ESG ΑΝΑΦΟΡΩΝ.

Από το 57% που εμφανίζεται δύσπιστο ως προς τις άνω αναφορές:

- Το 94% δεν είναι ικανοποιημένο με το επίπεδο των προσφερόμενων επιχειρηματικών ESG δράσεων.
- Το 88% δεν λαμβάνει ικανοποιητικό επίπεδο πληροφόρησης.
- Το 72% θεωρεί τις επιχειρήσεις σημαντικούς παράγοντες θετικής αλλαγής του κόσμου.
- Το 58% δεν γνωρίζει για τις ESG δράσεις.
- Μόλις το 27% θα αγόραζε ένα προϊόν με ESG κριτήρια.

B.4 ΕΛΕΓΧΟΙ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ

Στη συνέχεια θα παρουσιαστούν έλεγχοι σχετικά με το κατά πόσο τα βασικά δημογραφικά στοιχεία επηρεάζουν κάποιους από τους ESG δείκτες που υπάρχουν στο ερωτηματολόγιο. Για τον έλεγχο των υποθέσεων χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος Chi Square και Monte Carlo, καθώς έγινε έλεγχος ανάμεσα σε ποιοτικές μεταβλητές και στη συνέχεια ελέγχθηκε το πλήθος των αναμενόμενων συχνοτήτων, προκειμένου να χρησιμοποιηθεί η πρώτη ή η δεύτερη μέθοδος. Το διάστημα εμπιστοσύνης το οποίο τέθηκε για τον έλεγχο είναι της τάξεως του 95%. Οι βασικές έλεγχοι υποθέσεων ήταν:

H0: γίνεται δεκτή, όταν ο βαθμός σημαντικότητας είναι μεγαλύτερος του 0,05 και συνεπάγεται ότι δεν υπάρχει επηρεασμός ανάμεσα στις 2 μεταβλητές, δεν έχει δηλαδή σχέση η μία με την άλλη.

H1: γίνεται δεκτή, όταν ο βαθμός σημαντικότητας είναι μικρότερος του 0,05 και συνεπάγεται ότι υπάρχει επηρεασμός ανάμεσα στις 2 μεταβλητές, έχει δηλαδή σχέση η μία με την άλλη.

ΦΥΛΟ

Για τη μεταβλητή φύλο έγιναν 9 έλεγχοι υποθέσεων. Οι 7 απορρίφθηκαν το οποίο συνεπάγεται ότι το φύλο δεν επηρεάζει αυτούς τους παράγοντες. Αυτοί είναι:

- Οι γνώσεις για τις ESG δράσεις.
- Η άποψη πως οι επιχειρήσεις αποτελούν βασικό παράγοντα αλλαγής του κόσμου.
- Η άποψη πως η βιώσιμη ανάπτυξη αποτελεί βασικό παράγοντα επιτυχίας της.
- Η ικανοποίηση από τις παρεχόμενες πληροφορίες για τις επιχειρηματικές ESG δράσεις.
- Η ικανοποίηση από το επίπεδο των προσφερόμενων επιχειρηματικών ESG δράσεων.
- Οι τομείς που οι καταναλωτές επιθυμούν να προσφέρουν περισσότερο οι επιχειρήσεις.
- Η απόφαση να αγοραστεί ένα βιώσιμο προϊόν παρά την υψηλή τιμή του.

Αντίθετα υπάρχουν 2 παράγοντες, για τους οποίους ο έλεγχος έδειξε πως το φύλο επηρεάζει τις αντίστοιχες απαντήσεις. Αυτοί είναι:

- Η εμπιστοσύνη που δείχνουν στις δημοσιευμένες αναφορές των ESG δράσεων.
- Τα χαρακτηριστικά που έχει ένα βιώσιμο προϊόν

Παρακάτω ακολουθούν οι σχετικοί πίνακες ελέγχου υποθέσεων από τους οποίους προκύπτουν τα άνωθεν συμπεράσματα.

1. Οι γνώσεις για τις ESG δράσεις επηρεάζονται από το φύλο;

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	.490 ^a	1	.484		
Continuity Correction ^b	.319	1	.572		
Likelihood Ratio	.490	1	.484		
Fisher's Exact Test				.502	.286
N of Valid Cases	220				

Sig 0,484 > 0,05 άρα δέχομαι H0, το φύλο δεν επηρεάζει τις γνώσεις που έχει κάποιος για τα ESG.

2. Η άποψη για το αν οι επιχειρήσεις αποτελούν βασικό παράγοντα θετικής αλλαγής του κόσμου, επηρεάζεται από το φύλο;

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	.253 ^a	1	.615		
Continuity Correction ^b	.118	1	.732		
Likelihood Ratio	.253	1	.615		
Fisher's Exact Test				.635	.366
N of Valid Cases	220				

Sig 0,615 > 0,05 άρα δέχομαι την H0, το φύλο δεν επηρεάζει την άποψη ότι οι επιχειρήσεις αποτελούν βασικό παράγοντα αλλαγής του κόσμου

3. Η άποψη ότι βασικός παράγοντας επιτυχίας μιας επιχείρησης είναι η βιώσιμη ανάπτυξη, επηρεάζεται από το φύλο;

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)		
				Significance	Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	1.335 ^a	2	.513	.632 ^b	.622	.641
Likelihood Ratio	1.720	2	.423	.632 ^b	.622	.641
Fisher-Freeman-Halton Exact Test	1.273			.632 ^b	.622	.641
N of Valid Cases	220					

Sig 0,632 > 0,05 άρα δέχομαι την H0, το φύλο δεν επηρεάζει την άποψη ότι η βιώσιμη ανάπτυξη αποτελεί βασικό παράγοντα ανάπτυξης μιας επιχείρησης.

4. Η ικανοποίηση για την προσφερόμενη πληροφόρηση σχετικά με τις ESG δράσεις των επιχειρήσεων, επηρεάζεται από το φύλο;

Chi-Square Tests^c

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	.016 ^a	1	.900	1.000	.523
Continuity Correction ^b	.000	1	1.000		
Likelihood Ratio	.016	1	.900	1.000	.523
Fisher's Exact Test				1.000	.523
N of Valid Cases	220				

Sig 0,09 > 0,05 δέχομαι την H0, άρα το φύλο δεν επηρεάζει την ικανοποίηση για την προσφερόμενη πληροφόρηση σχετικά με τις ESG δράσεις.

5. Η ικανοποίηση από τις εταιρικές ESG δράσεις, επηρεάζεται από το φύλο;

Chi-Square Tests ^c					
	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	.362 ^a	1	.547	.619	.365
Continuity Correction ^b	.122	1	.727		
Likelihood Ratio	.364	1	.546	.619	.365
Fisher's Exact Test				.619	.365
N of Valid Cases	220				

Sig 0,547 > 0,05 δέχομαι την H0, το φύλο δεν επηρεάζει την ικανοποίηση που νιώθουν οι άνθρωποι για τις επιχειρηματικές ESG δράσεις.

6. Η εμπιστοσύνη στις ESG δημοσιεύσεις των επιχειρήσεων, επηρεάζεται από το φύλο;

Chi-Square Tests ^c					
	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	4.421 ^a	1	.035	.041	.025
Continuity Correction ^b	3.867	1	.049		
Likelihood Ratio	4.433	1	.035	.041	.025
Fisher's Exact Test				.041	.025
N of Valid Cases	220				

Sig 0,035 < 0,05 άρα απορρίπτω την H0, το φύλο επηρεάζει την εμπιστοσύνη που δείχνουν οι ερωτηθέντες απέναντι στις ESG αναφορές που δημοσιεύουν οι επιχειρήσεις.

7. Οι τομείς που οι καταναλωτές επιθυμούν να προσφέρουν οι επιχειρήσεις, επηρεάζεται από το φύλο;

Chi-Square Tests					
Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided) Significance	95% Confidence Interval	
				Lower Bound	Upper Bound

Επιχειρήσεις και κοινωνική ευθύνη: Περιβάλλον, κοινωνία και διακυβέρνηση (ESG)

Pearson Chi-Square	.466 ^a	2	.792	.789 ^b	.780	.797
Likelihood Ratio	.466	2	.792	.789 ^b	.780	.797
Fisher-Freeman-Halton Exact Test	.524			.789 ^b	.780	.797
N of Valid Cases	220					

Sig 0,789 > 0,05 δέχομαι την H0, το φύλο δεν επηρεάζει τους τομείς που οι καταναλωτές επιθυμούν να προσφέρει περισσότερο μία επιχείρηση.

8. Η απόφαση να αγοραστεί ένα βιώσιμο προϊόν με υψηλή τιμή, επηρεάζεται από το φύλο;

Chi-Square Tests^c

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	.194 ^a	1	.659	.681	.381
Continuity Correction ^b	.092	1	.762		
Likelihood Ratio	.194	1	.659	.681	.381
Fisher's Exact Test				.681	.381
N of Valid Cases	220				

Sig 0,659 > 0,05 δέχομαι την H0, το φύλο δεν επηρεάζει την απόφαση αγοράς ενός βιώσιμου προϊόντος με υψηλότερη τιμή.

9. Η άποψη του τι χαρακτηρίζει ένα βιώσιμο προϊόν, επηρεάζεται από το φύλο;

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	13.472 ^a	4	.009
Likelihood Ratio	14.692	4	.005
N of Valid Cases	220		

Sig 0,009 < 0,05 άρα απορρίπτω την H0, το φύλο επηρεάζει τα χαρακτηριστικά που πρέπει να καλύπτει ένα βιώσιμο προϊόν.

ΗΛΙΚΙΑ

Για τον παράγοντα της ηλικίας έγιναν 7 έλεγχοι υποθέσεων. Για το σύνολο αυτών αποδείχθηκε πως η ηλικία δεν συσχετίζεται με την αντίστοιχη απόφαση, επομένως η ηλικία δεν παίζει κανέναν ρόλο. Οι παράγοντες αυτοί είναι:

- Οι γνώσεις για τις ESG δράσεις.
- Η άποψη πως οι επιχειρήσεις αποτελούν βασικό παράγοντα αλλαγής του κόσμου.
- Η ικανοποίηση από τις παρεχόμενες πληροφορίες για τις επιχειρηματικές ESG δράσεις.
- Η ικανοποίηση από το επίπεδο των προσφερόμενων επιχειρηματικών ESG δράσεων.
- Η εμπιστοσύνη που δείχνουν στις δημοσιευμένες αναφορές των ESG δράσεων.
- Η απόφαση να αγοραστεί ένα βιώσιμο προϊόν παρά την υψηλή τιμή του.
- Τα χαρακτηριστικά που έχει ένα βιώσιμο προϊόν

Παρακάτω ακολουθούν οι σχετικοί πίνακες ελέγχου υποθέσεων από τους οποίους προκύπτουν τα άνωθεν συμπεράσματα.

10. Η ηλικία επηρεάζει τις γνώσεις για τις ESG δράσεις;

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	1.167 ^a	3	.761
Likelihood Ratio	1.177	3	.759
N of Valid Cases	220		

Sig 0,761 > 0,05 δέχομαι την H0, η ηλικία δεν επηρεάζει τις γνώσεις για ESG δράσεις.

11. Η άποψη για το αν οι επιχειρήσεις αποτελούν βασικό παράγοντα θετικής αλλαγής του κόσμου, επηρεάζεται από την ηλικία;

Chi-Square Tests						
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)		
				Significance	Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	3.983 ^a	3	.263	.263 ^b	.254	.272

Επιχειρήσεις και κοινωνική ευθύνη: Περιβάλλον, κοινωνία και διακυβέρνηση (ESG)

Likelihood Ratio	4.781	3	.189	.200 ^b	.192	.208
Fisher-Freeman-Halton Exact Test	3.761			.284 ^b	.276	.293
N of Valid Cases	220					

Sig 0,263 > 0,05 δέχομαι την H0, η ηλικία δεν επηρεάζει την άποψη πως οι επιχειρήσεις αποτελούν βασικό παράγοντα αλλαγής του κόσμου.

12. Το μέγεθος της λαμβάνουσας πληροφόρησης σχετικά με τις ESG δράσεις των επιχειρήσεων, επηρεάζεται από την ηλικία;

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)		
				Significance	Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	1.082 ^a	3	.781	.799 ^b	.791	.807
Likelihood Ratio	1.108	3	.775	.799 ^b	.791	.807
Fisher-Freeman-Halton Exact Test	.936			.816 ^b	.808	.823
N of Valid Cases	220					

Sig 0,799 > 0,05 άρα δέχομαι την H0, η ηλικία δεν επηρεάζει την ικανοποίηση για την προσφερόμενη πληροφόρηση σχετικά με τις επιχειρηματικές ESG δράσεις.

13. Η ικανοποίηση από τις εταιρικές ESG δράσεις, επηρεάζεται από την ηλικία;

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)		
				Significance	Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	4.454 ^a	3	.216	.196 ^b	.189	.204
Likelihood Ratio	5.209	3	.157	.199 ^b	.192	.207
Fisher-Freeman-Halton Exact Test	3.821			.226 ^b	.218	.235
N of Valid Cases	220					

Sig 0,19 > 0,05 άρα δέχομαι την H0, η ηλικία δεν επηρεάζει την ικανοποίηση από το επίπεδο των επιχειρηματικών ESG δράσεων.

14. Η εμπιστοσύνη στις ESG δημοσιεύσεις των επιχειρήσεων, επηρεάζεται από την ηλικία;

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	1.998 ^a	3	.573
Likelihood Ratio	1.974	3	.578
N of Valid Cases	220		

Sig 0,573 > 0,05 άρα δέχομαι την H0, η ηλικία δεν επηρεάζει την παρεχόμενη εμπιστοσύνη στις επιχειρηματικές ESG δημοσιεύσεις.

15. Η απόφαση να αγοραστεί ένα βιώσιμο προϊόν με υψηλή τιμή, επηρεάζεται από την ηλικία;

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	3.692 ^a	3	.297
Likelihood Ratio	3.605	3	.307
N of Valid Cases	220		

Sig 0,297 > 0,05 άρα δέχομαι H0, η ηλικία δεν επηρεάζει την απόφαση να αγοραστεί ένα βιώσιμο προϊόν με υψηλή τιμή.

16. Η άποψη του τι χαρακτηρίζει ένα βιώσιμο προϊόν, επηρεάζεται από την ηλικία;

	Value	df	Chi-Square Tests			
			Asymptotic Significance (2- sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided) Significance	95% Confidence Interval Lower Bound Upper Bound	
Pearson Chi-Square	6.915 ^a	3	.075	.076 ^b	.071	.081
Likelihood Ratio	6.868	3	.076	.087 ^b	.081	.092
Fisher-Freeman-Halton Exact Test	6.498			.089 ^b	.083	.095
N of Valid Cases	220					

Sig 0,07 > 0,05 άρα δέχομαι την H0, η ηλικία δεν επηρεάζει τα χαρακτηριστικά που πρέπει να διαθέτει ένα βιώσιμο προϊόν.

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

Για τον παράγοντα του εκπαιδευτικού επιπέδου έγιναν 8 έλεγχοι υποθέσεων. Για 5 παράγοντες αποδείχθηκε πως το εκπαιδευτικό επίπεδο δεν τους επηρεάζει. Αυτοί είναι:

- Η άποψη πως οι επιχειρήσεις αποτελούν βασικό παράγοντα θετικής αλλαγής του κόσμου.
- Η άποψη πως βασικός παράγοντας επιτυχίας μιας επιχείρησης είναι η βιώσιμη ανάπτυξη.
- Η ικανοποίηση από τις παρεχόμενες πληροφορίες για τις επιχειρηματικές ESG δράσεις.
- Η ικανοποίηση από το επίπεδο των προσφερόμενων επιχειρηματικών ESG δράσεων.
- Τα χαρακτηριστικά που έχει ένα βιώσιμο προϊόν

Αντίθετα υπάρχουν 3 παράγοντες, για τους οποίους ο έλεγχος έδειξε πως το εκπαιδευτικό επίπεδο επηρεάζει τις αντίστοιχες απαντήσεις. Αυτοί είναι:

- Οι γνώσεις για τις ESG δράσεις.
- Η εμπιστοσύνη που δείχνουν στις δημοσιευμένες αναφορές των ESG δράσεων.
- Η απόφαση να αγοραστεί ένα βιώσιμο προϊόν παρά την υψηλή τιμή του.

Παρακάτω ακολουθούν οι σχετικοί πίνακες ελέγχου υποθέσεων από τους οποίους προκύπτουν τα άνωθεν συμπεράσματα.

17. Το επίπεδο εκπαίδευσης επηρεάζει τις γνώσεις για τις ESG δράσεις;

Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	7.283 ^a	1	.007		
Continuity Correction ^b	6.311	1	.012		
Likelihood Ratio	7.574	1	.006		
Fisher's Exact Test				.009	.005
N of Valid Cases	220				

Sig 0,007 < 0,05 άρα απορρίπτω την H0, το επίπεδο εκπαίδευσης επηρεάζει τις ESG γνώσεις που έχουν οι ερωτηθέντες.

18. Η άποψη για το αν οι επιχειρήσεις αποτελούν βασικό παράγοντα θετικής αλλαγής του κόσμου, επηρεάζεται από το εκπαιδευτικό επίπεδο;

Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1.622 ^a	1	.203		
Continuity Correction ^b	1.108	1	.292		
Likelihood Ratio	1.766	1	.184		
Fisher's Exact Test				.270	.145
N of Valid Cases	220				

Sig 0,203 > 0,05 άρα δέχομαι την H0, το εκπαιδευτικό επίπεδο δεν επηρεάζει την άποψη για το ότι οι επιχειρήσεις αποτελούν βασικό παράγοντα θετικής αλλαγής του κόσμου.

19. Η άποψη ότι βασικός παράγοντας επιτυχίας μιας επιχείρησης είναι η βιώσιμη ανάπτυξη, επηρεάζεται από το εκπαιδευτικό επίπεδο;

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)		
				Significance	Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	.665 ^a	2	.717	.645 ^b	.635	.654
Likelihood Ratio	.816	2	.665	.645 ^b	.635	.654
Fisher-Freeman-Halton Exact Test	1.032			.645 ^b	.635	.654
N of Valid Cases	220					

Sig 0,645 > 0,05 άρα δέχομαι την H0. το εκπαιδευτικό επίπεδο δεν επηρεάζει την άποψη ότι βασικός παράγοντας επιτυχίας μιας επιχείρησης είναι η βιώσιμη ανάπτυξη.

20. Η ικανοποίηση για την προσφερόμενη πληροφόρηση σχετικά με τις ESG δράσεις των επιχειρήσεων, επηρεάζεται από το εκπαιδευτικό επίπεδο;

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	1.671 ^a	1	.196		
Continuity Correction ^b	1.082	1	.298		
Likelihood Ratio	1.899	1	.168		
Fisher's Exact Test				.311	.148
N of Valid Cases	220				

Sig 0,196 > 0,05 άρα δέχομαι την H0, το εκπαιδευτικό επίπεδο δεν επηρεάζει την ικανοποίηση από την πληροφόρηση για τις παρεχόμενες επιχειρηματικές ESG δράσεις.

21. Η ικανοποίηση από τις εταιρικές ESG δράσεις, επηρεάζεται από το εκπαιδευτικό επίπεδο;

Chi-Square Tests^c

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	.192 ^a	1	.661	.750	.493
Continuity Correction ^b	.008	1	.929		
Likelihood Ratio	.205	1	.651	.750	.493
Fisher's Exact Test				1.000	.493
N of Valid Cases	220				

Sig 0,661 > 0,05 άρα δέχομαι την H0, το εκπαιδευτικό επίπεδο δεν επηρεάζει την ικανοποίηση από τις προσφερόμενες ESG δράσεις.

22. Η εμπιστοσύνη στις ESG δημοσιεύσεις των επιχειρήσεων, επηρεάζεται το εκπαιδευτικό επίπεδο;

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	4.343 ^a	1	.037		
Continuity Correction ^b	3.593	1	.058		
Likelihood Ratio	4.542	1	.033		
Fisher's Exact Test				.040	.027
N of Valid Cases	220				

Sig 0,037 < 0,05 άρα απορρίπτω την H0, το εκπαιδευτικό επίπεδο επηρεάζει την εμπιστοσύνη που δείχνουν στις δημοσιεύσεις ESG δράσεων.

23. Η απόφαση να αγοραστεί ένα βιώσιμο προϊόν με υψηλή τιμή, επηρεάζεται από το εκπαιδευτικό επίπεδο;

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	22.288 ^a	1	<.001		
Continuity Correction ^b	20.526	1	<.001		
Likelihood Ratio	22.241	1	<.001		
Fisher's Exact Test				<.001	<.001
N of Valid Cases	220				

sig 0 < 0,05 άρα απορρίπτω την H0, το εκπαιδευτικό επίπεδο επηρεάζει την απόφαση να αγοραστεί ένα βιώσιμο προϊόν με υψηλή τιμή.

24. Η άποψη του τι χαρακτηρίζει ένα βιώσιμο προϊόν, επηρεάζεται από το εκπαιδευτικό επίπεδο;

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)		
				Significance	Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	2.068 ^a	4	.723	.738 ^b	.729	.747
Likelihood Ratio	2.226	4	.694	.719 ^b	.710	.727
Fisher-Freeman-Halton Exact Test	2.124			.718 ^b	.709	.726
N of Valid Cases	220					

Sig 0,738 > 0,05 άρα δέχομαι την H0, το εκπαιδευτικό επίπεδο δεν επηρεάζει τα χαρακτηριστικά ενός βιώσιμου προϊόντος.

ΣΥΝΘΕΣΗ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΟΥ

Για τη μεταβλητή σύνθεση νοικοκυριού έγιναν 6 έλεγχοι υποθέσεων. Αυτοί στο σύνολο τους απορρίφθηκαν το οποίο συνεπάγεται ότι η σύνθεση του νοικοκυριού δεν επηρεάζει αυτούς τους παράγοντες. Αυτοί είναι:

- Οι γνώσεις για τις ESG δράσεις.
- Η άποψη πως βασικός παράγοντας επιτυχίας μιας επιχείρησης είναι η βιώσιμη ανάπτυξη.
- Η ικανοποίηση από τις παρεχόμενες πληροφορίες για τις επιχειρηματικές ESG δράσεις.
- Η ικανοποίηση από το επίπεδο των προσφερόμενων επιχειρηματικών ESG δράσεων.
- Η εμπιστοσύνη που δείχνουν στις δημοσιευμένες αναφορές των ESG δράσεων.
- Η απόφαση να αγοραστεί ένα βιώσιμο προϊόν παρά την υψηλή τιμή του.

Παρακάτω ακολουθούν οι σχετικοί πίνακες ελέγχου υποθέσεων από τους οποίους προκύπτουν τα άνωθεν συμπεράσματα

25. Η σύνθεση του νοικοκυριού επηρεάζει τις γνώσεις για τις ESG δράσεις;

Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	.626 ^a	1	.429		
Continuity Correction ^b	.379	1	.538		
Likelihood Ratio	.629	1	.428		
Fisher's Exact Test				.484	.270
N of Valid Cases	158				

Sig 0,429 > 0,05 άρα δέχομαι την H0, η σύνθεση του νοικοκυριού δεν επηρεάζει τις γνώσεις για τις ESG δράσεις.

26. Η άποψη ότι βασικός παράγοντας επιτυχίας μιας επιχείρησης είναι η βιώσιμη ανάπτυξη, επηρεάζεται από τη σύνθεση του νοικοκυριού;

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	.237 ^a	1	.627		
Continuity Correction ^b	.096	1	.756		
Likelihood Ratio	.237	1	.626		
Fisher's Exact Test				.725	.379
N of Valid Cases	158				

Sig 0,627 > 0,05 άρα δέχομαι την H0, η σύνθεση του νοικοκυριού δεν επηρεάζει την άποψη ότι η βιώσιμη ανάπτυξη είναι βασικός παράγοντας επιτυχίας μιας επιχείρησης.

27. Η ικανοποίηση για την προσφερόμενη πληροφόρηση σχετικά με τις ESG δράσεις των επιχειρήσεων, επηρεάζεται από τη σύνθεση του νοικοκυριού;

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	.279 ^a	1	.597		
Continuity Correction ^b	.089	1	.765		
Likelihood Ratio	.286	1	.593		
Fisher's Exact Test				.654	.390
N of Valid Cases	158				

Sig 0,597 > 0,05 άρα δέχομαι την H0, η σύνθεση του νοικοκυριού δεν επηρεάζει την ικανοποίηση από την προσφερόμενη πληροφόρηση σχετικά με τις ESG δράσεις.

28. Η ικανοποίηση από τις εταιρικές ESG δράσεις, επηρεάζεται από τη σύνθεση του νοικοκυριού;

Chi-Square Tests^c

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	1.406 ^a	1	.236	.354	.188
Continuity Correction ^b	.770	1	.380		
Likelihood Ratio	1.317	1	.251	.354	.188
Fisher's Exact Test				.235	.188
N of Valid Cases	158				

Sig 0,236 > 0,05 άρα δέχομαι την H0, η σύνθεση του νοικοκυριού δεν επηρεάζει την ικανοποίηση από τις προσφερόμενες ESG δράσεις.

29. Η εμπιστοσύνη στις ESG δημοσιεύσεις των επιχειρήσεων, επηρεάζεται από τη σύνθεση του νοικοκυριού;

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	.186 ^a	1	.666		
Continuity Correction ^b	.064	1	.800		
Likelihood Ratio	.187	1	.665		
Fisher's Exact Test				.724	.401
N of Valid Cases	158				

Sig 0,666 > 0,05 άρα δέχομαι την H0, η σύνθεση του νοικοκυριού δεν επηρεάζει την εμπιστοσύνη που δείχνεται στις δημοσιεύσεις ESG αναφορών.

30. Η απόφαση να αγοραστεί ένα βιώσιμο προϊόν με υψηλή τιμή, επηρεάζεται από τη σύνθεση του νοικοκυριού;

Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	3.151 ^a	1	.076		
Continuity Correction ^b	2.546	1	.111		
Likelihood Ratio	3.112	1	.078		
Fisher's Exact Test				.106	.056
N of Valid Cases	158				

Sig 0,07 > 0,05 άρα δέχομαι την H0, η σύνθεση του νοικοκυριού δεν επηρεάζει την απόφαση αγοράς ενός βιώσιμου προϊόντος με υψηλή τιμή.

ΜΙΣΘΟΛΟΓΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

Για τη μεταβλητή μισθολογικού επιπέδου έγιναν 4 έλεγχοι υποθέσεων. Από αυτούς οι 3 απορρίφθηκαν το οποίο συνεπάγεται ότι το μισθολογικό επίπεδο δεν επηρεάζει αυτούς τους παράγοντες. Αυτοί είναι:

- Η άποψη πως οι επιχειρήσεις αποτελούν βασικό παράγοντα θετικής αλλαγής του κόσμου.
- Η ικανοποίηση από το επίπεδο των προσφερόμενων επιχειρηματικών ESG δράσεων.
- Η εμπιστοσύνη που δείχνουν στις δημοσιευμένες αναφορές των ESG δράσεων.

Αντίθετα υπάρχει 1 παράγοντας, για τον οποίο ο έλεγχος έδειξε πως το μισθολογικό επίπεδο επηρεάζει την αντίστοιχη απάντηση. Αυτός είναι:

- Οι γνώσεις για τις ESG δράσεις.

Παρακάτω ακολουθούν οι σχετικοί πίνακες ελέγχου υποθέσεων από τους οποίους προκύπτουν τα άνωθεν συμπεράσματα.

31. Το μισθολογικό επίπεδο επηρεάζει τις γνώσεις για τις ESG δράσεις;

Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)

Pearson Chi-Square	7.463 ^a	1	.006		
Continuity Correction ^b	6.555	1	.010		
Likelihood Ratio	7.548	1	.006		
Fisher's Exact Test				.009	.005
N of Valid Cases	220				

Sig 0,006 < 0,05 άρα απορρίπτων την H0, το μισθολογικό επίπεδο επηρεάζει τις ESG γνώσεις.

32. Η άποψη για το αν οι επιχειρήσεις αποτελούν βασικό παράγοντα θετικής αλλαγής του κόσμου, επηρεάζεται από το μισθολογικό επίπεδο;

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	.011 ^a	1	.915		
Continuity Correction ^b	.000	1	1.000		
Likelihood Ratio	.011	1	.915		
Fisher's Exact Test				1.000	.529
N of Valid Cases	220				

Sig 0,915 > 0,05 άρα δέχομαι την H0, το μισθολογικό επίπεδο δεν επηρεάζει την άποψη πως οι επιχειρήσεις αποτελούν βασικό παράγοντα θετικής αλλαγής του κόσμου.

33. Η άποψη ότι βασικός παράγοντας επιτυχίας μιας επιχείρησης είναι η βιώσιμη ανάπτυξη, επηρεάζεται από το μισθολογικό επίπεδο;

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)		
				Significance	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	1.343 ^a	2	.511	.445 ^b	.435	.454

Επιχειρήσεις και κοινωνική ευθύνη: Περιβάλλον, κοινωνία και διακυβέρνηση (ESG)

Likelihood Ratio	1.526	2	.466	.445 ^b	.435	.454
Fisher-Freeman-Halton Exact Test	1.564			.445 ^b	.435	.454
N of Valid Cases	220					

Sig 0,445 > 0,05 άρα δέχομαι την H0, το μισθολογικό επίπεδο δεν επηρεάζει την άποψη πως βασικός παράγοντας επιτυχίας μιας επιχείρησης είναι η βιώσιμη ανάπτυξη.

34. Η ικανοποίηση για την προσφερόμενη πληροφόρηση σχετικά με τις ESG δράσεις των επιχειρήσεων, επηρεάζεται από το μισθολογικό επίπεδο;

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2.103 ^a	1	.147		
Continuity Correction ^b	1.484	1	.223		
Likelihood Ratio	1.947	1	.163		
Fisher's Exact Test				.165	.114
N of Valid Cases	220				

Sig 0,147 > 0,05 δέχομαι την H0, το μισθολογικό επίπεδο δεν επηρεάζει την ικανοποίηση από τις δημοσιεύσεις των ESG δράσεων.

35. Η εμπιστοσύνη στις ESG δημοσιεύσεις των επιχειρήσεων, επηρεάζεται από το μισθολογικό επίπεδο;

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1.122 ^a	1	.289		
Continuity Correction ^b	.785	1	.376		

Επιχειρήσεις και κοινωνική ευθύνη: Περιβάλλον, κοινωνία και διακυβέρνηση (ESG)

Likelihood Ratio	1.113	1	.291		
Fisher's Exact Test				.303	.188
N of Valid Cases	220				

Sig 0,289 > 0,05 άρα δέχομαι την H0, το μισθολογικό επίπεδο δεν επηρεάζει την εμπιστοσύνη απέναντι στις ESG δημοσιεύσεις.

B.5 ΣΥΝΟΠΤΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

- Το 52% των ερωτηθέντων έχει γνώση για το είναι οι ESG δράσεις. Αυτό είναι ένα ποσοστό το οποίο δεν είναι ικανοποιητικό για να μπορέσουν να βρουν πρόσφορο έδαφος οι βιώσιμες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες και να στηριχθούν από τους καταναλωτές. Στην εποχή της άμεσης πληροφόρησης οι επιχειρήσεις θα πρέπει να βρουν εναλλακτικούς τρόπους και νέα κανάλια επικοινωνίας για να κάνουν γνωστές τις σχετικές πληροφορίες.
- Το 77% θεωρεί τις επιχειρήσεις ως βασικούς παράγοντες θετικής αλλαγής του κόσμου. Αυτό μπορεί να τους δώσει την ώθηση να αποτελέσουν με τις δράσεις τους κινητήριες δυνάμεις και παραδείγματα, που θα βοηθήσουν να οδηγηθεί η κοινωνία προς έναν περισσότερο βιώσιμο τρόπο ζωής.
- Το 48% θεωρεί πως η βιώσιμη ανάπτυξη αποτελεί το σημαντικότερο παράγοντα για την επιτυχία μιας επιχείρησης. Το ποσοστό είναι σχεδόν το ίδιο με αυτούς που έχουν γνώσεις ESG. Άρα μπορούμε να συμπεράνουμε ότι όσοι πληροφορούνται για τις ESG δράσεις, αντιλαμβάνονται το ρόλο που μπορούν να παίξουν αυτές στην επιτυχία τόσο της επιχείρησης, όσο και της κοινωνίας.
- Το 84% θεωρεί πως δεν λαμβάνει ικανοποιητική ποσότητα και ποιότητα πληροφοριών για τις επιχειρηματικές ESG δράσεις. Αυτό συμβαίνει είτε γιατί όντως αυτό πραγματικά συμβαίνει, είτε γιατί δε μπορούν ως δέκτες να αντιληφθούν αυτά που οι επιχειρήσεις πληροφορούν. Και στις δύο των περιπτώσεων απαιτείται αναπροσαρμογή του επιχειρηματικού πλάνου.
- Το 92% δεν είναι ικανοποιημένο από τις ESG δράσεις των επιχειρήσεων. Αυτό δίνει ένα επιπλέον κίνητρο στις επιχειρήσεις, ώστε να αφιερώσουν περισσότερο χρόνο και χρήμα προς την ανάπτυξη αυτών των δράσεων.
- Το 57% δεν εμπιστεύεται τις ESG αναφορές που δημοσιεύονται. Αυτό απαιτεί διαφορετική πολιτική προσέγγισης των αναφορών και ίσως ανάγκες πιστοποίησης των δράσεων τους από εξειδικευμένους οργανισμούς, ώστε να μην υπάρχουν περιθώρια αμφισβήτησης των αποτελεσμάτων.
- Το 49% δε μπορεί να θυμηθεί άμεσα μία επιχείρηση που αναπτύσσει ESG δράσεις. Αυτό είναι αποτέλεσμα άστοχης προβολής των δράσεων από τις επιχειρήσεις. Συμβαδίζει με το ποσοστό των ερωτηθέντων που απάντησαν μη γνώση των ESG δράσεων.
- Το 83% και 75% θα προωθούσε θετικές και αρνητικές ESG δράσεις αντίστοιχα των επιχειρήσεων. Αυτά τα ποσοστά καταδεικνύουν ότι υπάρχει η προθυμία από τους καταναλωτές, αφού πεισθούν, να διαφημίσουν μία επιχείρηση. Η επικοινωνία "από στόμα σε στόμα" είναι μία γρήγορη και ανέξοδη μέθοδος διαφήμισης που οι επιχειρήσεις πρέπει να εκμεταλλευτούν.

- Οι κύριοι τομείς που οι καταναλωτές έχουν ταυτίσει με τις ESG δράσεις είναι η κοινωνία και το περιβάλλον. Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να προβάλουν περισσότερο και την αξιοπιστία της εταιρικής διακυβέρνησης, να δημιουργήσουν περισσότερο ηθικές οντότητες, ώστε να γίνουν και πιο εύκολα αποδεκτές οι ESG αναφορές.
- Το 73% θεωρεί περισσότερο βασικό παράγοντα αγοράς ενός προϊόντος την τιμή του και όχι τις ESG δράσεις που έχουν προηγηθεί για την παραγωγή του. αυτό θα πρέπει να ερευνηθεί από τις επιχειρήσεις, ώστε να γίνει πιο προσαρμόσιμη η τιμή στα βιώσιμα προϊόντα.
- Το 78% ταυτίζει το βιώσιμο προϊόν με επιχειρήσεις που η παραγωγή τους είναι φιλική προς το περιβάλλον και η ίδια υιοθετεί βασικές κοινωνικές αξίες.
- Για το 80% η υψηλή τιμή του προϊόντος και η έλλειψη επαρκούς πληροφόρησης λειτουργούν αποτρεπτικά για την αγορά ενός βιώσιμου προϊόντος.
- Οι καταναλωτές ενδιαφέρονται για περισσότερο βιώσιμα προϊόντα στα τρόφιμα και την ενέργεια.
- Η εμπιστοσύνη που δείχνουν οι καταναλωτές απέναντι στις ESG αναφορές επηρεάζεται από το φύλο τους.
- Τα χαρακτηριστικά που πρέπει να υιοθετεί ένα βιώσιμο προϊόν επηρεάζονται από το φύλο των καταναλωτών.
- Το επίπεδο εκπαίδευσης επηρεάζει τις γνώσεις για τις ESG δράσεις.
- Το επίπεδο εκπαίδευσης επηρεάζει την εμπιστοσύνη που δείχνουν οι καταναλωτές στις ESG αναφορές.
- Το επίπεδο εκπαίδευσης επηρεάζει την απόφαση για την αγορά βιώσιμων προϊόντων σε υψηλότερη τιμή.
- Το μισθολογικό επίπεδο επηρεάζει τις γνώσεις για τις ESG δράσεις.

Γ. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Τα τελευταία χρόνια ακούγεται ολοένα και περισσότερο ο όρος ESG δράσεις που αναπτύσσουν οι επιχειρήσεις στους πυλώνες του περιβάλλοντος, της κοινωνίας και της εταιρικής διακυβέρνησης. Πολλές ενέργειες τους έχουν ως αφετηρία αυτούς τους 3 πυλώνες. Τα σχέδια δράσης που αναπτύσσουν και βασίζονται σε αυτούς τους πυλώνες μπορούν είτε να γίνονται και να είναι ορατά (κοινωνικές και περιβαλλοντικές δράσεις), είτε να πραγματοποιούνται και να μην γίνονται άμεσα αντιληπτά από την κοινωνία (προϊόντα από ανακυκλωμένα υλικά, κυκλική οικονομία). Παρατηρούμε δηλαδή τις επιχειρήσεις να κάνουν ενέργειες που επηρεάζουν τόσο την ίδια τη λειτουργία τους, όσο και το τελικό προϊόν/υπηρεσία που προσφέρουν. Προσπαθούν να επιτύχουν το βέλτιστο οικονομικό αποτέλεσμα παράλληλα με την ανάπτυξη αποτελεσματικών ESG δράσεων.

Κάθε επιχείρηση προσπαθεί να αναπτύξει ESG δράσεις, να μετρηθεί, να αξιολογηθεί, να επικοινωνήσει τα αποτελέσματα και όπου είναι εφικτό να καταταχθεί σε πίνακες. Αυτό της δημιουργεί ένα διττό αποτέλεσμα. Από τη μία αξιολογείται καλύτερα η βιωσιμότητα της επιχείρησης, πράγμα που την κάνει πιο γνωστή και ελκυστική στους επενδυτές και ευκολότερη την προσέλκυση κεφαλαίων. Από την άλλη ενισχύει τη φήμη της στην καταναλωτική αγορά και ενδυναμώνει τις πωλήσεις της.

Στη χώρα μας μόλις την τελευταία πενταετία άρχισε να γίνεται γνωστό ο όρος ESG. Ιδιαίτερο βάρος έχουν ρίξει αρχικά οι πολυεθνικές εταιρείες (ως συνέπεια των διεθνών πολιτικών τους) και οι ημεδαπές που είναι εισηγμένες στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών (με συμμετοχή στον αντίστοιχο δείκτη).

Έρευνες που έγιναν (GRANT THORTON 2021) κατέδειξαν πως οι επιχειρήσεις που έχουν αναπτύξει ESG δράσεις στη χώρα μας έχουν κυρίως τζίρο άνω των 50 εκατ. ευρώ και απασχολούν περισσότερους από 250 υπαλλήλους. Οι δράσεις που αναπτύσσονται προσανατολίζονται κατά σειρά στην κοινωνία (δωρεές, χορηγίες, αντιμετώπιση έκτακτων αναγκών), τους ανθρώπους (ιατροφαρμακευτική περίθαλψη, ίσες ευκαιρίες, εκπαίδευση) και τέλος στο περιβάλλον (ανακύκλωση, εξοικονόμηση ενέργειας). Τα κύρια οφέλη που αποκομίζουν είναι ενίσχυση του brand name τους, βελτίωση της απόδοσης των εργαζομένων και προσέλκυση καλύτερου εργατικού δυναμικού. Δυστυχώς 2 στις 3 επιχειρήσεις θεωρούν πως αυτές οι δράσεις βρίσκονται ακόμα σε χαμηλό επίπεδο και χρειάζεται ακόμη περισσότερη οργάνωση και προσπάθεια προς αυτόν τον τομέα. Το θετικό είναι πως υπάρχει η διάθεση κριτικής και προσπάθειας από πλευράς τους.

Στον αντίποδα βρίσκονται οι καταναλωτές που είναι οι αποδέκτες των δράσεων άμεσα και έμμεσα. Μένει να διαπιστωθεί αν αυτές οι δράσεις τους επηρεάζουν στις καταναλωτικές τους αποφάσεις. Η έρευνα που έγινε κατέδειξε χρήσιμα συμπεράσματα πάνω σε αυτό και άλλα

ερωτήματα. Πως εκλαμβάνουν τις επιχειρηματικές ESG δράσεις και αν οι επιχειρήσεις καταφέρνουν να ενισχύσουν τελικά τη φήμη τους.

Η έρευνα έδειξε πως οι καταναλωτές δεν έχουν ιδιαίτερη γνώση για το τί είναι οι ESG δράσεις. Μόλις ένας στους δυο έχει γνώση. Αυτή η γνώση επηρεάζεται από το εκπαιδευτικό επίπεδο. Οπότε οι επιχειρήσεις πρέπει να τονώσουν τον τομέα της ενημέρωσης των ESG δράσεων και τα οφέλη που αποκομίζει η κοινωνία και το περιβάλλον.

Η μη αφομοίωση των δράσεων ενισχύεται και από το γεγονός πως 4 στους 5 καταναλωτές θεωρούν πως δεν λαμβάνουν ικανοποιητική πληροφόρηση από τις επιχειρήσεις. Είτε οι αναφορές είναι φτωχές, είτε δεν φθάνουν σε ικανοποιητικό βαθμό στην κοινωνία. Κάπου έχει σχηματισθεί ένα κενό ανάμεσα στην εκπομπή και τη λήψη των πληροφοριών esg δράσεων.

Επίσης 9 στους 10 δεν είναι ικανοποιημένοι από τις ESG δράσεις που αναπτύσσουν οι επιχειρήσεις. Θεωρούν πως μπορούν να κάνουν ακόμα περισσότερα. Πιο απαιτητικοί εμφανίζονται οι κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου, υψηλότερου δηλαδή εκπαιδευτικού επιπέδου.

Ένα σημαντικό ποσοστό 2 στους 5 καταναλωτές δεν δείχνει εμπιστοσύνη απέναντι στις ESG αναφορές των επιχειρήσεων. Η δυσπιστία αυτή επηρεάζεται από το φύλο και το εκπαιδευτικό επίπεδο. Επομένως οι επιχειρήσεις θα πρέπει να χρησιμοποιήσουν περισσότερες πιστοποιημένες αναφορές για τις ενέργειες που πραγματοποιούν, ώστε να δημιουργήσουν κλίμα εμπιστοσύνης.

Τέλος 1 στους 2 δε μπορεί να θυμηθεί μία επιχείρηση που έχει αναπτύξει ESG δράσεις. Αυτό δείχνει αδυναμία ισχυρής επικοινωνίας των δράσεων, ώστε να μένει στο μυαλό του καταναλωτή και να δείχνει προτίμηση σε αυτή την εταιρεία.

Οι ESG δράσεις ήρθαν για να εδραιώσουν τον τομέα των μη χρηματοοικονομικών πληροφοριών. Θα παίξουν σημαντικό ρόλο το επόμενο διάστημα στη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων και οι επιχειρήσεις που θα επιτύχουν υψηλές αποδόσεις θα αποκτήσουν ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά καταναλωτών και κεφαλαίων. Οι εταιρείες φεύγουν από το κλασικό στερεότυπο της απλής προσφοράς αγαθών με σκοπό την κερδοφορία. Μετατρέπονται σε οντότητες που στη φυσιολογία τους μπαίνει πλέον και ο τομέας της προσφοράς στην κοινωνία και στο περιβάλλον σε βαθμό σημαντικότητας ίδιο με την επίτευξη της κερδοφορίας. Αυτές που δε θα μπορέσουν να προσαρμοστούν στα νέα δεδομένα θα αντιμετωπίσουν προβλήματα λειτουργίας, συρρίκνωσης και ύπαρξης σε μακροχρόνιο επίπεδο. Οι ESG δράσεις αλλάζουν τους όρους του επιχειρηματικού παιχνιδιού.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Στις παραπομπές σε ιστοσελίδες, εντός παρενθέσεως αναφέρεται η ημερομηνία επίσκεψης.

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

- Αθανασίου Χάρης. 2/9/2019. *Τί είναι τα κριτήρια ESG μιας επιχείρησης.*
<https://businessrev.gr/2019/09/02/%CF%84%CE%B9-%CE%B5%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CE%B9-%CF%84%CE%B1-%CE%BA%CF%81%CE%B9%CF%84%CE%AE%CF%81%CE%B9%CE%B1-ESG-%CE%BC%CE%B9%CE%B1%CF%82-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%AF%CF%81%CE%B7%CF%83%CE%B7/> [11/6/2023]
- Αλεξοπούλου Ιωάννα. 27/5/2022. *Η πράσινη μετάλλαξη της EKE.*
<https://www.ESGstories.gr/opinions/ESG-i-prasini-metallaxi-tis-eke> [10/6/2023]
- Ζαπουνίδης Κωνσταντίνος. 2022. *Κοινωνικά Υπεύθυνη επένδυση.*
- Ζανιδάκης, Ταταρίδης, Χρηστάτος 2014. *Η επίδραση των δεικτών περιβαλλοντικής, κοινωνικής και εταιρικής διακυβέρνησης στην Ευρώπη και την Αμερική.*
- Κουμεντάκης Σταύρος. 10/6/2021. *Κριτήρια ESG.*
<https://koumentakislaw.gr/arthra/krithria-ESG-periballon-koinonia-diakybernhsh-epixeirhseis-anaptyksh/> [12/6/2022]
- Κουρτάλη Ελευθερία. 21/7/2021. *Με 35 εισηγμένες ο νέος δείκτης ESG του χρηματιστηρίου.* <https://www.kathimerini.gr/economy/561440452/me-35-eisigmenes-o-neos-deiktis-ESG-toy-chrimatistirioy/> [10/6/2023]
- Κυρέλα Πέτρου. 31/1/2022. *Εταιρική υπευθυνότητα, ESG και βιώσιμη ανάπτυξη.*
- Πάλλη Έφη, Athens Voice. 24/11/2021. *Είναι η ESG συνέχεια της EKE ή μιλάμε για διαφορετικές έννοιες;* <https://www.athensvoice.gr/epikairoτητα/ellada/736649/einai-i-ESG-syneheia-tis-eke-i-milame-gia-diaforetikes-ennoies/> [10/6/2023]
- Χουντά Ειρήνη. Ιανουάριος 2022. *Διπλωματική εργασία: η υιοθέτηση κριτηρίων Περιβάλλοντος, Κοινωνίας και εταιρικής Διακυβέρνησης (ESG) ως παράγοντας ανάπτυξης των εταιρειών.*
- Athexgroup. 2022. *Οδηγός δημοσιοποίησης πληροφοριών ESG.*
<https://www.athexgroup.gr/el/web/guest/ESG-sustainability> [12/6/2023]

- https://www.athexgroup.gr/el/rssfeeds/asset_publisher/hlxgrpannrss/content/id/6378202 [15/6/2023]
- <https://banks.com.gr/etairiki-ypefthynotita-ESG-kai-viosimi-anaptyksi/> [11/6/2023]
- https://www.capital.gr/forbes/3713360/i-proti-elliniki-lista-ESG-ton-100-top-etaireion/https://en.wikipedia.org/wiki/Brundtland_Commission [14/6/2023]
- <http://www.cri.org.gr/Contents.aspx;CatId=26>
- <https://depa.gr/apologismos-viosimotitas/> [16/6/2023]
- <https://www.dei.gr/el/dei-omilos/viosimi-anaptiksi> [16/6/2023]
- <https://www.eurobank.gr/el/omilos/ESG-environment-society-governance/> [16/6/2023]
- Eurobank, 2023. *Εισαγωγή στα κριτήρια ESG και τη βιώσιμη ανάπτυξη.*
<https://www.eurobank.gr/el/business/digital-academy-business/ESG/ESG/eisagogi-kritiria-ESG-biosimi-anaptixi> [10/6/2023]
- <https://www.eurobank.gr/el/business/digital-academy-business/ESG/ESG/protovoulies-gri-un-global-compact> [14/6/2023]
- <https://ellaktor.com/viosimi-anaptyksi> [16/6/2023]
- <https://www.gekterna.com/el/sustainable-development/> [16/6/2023]
- GRANT THORTON. 2021. *Εκθέσεις Βιωσιμότητας ESG & Sustainability. Οι τάσεις στην Ελλάδα*
- <https://www.helleniqenergy.gr/orama-2025> [16/6/2023]
- ICAP: Έρευνα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης σε Επιχειρήσεις, Ιούλιος 2021
- <https://www.icapcrif.com> [14/6/2023]
- Insider. 5/7/2021. *Αυξάνεται ο αριθμός των ελληνικών επιχειρήσεων που αναγνωρίζει την αξία της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.* <https://www.insider.gr/tags/eke-etairiki-koinoniki-eythyni?page=2> [15/6/2023]
- <https://www.insider.gr/sustainability/179745/ereyna-icap-i-etairiki-koinoniki-eythyni-stis-epiheiriseis> [10/6/2023]
- <https://www.mytilineos.com/el/viosimi-anaptyksi/ESG-epidoseis/> [12/6/2023]
- <https://www.nbg.gr/el/omilos/ESG> [16/6/2023]
- <https://www.piraeusholdings.gr/el/sustainable-banking> [14/6/2023]
- <https://www.quest.gr/el/corporate-social-responsibility/ESG-data-center> [16/6/2023]

- Stamelos Charalampos. 2022. *CORPORATE SUSTAINABILITY AND ESG FACTORS IN GREECE AND CYPRUS*.

ΞΕΝΗ

- Alex Edmans. 2021. *Grow the Pie*.
- Anil Cumar. 2020. *Corporate Social Responsibility*.
- www.ceres.org [14/6/2023]
- Gordon L. Clark Andreas Feiner Michael Viehs. 2015. *From the Stockholder to the Stakeholder: How Sustainability Can Drive Financial Outperformance*.
- European Commission, *Official Journal of European Union*
<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/ea95c795-9328-11e9-9369-01aa75ed71a1/language-el> [20/6/2019]
- Eurostat. 2023. *Sustainable development in the European Union Monitoring report on progress towards the SDGs in an EU*.
- https://finance.ec.europa.eu/capital-markets-union-and-financial-markets/company-reporting-and-auditing/company-reporting/corporate-sustainability-reporting_en [15/6/2023]
- Forbes. 2022. *ESG Transparency Index*.
- Milton Friedman. 1970. *The social responsibility of business is to increase its profits*.
- Nektarios Gavrilakis, Christos Floros. 2022. *ESG performance, herding behavior and stock market returns: evidence from Europe*.
- <https://globalcompact.gr/cop/> [14/6/2023]
- <https://www.greenbusinessmba.com/blog/what-is-the-triple-bottom-line> [16/6/2023]
- <https://www.iucn.org/> [14/6/2023]
- Kotler, P., Lee. N. 2016. *Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Πώς να προσφέρετε το καλύτερο δυνατό στην εταιρεία σας και στο σκοπό της επιλογής σας*.
- Schwartz, M.S., and Carroll, A.B. 2003. *Corporate Social Responsibility*
- Morgan Stanley. 2022. *ESG Report*.
- <https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html> [12/6/2023]
- <https://sasb.org/> [15/6/2023]
- <https://theimpactinvestor.com/pyramid-of-corporate-social-responsibility/> [15/6/2013]
- United Nations report. 1987. *Our Common Future*.
- <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future>
- <https://unric.org/el/#> [14/6/2023]

Επιχειρήσεις και κοινωνική ευθύνη: Περιβάλλον, κοινωνία και διακυβέρνηση (ESG)

- US SIF Foundation. 2016. *Who cares wins global compact 2004 United Nations report*.
[www.ussif.org/files/SIF Trends 16 Executive Summary](http://www.ussif.org/files/SIF_Trends_16_Executive_Summary)
- <https://unglobalcompact.org/participation/report/cop> [14/6/2023]
- https://en.wikipedia.org/wiki/Sustainable_Development_Goals#/media/File:Sustainable_Development_Goals.svg [14/6/2023]

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ

Αγαπητέ αναγνώστη/ρια

Είμαι φοιτητής του Μεταπτυχιακού Προγράμματος σπουδών **EXECUTIVE MBA** του Πανεπιστημίου Αιγαίου και διεξάγω μία έρευνα στα πλαίσια της διπλωματικής μου εργασίας.

Σκοπός της έρευνας είναι να μελετηθούν οι γνώσεις και καταναλωτικές στάσεις απέναντι στα βιώσιμα προϊόντα και τις εταιρείες που τα παράγουν. **Ως ESG κριτήρια νοούνται όλες οι δράσεις που αναλαμβάνει μία εταιρεία στα πλαίσια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Συνοπτικά τέτοιες δράσεις έχουν θετικό αντίκτυπο στην προστασία του περιβάλλοντος (μικρό περιβαλλοντικό αποτύπωμα), στο θετικό κοινωνικό αντίκτυπο (εργαζόμενοι, τοπικές κοινωνίες) και στη λειτουργία της επιχείρησης (διαφάνεια, επιχειρηματική ηθική).**

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για ακαδημαϊκούς και μόνο λόγους. Η συμπλήρωση του διαρκεί 5 με 10 λεπτά. Σε κάθε ερώτημα επιλέγετε μία μόνο απάντηση.

Α' ΜΕΡΟΣ δημογραφικά στοιχεία

- Ηλικία
 - Γενιά Z έως 27
 - Γενιά Millennials 28 - 42
 - Γενιά X 43 - 58
 - Γενιά Baby Boomers 59+
- Φύλο
 - Ανδρας
 - Γυναίκα
- Επίπεδο μόρφωσης
 - Απόφοιτος Λυκείου
 - Απόφοιτος AEI/TEI
 - Κάτοχος μεταπτυχιακού/διδακτορικού
- Σύνθεση νοικοκυριού
 - Μένω μόνος
 - Συγκατοικώ
 - Συγκατοικώ με ανήλικα παιδιά
- Μισθολογικό επίπεδο
 - Χαμηλό
 - Μεσαίο
 - Υψηλό

Β΄ ΜΕΡΟΣ γνώση για τα ESG

- Γνωρίζετε για τα ESG κριτήρια;
 - Ναι γνωρίζω
 - Όχι δεν γνωρίζω
- Θεωρείτε τις επιχειρήσεις ως παράγοντες θετικής αλλαγής του κόσμου;
 - Ναι
 - Όχι
- Αποτελεί κατά τη γνώμη σας η βιώσιμη ανάπτυξη, το σημαντικότερο παράγοντα επιτυχίας μιας επιχείρησης;
 - Ναι είναι βασικός
 - Όχι, υπάρχουν και άλλοι σημαντικότεροι
- Λαμβάνεται ικανοποιητική πληροφόρηση από τις επιχειρήσεις για τις δράσεις εταιρικής κοινωνικής τους ευθύνης ESG;
 - Ναι
 - Όχι, δεν έχω επαρκή πληροφόρηση
- Είστε ικανοποιημένοι από τις δράσεις εταιρικής ευθύνης που αναπτύσσουν οι επιχειρήσεις;
 - Ναι
 - Όχι, μπορούν και περισσότερο
- Εμπιστεύεστε μια επιχείρηση όταν δημοσιεύει αναφορές ESG;
 - Ναι
 - Όχι, είμαι επιφυλακτικός/η
- Ονοματίστε μία επιχείρηση που γνωρίζετε για τις θετικές ESG δράσεις της.
.....
- Αν γνωρίζετε μία επιχείρηση με θετικές δράσεις ESG, θα τη διαφημίζατε στον κύκλο σας;
 - Ναι
 - Όχι, δεν θα ασχολούμουν
- Αν γνωρίζετε μία επιχείρηση με αρνητικές επιδράσεις ESG, θα τη δυσφημούσατε στον κύκλο σας;
 - Ναι
 - Όχι, δεν θα ασχολούμουν

Γ΄ ΜΕΡΟΣ καταναλωτική στάση

- Σε ποιον τομέα σας ενδιαφέρει να προσφέρει περισσότερο μία επιχείρηση της οποίας είστε καταναλωτής;
 - Περιβάλλον
 - Κοινωνία

Εταιρική διακυβέρνηση

- Η υψηλότερη τιμή ενός βιώσιμου προϊόντος θα σας αποτρέψει από την αγορά του;
Ναι, θα στραφώ σε φθηνότερο
Όχι γιατί τα οφέλη είναι πολλά
- Ποιος είναι για εσάς κυριότερος παράγοντας αγοράς ενός προϊόντος;
Τιμή προϊόντος
Δράσεις ESG εταιρείας που το προσφέρει
- Τι είναι για εσάς βιώσιμο προϊόν;
Φιλικό προς το περιβάλλον
Δεν κακοποιούνται ζώα
Υιοθετεί ένα σύνολο κοινωνικών αξιών
Υποστηρίζει κοινωνικούς σκοπούς
Το προσφέρει εταιρεία με ηθικές αξίες
- Τι θα σας απέτρεπε από την αγορά ενός βιώσιμου προϊόντος;
Ακριβή τιμή
Όχι επαρκής πληροφόρηση
Απαιτεί χρόνο για την εύρεση του
Δεν πιστεύω ότι υπάρχει ουσιαστική διαφορά
Δεν με ενδιαφέρει
- Για ποια καταναλωτική κατηγορία θα σας ενδιέφερε περισσότερο η αγορά βιώσιμου προϊόντος;
Τρόφιμα
Ρούχα
Προσωπικής φροντίδας
Ενέργεια
Τεχνολογία
Μέσα μεταφοράς
Φάρμακα
Καμία

Ευχαριστώ για τη συμμετοχή σας.