

Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστήμων

Τμήμα
Διεθνών Ευρωπαϊκών και Περιφερειακών Σπουδών
Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών Περιβαλλοντική
Διακυβέρνηση και Βιώσιμη Ανάπτυξη

Διπλωματική Εργασία:

«Η στρατηγική των επιχειρήσεων στην προσαρμογή των αλλαγών του περιβάλλοντος και ο ρόλος της ως μοχλός ανάπτυξης και ενίσχυσης των θέσεων τους στην αγορά.»



Δημητρακόπουλος Ιωάννης ΑΜ: 1212Μ054 Επιβλέπουσα Καραγεώργου Βίκυ

Αθήνα
2014

*Αφιερώνεται στην μνήμη των γονιών μου,
που αυτήν την στιγμή θα χαιρόντουσαν
περισσότερο ακόμη και από εμένα*

*Οι συμβουλές σας θα είναι πάντα το σκαρί
που θα με οδηγεί στα όνειρα μου*

Πάμπειο Πανεπιστήμιο

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω την καθηγήτρια μου κα. Καραγέωργου Βασιλική, για την πολύτιμη βοήθεια της και την καθοδήγηση που μου πρόσφερε καθ'όλη την διάρκεια της παρούσας διπλωματικής εργασίας

Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους αυτούς που συμμετείχαν στην ερευνά μου προκειμένου να μπορέσω να αποτυπώσω την άποψη της κοινωνίας και των καταναλωτών, αλλά και τα στελέχη των επιχειρήσεων της έρευνας καθώς και την κα. Πούλη Σταυρούλα του Υ.Π.Ε.Κ.Α. που αφιέρωσαν τον χρόνο τους και συνέβαλαν καθοριστικά για την δημιουργία της.

Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω τον αδερφό μου για την αστείρευτη αγάπη του, που συνεχίζει χρόνια τώρα να με στηρίζει προκειμένου να μπορέσω σπουδάσω.

Πάντειο Πανεπιστήμιο

Περίληψη

Εδώ και αρκετό καιρό ένα θέμα που φαίνεται να έχει πολύ μεγάλη σημασία και βρίσκεται στο προσκήνιο της επικαιρότητας είναι τα περιβαλλοντικά προβλήματα. Όσον αφορά σε θέματα προστασίας του περιβάλλοντος, οι αποφάσεις που λαμβάνονται είναι πολύ σημαντικές για την παρούσα όσο και για τις μελλοντικές γενιές.

Σε μια περίοδο που όλος ο κόσμος έχει αναγνωρίσει τον κίνδυνο από τις αλλαγές του περιβάλλοντος, και που οι προσπάθειες από τα κράτη μέχρι την κοινωνία αυξάνονται συνεχώς για την προστασία του ήταν θέμα χρόνου οι αλλαγές αυτές να επηρεάσουν την λειτουργία αλλά και ολόκληρη την στρατηγική των επιχειρήσεων.

Η αλλαγές στην λειτουργία αλλά και την αλλαγή στρατηγικής των επιχειρήσεων με σκοπό την προσαρμογή στις αλλαγές του περιβάλλοντος που θα έχουν ως αποτέλεσμα όχι μόνο να μην τεθεί σε κίνδυνο η επιχείρηση αλλά αντιθέτως θα της προσδώσει ανταγωνιστική αξία και οικονομική ανάπτυξη είναι το αντικείμενο που πραγματεύεται η παρούσα εργασία.

Λέξεις κλειδιά: Επιχειρήσεις και Φυσικό Περιβάλλον, Αλλαγές του Περιβάλλοντος, Θεσμικό Πλαίσιο για το Περιβάλλον, Στρατηγική Επιχειρήσεων, Προσαρμογή Επιχειρήσεων, Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη.

Κατάλογος Περιεχομένων.

Κατάλογος Διαγραμμάτων.....	vii
Κατάλογος Πινάκων.....	x
Κατάλογος Εικόνων.....	xi
Κατάλογος Συνομογραφιών.....	xi
Εισαγωγή.....	1

Θεωρητικό μέρος: σελίδα 6

Κεφάλαιο 1: Οι βασικοί άξονες του ευρωπαϊκού θεσμικού πλαισίου στην προστασία του περιβάλλοντος και η επίδραση τους στις επιχειρήσεις.....7

1.1. Διαχείριση Αποβλήτων.....	9
1.2. Ενέργεια και Κλιματική Αλλαγή.....	11
1.2.1. Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας.....	15
1.2.2. Εμπορία Ρύπων.....	16
1.2.3. Οδηγία για Ενεργειακή Απόδοση.....	18
1.3. Ατμοσφαιρική Ρύπανση.....	21
1.4. Προστασία και Διαχείριση των Υδάτων.....	24
1.5. Το Πλαίσιο της Περιβαλλοντικής Ευθύνης.....	26
1.5.1. Αειφόρος Ανάπτυξη.....	27
1.5.2. Οδηγία για την Εκτίμηση Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων.....	27
1.5.3. Οδηγία για τον Ολοκληρωμένο Έλεγχο και την Πρόληψη της Ρύπανσης.....	30
Συμπεράσματα 1^ο Κεφαλαίου.....	34

Κεφάλαιο 2: Η περιβαλλοντική προστασία ως παράγοντας ανάπτυξης της στρατηγικής των επιχειρήσεων.....36

2.1. Η Θεωρία των Ενδιαφερόμενων Μερών.....	36
2.2. Επιχειρήσεις και Πελάτες-Καταναλωτές.....	39
2.3. Η Ανάγκη Φιλοπεριβαλλοντικής Στρατηγικής από τις Επιχειρήσεις.....	40
2.3.1. Επιχειρηματική.....	40
2.3.2. Περιβαλλοντική.....	41
2.4. Επιχειρήσεις και Φυσικό Περιβάλλον.....	42
2.4.1. Ο Ρόλος του Μάνατζερ στην Προσαρμογή των Επιχειρήσεων.....	43
2.4.2. Κουλτούρα της Επιχείρησης.....	44
2.5. Η Στρατηγική των Επιχειρήσεων και Φυσικό Περιβάλλον.....	45
Συμπεράσματα 2^ο Κεφαλαίου.....	49

Κεφάλαιο 3: Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης.....50

3.1 Ορίζοντας τα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης.....	50
3.2 Τα Πρότυπα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης.....	51
3.2.1. Το πρότυπο ISO 14001.....	52
3.2.2 Το Ευρωπαϊκό Πρότυπο-EMAS.....	53
3.3. Η Συμβολή του Οικολογικού Σήματος στην Αλλαγή των Πρότυπων Παραγωγής και Κατανάλωσης.....	55
3.4. Εφαρμόζοντας Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης.....	57
Συμπεράσματα 3^ο Κεφαλαίου.....	61

Κεφάλαιο 4: Το Φυσικό Περιβάλλον στην Ανάλυση SWOT.....62

4.1. Τι είναι η ανάλυση SWOT.....	62
4.2. Η Εισαγωγή του Φυσικού Περιβάλλοντος στην Ανάλυση SWOT.....	63
4.3. Δυνάμεις-Αδυναμίες της Επιχείρησης και Φυσικό Περιβάλλον.....	64
4.4. Ευκαιρίες-Απειλές της Επιχείρησης και Φυσικό Περιβάλλον.....	67
Συμπεράσματα 4^ο Κεφαλαίου.....	70

Κεφάλαιο 5: Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη-Περιβαλλοντική Ευθύνη.....71

5.1. Ορίζοντας την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.....	71
5.2. Επιχειρήσεις και Περιβαλλοντική Ευθύνη.....	72
5.3. Η Περιβαλλοντική Ευθύνη των επιχειρήσεων ως Μοχλός Ανάπτυξης.....	74
Συμπεράσματα 5^ο Κεφαλαίου.....	78

Συμπεράσματα Θεωρητικού Μέρους.....79

Ερευνητικό Μέρος: σελίδα 81

Κεφάλαιο 6: Τα Χαρακτηριστικά της Έρευνας.....82

6.1 Ο Σκοπός της έρευνας.....	82
6.2. Μεθοδολογία της έρευνας.....	83
6.2.1. Καταναλωτές.....	83
6.2.2. Επιχειρήσεις.....	84
6.2.3. Κρατικός Φορέας.....	84
6.3 Το προφίλ του δείγματος.....	85
6.3.1. καταναλωτές.....	85
6.3.2. Επιχειρήσεις.....	87
6.2.3. Κρατικός φορέας.....	87

Κεφάλαιο 7: Κύριο μέρος-αποτελέσματα της έρευνας.....88

7.1. Αποτέλεσμα από την έρευνα στους καταναλωτές-κοινωνία.....	88
7.2. Αποτελέσματα από την έρευνα σε Επιχειρήσεις.....	102
Συμπεράσματα Ερευνητικού Μέρους.....	122

Παραρτήματα: σελίδα 126

Ερωτηματολόγιο Καταναλωτών	127
Ερωτηματολόγιο Επιχειρήσεων.....	135
Ερωτηματολόγιο Κρατικός Φορέας.....	141
Βιβλιογραφία.....	145

Κατάλογος Διαγραμμάτων

Διάγραμμα 1: Κατανομή συχνοτήτων για το φύλο του ερωτώμενου.....	85
Διάγραμμα 2: Κατανομή συχνοτήτων για την ηλικία του ερωτώμενου.....	85
Διάγραμμα 3: Κατανομή συχνοτήτων για την εκπαίδευση του ερωτώμενου.....	86
Διάγραμμα 4: Κατανομή συχνοτήτων για το ετήσιο εισόδημα του ερωτώμενου.....	86
Διάγραμμα 5: Κατανομή συχνοτήτων για την ιδιότητα του ερωτώμενου.....	86
Διάγραμμα 6: Κατανομή συχνοτήτων ποιον θεωρούν οι καταναλωτές πως έχει ευθύνη για την μόλυνση του περιβάλλοντος.....	88
Διάγραμμα 7: Κατανομή συχνοτήτων για την άποψη των ερωτηθέντων σχετικά με το ποιος πως έχει ευθύνη για την προστασία του περιβάλλοντος.....	89
Διάγραμμα 8: Κατανομή συχνοτήτων για το προσωπικό ενδιαφέρον των ερωτηθέντων για την προστασία του περιβάλλοντος τα τελευταία χρόνια.....	91
Διάγραμμα 9: Κατανομή συχνοτήτων αν πιστεύουν οι ερωτηθέντες πως θα μπορούσε ο καθένας μας να συμβάλει στην προστασία του περιβάλλοντος.....	91
Διάγραμμα 10: Κατανομή συχνοτήτων για το αν η προσωπική συμπεριφορά των ερωτηθέντων περιλαμβάνει προσπάθειες-ενέργειες για την προστασία του περιβάλλοντος (π.χ. ανακύκλωση, μείωση κατανάλωσης ρεύματος).....	91
Διάγραμμα 11: Κατανομή συχνοτήτων κατά πόσο πιστεύουν οι ερωτηθέντες πως οι επιχειρήσεις έχουν αυξήσει το ενδιαφέρον τους για την προστασία του περιβάλλοντος.....	92
Διάγραμμα 12: Κατανομή συχνοτήτων γιατί θεωρούν οι ερωτηθέντες ότι οι επιχειρήσεις κινούνται προς την κατεύθυνση να προστατεύουν το περιβάλλον.....	92
Διάγραμμα 13: Κατανομή συχνοτήτων για το αν θεωρούν οι ερωτηθέντες πως μια τέτοια συμπεριφορά ακολουθείται από μικρομεσαίες ή μεγάλες επιχειρήσεις.....	94
Διάγραμμα 14: Κατανομή συχνοτήτων κατά πόσο γνωρίζουν οι ερωτηθέντες τι είναι Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη.....	95
Διάγραμμα 15: Κατανομή συχνοτήτων για το πόσες Επιχειρήσεις γνωρίζουν οι ερωτηθέντες, που εφαρμόζουν Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη.....	95
Διάγραμμα 16: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με το από που θυμούνται οι ερωτώμενοι να έχουν ενημερωθεί για κάποια περιβαλλοντική δράση μιας επιχείρησης.....	96
Διάγραμμα 17: Κατανομή συχνοτήτων κατά πόσο το ενδιαφέρον μιας επιχείρησης για την προστασία του περιβάλλοντος θεωρούν ότι θα επηρέαζε του ερωτώμενους προκειμένου να δημιουργήσουν θετική εικόνα για αυτήν.....	96
Διάγραμμα 18: Κατανομή συχνοτήτων για το αν οι ερωτώμενοι θα προτιμούσαν μια επιχείρηση που θα γνώριζαν πως είναι περιβαλλοντικά ηθική σε σχέση με κάποια ανταγωνιστική της για την οποία δεν θα γνώριζαν κάτι ανάλογο.....	97
Διάγραμμα 19: Κατανομή συχνοτήτων για το αν οι ερωτώμενοι θα είχαν μια συμπεριφορά μπουκοτάζ απέναντι σε κάποια εταιρεία που θα άκουγαν πως μόλυνε ή δεν είναι ηθική προς το περιβάλλον.....	98
Διάγραμμα 20: Κατανομή συχνοτήτων κατά πόσο οι ερωτώμενοι αν είχαν επιλογή, θα προτιμούσαν να εργαστούν σε μια εταιρεία που φημίζετε για τις περιβαλλοντικές στις δράσεις-προσπάθειες σε σχέση με κάποια αντίστοιχη που δεν προχωρά σε κάτι παρόμοιο.....	98

Διάγραμμα 21: Κατανομή συχνοτήτων κατά πόσο οι ερωτώμενοι θα αγόραζαν ένα προϊόν που είναι φιλικό προς το περιβάλλον (οικολογικό-πράσινο προϊόν) σε σχέση με κάποιο ανταγωνιστικό.....	99
Διάγραμμα 22: Κατανομή συχνοτήτων κατά πόσο οι ερωτώμενοι θα αγόραζαν ένα οικολογικό-πράσινο προϊόν στην περίπτωση που θα ήταν ακριβότερο και μέχρι τι ποσοστό πιο ακριβό θα ήταν διαθέσιμο να προσφέρουν.....	99
Διάγραμμα 23: Κατανομή συχνοτήτων για το αν πιστεύουν οι ερωτώμενοι πως τα πράσινα-οικολογικά προϊόντα είναι ακριβότερα.....	99
Διάγραμμα 24: Κατανομή συχνοτήτων για το αν πιστεύουν οι ερωτώμενοι πως όταν προτιμούν οικολογικά-πράσινα προϊόντα συνεισφέρουν θετικά στην προστασία του περιβάλλοντος.....	100
Διάγραμμα 25: Κατανομή συχνοτήτων για το όταν οι ερωτώμενοι αγοράζουν ένα προϊόν (π.χ. πλυντήριο, air condition) ενεργειακής κατανάλωσης A, το κάνουν καθώς.....	100
Διάγραμμα 26: Κατανομή συχνοτήτων σε τι επίπεδο πιστεύουν οι ερωτώμενοι ότι είναι πληροφόρηση για τα πράσινα-οικολογικά προϊόντα....	101
Διάγραμμα 27: Κατανομή συχνοτήτων για το αν τα οικολογικά-πράσινα προϊόντα που υπάρχουν στην αγορά καλύπτουν τις ανάγκες των ερωτηθέντων ώστε να μη χρησιμοποιούν συμβατά.....	101
Διάγραμμα 28: Κατανομή συχνοτήτων για το αν πιστεύουν οι ερωτηθέντες επιχειρήσεις πως οι επιχειρήσεις έχουν εντάξει στην στρατηγική τους τον παράγοντα του Φυσικού Περιβάλλοντος τα τελευταία χρόνια.....	102
Διάγραμμα 29: Κατανομή συχνοτήτων κατά πόσο οι επιχειρήσεις της έρευνας πιστεύουν ότι είναι αναγκαία να υπολογίζει η επιχείρηση το Φυσικό Περιβάλλον και να το ενσωματώνει στην στρατηγική της για δικό της όφελος.....	102
Διάγραμμα 30: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με το λόγο που οι επιχειρήσεις της έρευνας ότι αυξάνεται ενδιαφέρον για την προστασία του περιβάλλοντος από τις επιχειρήσεις.....	103
Διάγραμμα 31: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με το πόσο σημαντικά θεωρούν τα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης οι επιχειρήσεις της έρευνας.....	104
Διάγραμμα 32: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με το αν στις επιχειρήσεις της έρευνας η εφαρμογή λειτουργιών Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης αυξήθηκε τα τελευταία 3 χρόνια και αν θα αυξηθεί τα επόμενα 3 χρόνια.....	105
Διάγραμμα 33: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με λόγο για των οποίων οι επιχειρήσεις της έρευνας εφαρμόζουν τα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης.....	106
Διάγραμμα 34: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με το τι θεωρούν εμπόδιο οι επιχειρήσεις της έρευνας για την εφαρμογή Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης.....	107
Διάγραμμα 35: Κατανομή συχνοτήτων για την άποψη των επιχειρήσεων της έρευνας σχετικά με το αν θεωρούν ότι η Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη είναι ευθύνη των επιχειρήσεων ή του κράτους ώστε να υπάρχει ένα είδος έλεγχου.....	108
Διάγραμμα 36: Κατανομή συχνοτήτων για αν οι επιχειρήσεις της έρευνας πιστεύουν ότι μια επιχείρηση που εφαρμόζει Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη μπορεί να δει έστω και μακροχρόνια κέρδη από αυτήν την στρατηγική.....	109
Διάγραμμα 37: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με αν οι επιχειρήσεις της έρευνας συμφωνούν στην άποψη ότι οι επιχειρήσεις είναι πολύ	

απασχολημένες και έχουν σημαντικότερα προβλήματα από το να εφαρμόζουν Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη στην στρατηγική τους	110
Διάγραμμα 38: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με αν οι επιχειρήσεις της έρευνας συμφωνούν στην άποψη ότι η Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη είναι μόνο για υγιείς-κερδοφόρες επιχειρήσεις καθώς και για μεγάλου μεγέθους αφού τα κόστη απομακρύνουν τους υπόλοιπους.....	110
Διάγραμμα 39: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με αν οι επιχειρήσεις της έρευνας συμφωνούν στην άποψη ότι η Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη είναι απαραίτητη για την προστασία του περιβάλλοντος καθώς έχει προληπτικό χαρακτήρα σε αντίθεση με τους νόμους που στο μεγαλύτερο ποσοστό τους έχουν κατασταλτικό χαρακτήρα για την προστασία του περιβάλλοντος.....	111
Διάγραμμα 40: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με αν οι επιχειρήσεις της έρευνας συμφωνούν στην άποψη ότι θα μπορούσε μια επιχείρηση να καταστραφεί από τους νόμους-πρόστιμα στην περίπτωση που δεν έχει εντάξει στην στρατηγική της την προστασία του περιβάλλοντος.....	112
Διάγραμμα 41: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με το αν πιστεύουν οι επιχειρήσεις της έρευνας ότι θα έπρεπε να υπάρχει από το κράτος ένα σύστημα επιβράβευσης των περιβαλλοντικά ηθικών επιχειρήσεων.....	113
Διάγραμμα 42: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με αν οι επιχειρήσεις της έρευνας συμφωνούν στην άποψη ότι αν υπήρχε από το κράτος ένα σύστημα επιβράβευσης θα ωθούσε τις εταιρείες ώστε να ενσωματώσουν στην στρατηγική τους την προστασία του περιβάλλοντος.....	113
Διάγραμμα 43: Κατανομή συχνοτήτων για το αν οι επιχειρήσεις της έρευνας θεωρούν ότι θα μπορούσε ο παράγοντας περιβάλλον και μια σωστή στρατηγική που θα τον περιλαμβάνει να δράσει ως μοχλός ανάπτυξης για τις επιχειρήσεις.....	114
Διάγραμμα 44: Κατανομή συχνοτήτων αν οι επιχειρήσεις της έρευνας θεωρούν ότι θα μπορούσε η εφαρμογή της Εταιρικής Περιβαλλοντικής Ευθύνης από μια επιχείρηση να δημιουργήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.....	114
Διάγραμμα 45: Κατανομή συχνοτήτων για το ποια από τα ενδιαφερόμενα μέρη θεωρούν οι επιχειρήσεις της έρευνας ότι πιέζει σε μια επιχείρηση προκειμένου να εφαρμοστεί Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη από μια επιχείρηση.....	115
Διάγραμμα 46: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με το που θεωρούν οι επιχειρήσεις της έρευνας ότι συμβάλουν οι Πρακτικές της Εταιρικής Περιβαλλοντικής Ευθύνης.	117
Διάγραμμα 47: Κατανομή συχνοτήτων από ποιους παράγοντες θεωρούν οι επιχειρήσεις της έρευνας ότι ενθαρρύνονται οι δράσεις Εταιρικής Περιβαλλοντικής Ευθύνης ενθαρρύνεται από του παράγοντες	119

Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 1: Προφίλ των επιχειρήσεων της έρευνας.....	87
Πίνακας 2: Κατανομή συχνοτήτων με την άποψη των ερωτηθέντων σχετικά με το ποιος έχει ευθύνη για την μόλυνση του περιβάλλοντος.....	89
Πίνακας 3: Κατανομή συχνοτήτων με την άποψη των ερωτηθέντων σχετικά με το ποιος πως έχει ευθύνη για την προστασία του περιβάλλοντος.....	89
Πίνακας 4: Κατανομή συχνοτήτων γιατί θεωρούν οι ερωτηθέντες ότι οι επιχειρήσεις κινούνται προς την κατεύθυνση να προστατεύουν το περιβάλλον.....	93
Πίνακας 5: Κατανομή συχνοτήτων για το αν θεωρούν οι ερωτηθέντες πως μια τέτοια συμπεριφορά ακολουθείται από μικρομεσαίες ή μεγάλες επιχειρήσεις.....	94
Πίνακας 6: Κατανομή συχνοτήτων για το όταν οι ερωτώμενοι αγοράζουν ένα προϊόν (π.χ. πλυντήριο, air condition) ενεργειακής κατανάλωσης A, το κάνουν για προσωπικό τους όφελος ή για την προστασία του περιβάλλοντος.....	100
Πίνακας 7: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με τον λόγο που πιστεύουν οι ερωτώμενοι ότι αυξάνεται το ενδιαφέρον για την προστασία του περιβάλλοντος από τις επιχειρήσεις.....	103
Πίνακας 8: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με το αν στις επιχειρήσεις της έρευνας η εφαρμογή λειτουργιών Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης αν αυξήθηκε τα τελευταία 3 χρόνια και αν θα αυξηθεί τα επόμενα 3 χρόνια από τις επιχειρήσεις της έρευνας.....	105
Πίνακας 9: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με λόγο για των οποίων η επιχείρησης της έρευνας εφαρμόζουν τα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης.....	106
Πίνακας 10: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με το τι θεωρούν εμπόδιο οι επιχειρήσεις της έρευνας για την εφαρμογή Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης.....	108
Πίνακας 11: Κατανομή συχνοτήτων για την άποψη των επιχειρήσεων της έρευνας σχετικά με αν θεωρούν ότι η Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη είναι ευθύνη των επιχειρήσεων ή του κράτους ώστε να υπάρχει ένα είδος έλεγχου.....	109
Πίνακας 12: Κατανομή συχνοτήτων για το ποια από τα ενδιαφερόμενα μέρη θεωρούν οι επιχειρήσεις της έρευνας ότι πιέζει σε μια επιχείρηση προκειμένου να εφαρμοστεί Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη από μια επιχείρηση.....	115
Πίνακας 13: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με το που θεωρούν οι επιχειρήσεις της έρευνας ότι συμβάλουν οι Πρακτικές της Εταιρικής Περιβαλλοντικής Ευθύνης.	117
Πίνακας 14: Κατανομή συχνοτήτων από ποιους παράγοντες θεωρούν οι επιχειρήσεις της έρευνας ότι ενθαρρύνονται οι δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης-Περιβαλλοντικής Ευθύνης ενθαρρύνεται από του παράγοντες.....	119

Κατάλογος Εικόνων

Εικόνα 1: Το Σήμα Πιστοποίησης EMAS, Eco Management and Audit Scheme.....	54
Εικόνα 2: Οικολογικό Σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης.....	55

Κατάλογος Συντομογραφιών

A.Π.Ε. :	Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας
E.Ε.:	Ευρωπαϊκή Ένωση
E.Κ.Ε.:	Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη
E.Π.Ε.:	Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη
E.Ο.Κ.:	Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα
M.Π.Ε.:	Μελέτη Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων
M.Κ.Ο.:	Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις
M.Μ.Ε.:	Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης
Σ.Π.Δ.:	Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης
ΣΥ.Γ.Α.Π.Ε.Ζ.:	Συντονιστικό Γραφείο Αντιμετώπισης Περιβαλλοντικών Ζημιών
Υ.Π.Ε.Κ.Α.:	Υπουργείο Περιβάλλοντος Ενέργειας και Κλιματικής Αλλαγής
E.M.A.S.:	Eco Management and Audit Scheme
M.W.:	Mega Watt
I.S.O.:	International Organization for Standardization
S.W.O.T. :	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats

Εισαγωγή

Στις αρχές της δεκαετίας του 1970 άρχισαν να εμφανίζονται τα πρώτα περιβαλλοντικά θέματα, όπως η κλιματική αλλαγή, η τρύπα του όζοντος η διαταραχή της βιοποικιλότητας, ήταν εκείνη την περίοδο που ο κόσμος ξεκίνησε να αντιλαμβάνεται ότι θα πρέπει να τεθούν όρια στην οικονομική ανάπτυξη τα οποία ξεκίνησε να τα προσδιορίζει το ίδιο το περιβάλλον με την αντίδραση του.

Παράλληλα με την εμφάνιση των περιβαλλοντικών θεμάτων αφυπνίστηκαν και οι κοινωνίες οι οποίες ξεκίνησαν να προβληματίζονται για μια σειρά περιβαλλοντικών ζητημάτων που ανέκυψαν έντονα εκείνη την περίοδο. Η αφύπνιση αυτή είχε ως αποτέλεσμα οι κοινωνίες να αρχίζουν να ζητούν συνεπώς και να πιέζουν για την θέσπιση νόμων για την προστασία του περιβάλλοντος καθώς και τις επιχειρήσεις να το σέβονται.

Οι επιχειρήσεις θεωρούσαν μέχρι εκείνη την στιγμή ότι το φυσικό περιβάλλον δεν έχει λόγο να υπολογίζεται από αυτές και ότι οι φυσικοί πόροι θα συνεχίζουν να είναι διαθέσιμοι χωρίς σοβαρά προβλήματα, μετά τα πρώτα περιβαλλοντικά θέματα όμως, τους δόθηκε να καταλάβουν ότι δεν ήταν χρονικά μακριά η στιγμή που οι αλλαγές του περιβάλλοντος θα επηρεάσουν και τις ίδιες.

Ήταν η περίοδος που οι επιχειρήσεις θα έπρεπε να συνειδητοποιήσουν ότι δεν λειτουργούν ως μια ξεχωριστή οντότητα, αντιθέτως συνυπάρχουν σε ένα ευρύτερο φυσικό, κοινωνικό, οικονομικό κ.λ.π. περιβάλλον και ότι αυτά επηρεάζονται αλλά και επηρεάζουν την επιχείρηση, ως αποτέλεσμα να δημιουργούνται σχέσεις αλληλεξάρτησης μεταξύ τους. Οι επιχειρήσεις έπρεπε να αφουγκραστούν τα προβλήματα του Φυσικού Περιβάλλοντος και της κοινωνίας που συνδέεται άμεσα με αυτό και να καταλάβουν ότι η σχέση τους με το περιβάλλον δεν μπορεί να είναι παρά συμβιωτική.

Έτσι οι επιχειρήσεις άρχισαν να συνειδητοποιούν ότι έχουν ευθύνη απέναντι στο περιβάλλον και την κοινωνία, ότι θα πρέπει να βελτιωθεί η σχέση τους με το περιβάλλον, πως δεν μπορεί να μην υπολογίζεται από αυτές και ότι η εξέλιξη αυτή θα μπορούσε να έχει θετικά αποτελέσματα και για τα δυο μέρη.

Οι προσπάθειες λοιπόν ξεκίνησαν περίπου πριν 40 χρόνια, το θεσμικό πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την προστασία του περιβάλλοντος άρχισε να δομείται με στόχο να θεωρηθεί πρότυπο για τον υπόλοιπο πλανήτη, και πράγματι η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει δημιουργήσει ένα σύγχρονο σύστημα για την περιβαλλοντική νομοθεσία και θεωρείται ηγέτιδα στις προσπάθειες για την προστασία του Φυσικού Περιβάλλοντος.

Οι αλλαγές του περιβάλλοντος όμως έγιναν χρόνια με τα χρόνια ακόμη πιο έντονες με πολλούς να υποστηρίζουν ότι η θέσπιση νόμων δεν αρκούσε για την προστασία του περιβάλλοντος και ότι θα έπρεπε σύντομα οι επιχειρήσεις να την εντάξουν την στρατηγική τους ως κύριο στόχο προκειμένου να συνυπάρξει μια ολοκληρωμένη προσπάθεια. Μη αφήνουμε ανυπολόγιστο το δεδομένο ότι ένα μεγάλο μερίδιο ευθύνης για την επιβάρυνση του

περιβάλλοντος έχουν οι επιχειρήσεις και ειδικά αυτές που δραστηριοποιούνται στον τομέα της βιομηχανίας.

Οι επιχειρήσεις ενώ συμφώνησαν ότι οι αλλαγές του περιβάλλοντος θα είναι από τα μεγαλύτερα προβλήματα που θα έχουν να αντιμετωπίσουν έμειναν για πολλά χρόνια στάσιμες προσπαθώντας να ακολουθήσουν τις οδηγίες της κρατικής πολιτικής, ακόμη επικρατούσε για χρόνια η λογική των επιχειρήσεων ότι το φυσικό περιβάλλον δεν έχει λόγο ύπαρξης στην στρατηγική των επιχειρήσεων και ότι ο μόνος σκοπός της επιχείρησης είναι η μεγιστοποίηση του κέρδους και να προσπαθεί για την οικονομική της ανάπτυξη. Από την άλλη η πολύπλοκη διαδικασία προσαρμογής τα υψηλά κόστη αλλά και οι λιμνάζουσα κουλτούρα που επικρατούσε εντός των επιχειρήσεων ήταν αυτά που επηρέασαν προκειμένου οι επιχειρήσεις να αργήσουν να αντιδράσουν για την προσαρμογή τους στις αλλαγές και την προστασία του περιβάλλοντος.

Τις τελευταίες δυο δεκαετίες θα μπορούσαμε να πούμε ότι υπάρχει μια αξιόλογη κινητικότητα από την πλευρά των επιχειρήσεων προκειμένου να ξεπεράσουν τα όρια που ορίζουν τα κράτη μέσα από τους νόμους και να δράσουν με σημαντικές προσπάθειες. Ηγέτιδες επιχειρήσεις που είχαν την ικανότητα να διαθέσουν κεφάλαια από τα κέρδη τους για την προσαρμογή τους στις αλλαγές του περιβάλλοντος ήταν αυτές που έκαναν την αρχή με αποτέλεσμα το σύγχρονο ανταγωνιστικό περιβάλλον να δώσει ώθηση προκειμένου πολλές να ακολουθήσουν αυτόν τον δρόμο, τον δρόμο μιας νέας στρατηγικής που θα είχε βασικό παράγοντα να κρίνει τα νέα δεδομένα που έρχονταν από τις αλλαγές του περιβάλλοντος και ταυτόχρονα να εντάξει σε αυτήν μια πραγματικά φιλοπεριβαλλοντική στρατηγική.

Έτσι ξεκίνησαν όχι μόνο να ενδιαφέρονται για την προστασία του περιβάλλοντος ή να συμμορφώνονται με την νομοθεσία για την αποφυγή προστίμων αλλά δραστηριοποιήθηκαν προς την κατεύθυνση αυτή καθώς είδαν ότι μπορούν να έχουν θετικά αποτελέσματα όπως μείωση του κόστους, εξοικονόμηση ενέργειας, νερού, πρώτων υλών ενώ πέρα από τα οικονομικά οφέλη εκτίμησαν σημαντικά ότι μπορούν να βελτιώσουν την εικόνα τους στην αγορά αλλά και να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Στην στροφή αυτή των επιχειρήσεων συνέβαλε σημαντικά και η αλλαγή νοοτροπίας και ευαισθητοποίησης της κοινωνίας και των καταναλωτών που άρχισαν να δείχνουν μια ιδιαίτερη ανάγκη να γνωρίζουν ότι οι λειτουργίες των επιχειρήσεων συνάδουν με την προστασία του περιβάλλοντος και ότι σε καμία περίπτωση δεν προκαλούν αρνητικές επιπτώσεις σε αυτό. Η ανάγκη αυτή ήταν από τους σημαντικότερους παράγοντες προκειμένου να γνωστοποιήσει στις επιχειρήσεις ότι ο παράγοντας Φυσικό Περιβάλλον έχει μια παράπλευρη αξία και θα πρέπει σύντομα να υπολογίζεται με σοβαρότητα από αυτές.

Οι επιχειρήσεις πέρα από την ανάγκη να προσαρμοστούν στις αλλαγές του περιβάλλοντος για να θωρακίσουν την δική τους οντότητα αλλά και να προσπαθούν να προστατεύουν το περιβάλλον προκειμένου να μειώσουν τις επιπτώσεις τους από αυτό σε συνδυασμό με την υποχρέωση να λειτουργούν εντός αυτών που ορίζει το θεσμικό πλαίσιο, αναγνώρισαν ότι θα πρέπει να ανταποκριθούν και στις ανάγκες της κοινωνίας και των καταναλωτών για μια

προώθηση ενός περιβαλλοντικού προφίλ, ένα προφίλ που θα έπαιζε σύντομα καθοριστικό παράγοντα για την ανταγωνιστική αξία της επιχείρησης ενώ δεν άργησαν να εμφανιστούν μέσα από την ανάγκη της κοινωνίας και τα πρώτα πράσινα προϊόντα, προϊόντα που θα είχαν παραχθεί κάτω από φιλοπεριβαλλοντικές συνθήκες και που η χρήση τους δεν θα είχε επιβάρυνση στο περιβάλλον.

Αυτό ήταν και η αρχή για μια συνολική αλλαγή στην στρατηγική των επιχειρήσεων καθώς η κάλυψη των αναγκών της κοινωνίας και των καταναλωτών συνδέονται άμεσα με την οικονομική τους ανάπτυξη.

Στις μέρες μας όμως φαντάζει όσο ποτέ αναγκαία η προστασία του περιβάλλοντος τόσο από την κοινωνία και την κρατική πολιτική αλλά και για τις επιχειρήσεις για την βιωσιμότητα τους. Έχουν περάσει αρκετά χρόνια που το Φυσικό Περιβάλλον μας έχει δείξει τις προθέσεις του και σίγουρα δεν χωράει καμία αναβολή για την προστασία του.

Έχει απορριφθεί από τις επιχειρήσεις η λογική να μην υπολογίζουν το περιβάλλον και ειδικά οι βιομηχανικές επιχειρήσεις που το μεγαλύτερο μέρος του υφιστάμενου θεσμικού πλαισίου έχει δημιουργηθεί για αυτές έχουν αποδεχτεί ότι η σχέση τους με το περιβάλλον πρέπει να είναι αλληλένδετη με την ανάπτυξη τους, έτσι προσπαθούν να ακολουθήσουν τις τάσεις που έχουν δημιουργηθεί προκειμένου όχι μόνο να μην θέσουν σε κίνδυνο την λειτουργία τους αλλά να προσπαθήσουν μέσα από αυτές τις αλλαγές να θέσουν στόχους για την δική του ανάπτυξη.

Μέσα από αυτά που αναφέρθηκαν έρχεται να τοποθετηθεί και ο σκοπός της παρούσας εργασίας, βάσει του οποίου αφού εξετάσουμε την σκοπιά πως θα επηρεάσουν οι αλλαγές του Φυσικού Περιβάλλοντος τις επιχειρήσεις, αλλά και πως θα επιτευχτεί η καλύτερη προσαρμογή των επιχειρήσεων, θα προσπαθήσουμε να αποδείξουμε τόσο στο θεωρητικό κομμάτι όσο και στην έρευνα που πραγματοποιείται στο δεύτερο μέρος, την αναγκαιότητα που υπάρχει οι επιχειρήσεις να εντάξουν το φυσικό περιβάλλον στην στρατηγική τους προκειμένου να θωρακίσουν την βιωσιμότητα τους αλλά και να μπορέσουν μέσα από αυτό να αδράξουν την ευκαιρία να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και οικονομική ανάπτυξη.

Έτσι διαμορφώνεται και η δομή της παρούσας εργασίας:

Με το πρώτο μέρος να προσεγγίζει θεωρητικά το θέμα της εργασίας προκειμένου να γνωστοποιήσουμε στον αναγνώστη τι πραγματικά σημαίνει μια επιχείρηση να συμπεριλάβει στην στρατηγική της το Φυσικό Περιβάλλον.

Αρχίζοντας με το πρώτο κεφάλαιο να προσπαθούμε να αποτυπώσουμε το θεσμικό πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την προστασία του περιβάλλοντος το οποίο έχει δομηθεί προκειμένου να συμμορφώνονται οι επιχειρήσεις.

Αφού θέσουμε τα όρια και τις δυνατότητες του θεσμικού πλαισίου συνεχίζουμε με το δεύτερο κεφάλαιο το οποίο μας εισάγει στην Περιβαλλοντική προστασία

ως παράγοντας ανάπτυξης της στρατηγικής των επιχειρήσεων, όπου θα αναλυθούν οι πιέσεις που ασκούνται σε μια επιχείρηση για να σέβεται το περιβάλλον αλλά και την ανάγκη τόσο από την επιχειρηματική όσο και την περιβαλλοντική πλευρά. Στο ίδιο κεφάλαιο θα αναλύσουμε το εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης το οποίο παίζει καθοριστικό ρόλο για την αλλαγή στρατηγικής ενώ στην συνέχεια θα αναλύσουμε τι μπορεί να περιλαμβάνει μια νέα στρατηγική φιλική προς το περιβάλλον.

Έπειτα στο τρίτο κεφάλαιο θα περάσουμε στην μεγαλύτερη προσπάθεια αλλαγής στρατηγικής των επιχειρήσεων η οποία είναι η εφαρμογή Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης. Ενώ θα γίνει αναφορά και στο οικολογικό σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Αφού ορίσουμε τι είναι τα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης θα προχωρήσουμε στην εφαρμογή τους από τις επιχειρήσεις αναφέροντας τις δυσκολίες αλλά και τα οφέλη μέσα από αυτά.

Σε συνέχεια των προηγούμενων κεφαλαίων τοποθετήθηκε το τέταρτο κεφάλαιο όπου θα αποτυπωθεί η εισαγωγή του Φυσικού Περιβάλλοντος ως παράγοντας στην ανάλυση SWOT, ένα καθαρά επιχειρηματικό εργαλείο το οποίο όμως προστάζει αναγκαίο σε κάθε νέα στρατηγική που θέλει να εφαρμόσει η επιχείρηση. Μέσα από το κεφάλαιο αυτό θα θέσουμε τις δυνατότητες του εσωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης που θα πρέπει να κρίνει προκειμένου να κατανοήσει αν είναι έτοιμη για μια νέα στρατηγική ενώ θα αναφερθούν η ευκαιρίες και οι απειλές που μπορεί να φέρουν οι αλλαγές του περιβάλλοντος σε μια επιχείρηση.

Ενώ στο πέμπτο κεφάλαιο αναφέρεται η διευρυμένη έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης εστιάζοντας στην Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη και τα οφέλη που μπορεί να έχει μια επιχείρηση από την εφαρμογή της προκειμένου να την βοηθήσουν στην ανάπτυξη της.

Μετά το θεωρητικό μέρος περνάμε στο δεύτερο μέρος, το μέρος της έρευνας η οποία χωρίζεται σε δύο κυρίως κομμάτια, το πρώτο άφορα την έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε 200 ερωτηθέντες με σκοπό να λάβουμε την γνώμη τους για την προστασία του περιβάλλοντος και τις επιχειρήσεις, ενώ το δεύτερο κομμάτι αφορά την έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε 11 βιομηχανικές επιχειρήσεις, παράλληλα στα πλαίσια της έρευνας λάβαμε και την άποψη της κρατικής πολιτικής μέσα από επικοινωνία με εκπρόσωπο του Υπουργείου Περιβάλλοντος Ενέργειας και Κλιματικής Αλλαγής.

Το ερευνητικό μέρος διαμορφώνεται με το έκτο κεφάλαιο να μας εισάγει στα βασικά στοιχεία της έρευνας, όπως ο σκοπός για τον οποίο πραγματοποιήθηκε, η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε καθώς και το προφίλ τόσο των 200 ερωτηθέντων όσο και των 11 βιομηχανικών επιχειρήσεων. Ενώ γνωστοποιείται ο εκπρόσωπος στο Υπουργείου Περιβάλλοντος Ενέργειας και Κλιματικής Αλλαγής και ο τρόπος προσέγγισης και επικοινωνίας μαζί του.

Στο κεφάλαιο 7 συναντάμε το κύριο κομμάτι της έρευνας μέσα από τα αποτελέσματα καθώς και την ανάλυση τους. Στην αρχή αναλύονται τα αποτελέσματα των 200 ερωτηθέντων μέσα από την κοινωνία ενώ στην

συνέχεια αναλύονται τα αποτελέσματα των επιχειρήσεων, ταυτόχρονα με την ανάπτυξη αυτών αποτυπώνεται και η άποψη της κρατικής πολιτικής στις ερωτήσεις όπου εμπλέκεται το κράτος.

Στην έρευνα επιχειρείτε να απαντηθούν, ερωτήσεις και απορίες που δημιουργήθηκαν κατά την διάρκεια του θεωρητικού μέρους, ενώ γίνεται προσπάθεια να εξακριβωθεί αν τελικά μια νέα στρατηγική των επιχειρήσεων που θα περιλαμβάνει την μεταβλητή της προστασίας του φυσικού περιβάλλοντος μπορεί να λειτουργήσει ως μοχλός ανάπτυξης και ενίσχυσης των θέσεων τους στην αγορά.

Σίγουρα η δυνατότητα μιας διπλωματικής εργασίας δεν είναι τέτοια ώστε να μπορέσουμε να εντυφήσουμε σε όλο το φάσμα των αλλαγών που μπορεί να επιφέρει μια νέα στρατηγική με γνώμονα την προστασία του περιβάλλοντος, όπως θα μπορούσαν να ήταν οι αλλαγές στην εφοδιαστική αλυσίδα, το πράσινο μάρκετινγκ κ.α. αλλά θα επικεντρωθούμε σε αυτά που είναι ιδιαίτερης σημασίας και είναι ο πρωταρχικός σκοπός όταν μια επιχείρηση ακολουθεί μια τέτοια στρατηγική καθώς και σε αυτά που συνδέονται με την ανάγκη υπακοής στους νόμους.

Η εξέχουσα σημασία που κατέχει στις μέρες μας το θέμα των αλλαγών του περιβάλλοντος στις ατζέντες τόσο της Ευρωπαϊκής Ένωσης και των κρατών της όσο και των επιχειρήσεων ήταν το κύριο έναυσμα για την διερεύνηση του συγκεκριμένου θέματος. Πολύ σημαντικό ρόλο έπαιξε ακόμη ότι με βάση τις αρχικές μου σπουδές ήθελα να συνδυάσω και το μεταπτυχιακές μου σπουδές, κάτι το οποίο με ώθησε ακόμη πιο πολύ καθώς μέσα από τις δεύτερες συνειδητοποίησα την σημαντικότητα του θέματος το οποίο αφορά τις επιχειρήσεις και δεν μπορούσα να καταλάβω πως τα βιβλία που είχα διδακτεί προπτυχιακά στην στρατηγική των επιχειρήσεων αγνοούσαν το φυσικό περιβάλλον ως παράγοντα επίδρασης των επιχειρήσεων. Στην συνέχεια βέβαια μου γνωστοποιήθηκε μέσα από έρευνα μου ότι η υπάρχουσα βιβλιογραφία είναι πραγματικά ελλιπής για ένα τόσο μεγάλο θέμα και έτσι αποφάσισα πως αυτό θα διερευνήσω και θα είναι η διπλωματική μου.

Η εργασία συνοδεύεται από παραρτήματα το οποία περιλαμβάνουν τα ερωτηματολόγια που χρησιμοποιήθηκαν για την έρευνα.

Θεωρητικό Μέρος



Κεφάλαιο 1: Οι βασικοί άξονες του ευρωπαϊκού θεσμικού πλαισίου στην προστασία του περιβάλλοντος και η επίδραση τους στις επιχειρήσεις

Κεφάλαιο 2: Η περιβαλλοντική προστασία ως παράγοντας ανάπτυξης της στρατηγικής των επιχειρήσεων

Κεφάλαιο 3: Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης

Κεφάλαιο 4: Το Φυσικό Περιβάλλον στην Ανάλυση SWOT

Κεφάλαιο 5: Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη-Περιβαλλοντική Ευθύνη

Κεφάλαιο 1

Οι Βασικοί Άξονες του Ευρωπαϊκού Θεσμικού Πλαισίου στην Προστασία του Περιβάλλοντος και η Επίδραση τους στις Επιχειρήσεις.

Σαν πρώτο κεφάλαιο στην παρούσα εργασία θεωρήθηκε απαραίτητο να αποτυπωθεί το Ευρωπαϊκό Θεσμικό Πλαίσιο για την προστασία του περιβάλλοντος που επιδρά στις επιχειρήσεις. Είναι καίριας σημασίας να αποτυπώσουμε τις προσπάθειες της Ευρωπαϊκής Ένωσης της οποίας η περιβαλλοντική νομοθεσία θεωρείται ίσως η πιο ολοκληρωμένη σε παγκόσμιο επίπεδο. Έτσι μέσα από το κεφάλαιο θα γνωρίσουμε τι ορίζει η Ε.Ε. ένωση για της επιχειρήσεις οι οποίες είναι υποχρεωμένες να προσαρμόζονται και να υπακούν ώστε να βάλουμε τις βάσεις ποια είναι τα όρια της ισχύουσας περιβαλλοντικής νομοθεσίας που θα πρέπει να τηρούν οι επιχειρήσεις και τότε η περιβαλλοντική στρατηγική των επιχειρήσεων ξεπερνάει τα πρέπει και η επιχείρηση συμπεριφέρεται με περιβαλλοντική ηθική.

Από τα δεδομένα που προκύπτουν από την αξιολόγηση της σημερινής πραγματικότητας παρατηρείτε πως η μακροχρόνια και βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη δεν είναι δυνατόν να επιτευχθεί αν τα κράτη, και πιο συγκεκριμένα οι επιχειρήσεις, αγνοούν μια πολύ σημαντική παράμετρο, το περιβάλλον. Η άμεση και δραστήρια αντιμετώπιση των προβλημάτων που δημιουργούνται από την εκμετάλλευση του περιβάλλοντος κρίνεται αναγκαία και επείγουσα.

Αποτελεσματικά, λόγω του βαθμού της σοβαρότητας του θέματος αλλά και την ίδια στιγμή, της ανάγκης αλληλοσυσχέτισης της βιώσιμης οικονομικής ανάπτυξης και της περιβαλλοντικής πολιτικής, τα θεσμοθετημένα όργανα των σύγχρονων κοινωνιών έχουν προχωρήσει στη δημιουργία ενός συγκεκριμένου θεσμικού πλαισίου το οποίο υπαγορεύει τις βασικές αρχές σχετικά με την προστασίας του περιβάλλοντος και αναφορικά με τη λειτουργία των επιχειρήσεων¹.

Αναφορικά με τις πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η πολιτική για την προστασία του περιβάλλοντος ξεκίνησε ουσιαστικά με τη Σύνοδο κορυφής των Παρισίων το 1974². Η προστασία του περιβάλλοντος καθώς και η ενσωμάτωσή του στις επιμέρους πολιτικές είναι μια βασική υποχρέωση των κρατών - μελών., βάσει του άρθρου 2 της συνθήκης για την ίδρυση της Ευρωπαϊκής Κοινότητας. Επιπλέον, στο άρθρο 6 της συνθήκης, ορίζεται ότι «οι απαιτήσεις της περιβαλλοντικής προστασίας πρέπει να

¹ Τσάλτας Γ. Ι. & Πλατιάς Χ., (2010), Ευρωπαϊκή Ένωση και Περιβάλλον «L' Union Européenne et L' Environnement: Anatomie D' Une Politique Européenne Commune Ανατομία μιας κοινής ευρωπαϊκής πολιτικής», Ι. Σιδέρης, Αθήνα

² Μαραβέγια Ν. & Τσινισιζέλη Μ., (1995), «Ολοκλήρωση της Ευρωπαϊκής Ένωσης», Θεμέλιο, Αθήνα

ενταχθούν στον καθορισμό και την εφαρμογή των κοινοτικών - πολιτικών δράσεων».

Υπάρχουν διάφοροι λόγοι για τους οποίους η περιβαλλοντική νομοθεσία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Ε.Ε.) αποτελεί ένα θέμα ιδιαίτερα ενδιαφέρον για τη διεθνή περιβαλλοντική νομοθεσία. Πρώτα απ' όλα, η Ε.Ε. αποτελεί έναν εξέχοντα διεθνή παράγοντα, που προληπτικά ασχολείται με την ανάπτυξη και εφαρμογή του διεθνούς δικαίου για το περιβάλλον. Η Ε.Ε. είναι συμβαλλόμενο μέρος σε πάνω 40 πολυμερείς περιβαλλοντικές συμφωνίες. Το γεγονός αυτό απαιτεί αλλαγές όσον αφορά στη διεθνή νομοθεσία και την εφαρμογή της, για να μπορέσει η Ε.Ε. να λειτουργήσει ως Οργανισμός Περιφερειακής Οικονομικής Ολοκλήρωσης και να συμμετάσχει συμμετάσχουν πιο αποτελεσματικά σε διεθνές επίπεδο, ενδεχομένως ανοίγοντας το δρόμο και για άλλους περιφερειακούς οργανισμούς να πράξουν το ίδιο στο μέλλον. Επιπλέον, η περιβαλλοντική νομοθεσία της Ε.Ε. είναι το πιο εξελιγμένο παράδειγμα ενός περιφερειακού καθεστώτος του διεθνούς δικαίου για το περιβάλλον, που μπορεί να αποτελέσει την έμπνευση, όσον αφορά και σε άλλους τομείς, για την ίδρυση των συμφωνιών του ελεύθερου εμπορίου³.

Αναφορικά με την διαδικασία της εξέλιξης του περιβαλλοντικού νόμου της Ε.Ε., πραγματοποιώντας μια αναδρομή, καταλήγουμε στο συμπέρασμα πως η εξελικτική πορεία του περιβαλλοντικού νόμου της Ε.Ε. φαίνεται μέσα από επιτυχής φάσεις που χαρακτηρίζονται από την η έναρξη ισχύος των Συνθηκών που είναι υπεύθυνες για τη σύσταση και τη ρύθμιση της Ε.Ε. ⁴ Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι η Ε.Ε. μπορεί να ενεργήσει μόνο, τόσο εξωτερικά όσο και εσωτερικά, εντός των ορίων των αρμοδιοτήτων που τις ανατίθενται από τις Συνθήκες και προς τους στόχους που της έχουν ανατεθεί. Ενώ οι εξελίξεις στη Συνθήκη είναι σίγουρα βασικά στοιχεία όσον αφορά στην εξέλιξη της περιβαλλοντικής νομοθεσίας της Ε.Ε., πρέπει επίσης να ληφθούν υπόψη και άλλοι σημαίνοντες παράγοντες. Συγκεκριμένα, η επίδραση των ταυτόχρονων εξελίξεων σε επίπεδο διεθνούς περιβαλλοντικού δικαίου και των διαφορετικών οικονομικών συνθηκών και των νόμων του περιβάλλοντος των νέων κρατών – μελών.

Αναλυτικότερα, η πορεία της ρύθμισης των περιβαλλοντικών νόμων της Ε.Ε. ακολουθεί τρία στάδια τα οποία παρατίθενται συνοπτικά παρακάτω:⁵

- Πρώτη Φάση (1958-1972): Γέννηση της ΕΟΚ και "βοηθητικές" δράσεις για το περιβάλλον,

³ Morgera E., (2010), "Introduction to European Environmental Law from an International Environmental Law Perspective", University of Edinburgh, School of Law, Working Paper, Series No 2010/37

⁴ Morgera E., 2010 ο.π.

⁵ Morgera E., 2010 ο.π.

- Δεύτερη φάση (1972-1987): Ανάδειξη της Περιβαλλοντικής Πολιτικής ΕΟΚ
- Τρίτη Φάση (1987-1993): Μια ρητή νομική βάση για την περιβαλλοντική πολιτική της ΕΟΚ
- Πέμπτη φάση (1997-2008): Βιώσιμη ανάπτυξη στην Ε.Ε.
- Το παρόν: Η διεθνής σημασία της περιβαλλοντικής νομοθεσίας της Ε.Ε.

Πλέον, αποτελεί γεγονός πως η περιβαλλοντική νομοθεσία της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι ένα από τα πιο δυναμικά αλλά και σύγχρονα συστήματα, σε παγκόσμιο επίπεδο, αναφορικά με την προστασία του περιβάλλοντος. Υποχρέωση της κάθε χώρας και συνεπώς και της χώρας μας είναι να ενσωματώνει στο εθνικό της δίκαιο και να εφαρμόζει τις Ευρωπαϊκές Οδηγίες για την προστασία του περιβάλλοντος.

Όπως θα δούμε και παρακάτω, η περιβαλλοντική πολιτική που αναπτύσσει η Ε.Ε. αποτελεί ένα πολύ ενδιαφέρον αντικείμενο μελέτης, από τη μία πλευρά ως μια πιθανή πηγή έμπνευσης για τις άλλες χώρες και διεθνείς οργανισμούς αλλά και από την άλλη, για τον αντίκτυπο που έχει στην ανάπτυξη και εφαρμογή της διεθνούς περιβαλλοντικής νομοθεσίας. Ο περιβαλλοντικός νόμος της Ε.Ε. υπήρξε ένα πεδίο δοκιμών για τις αρχές και τις καινοτόμες κανονιστικές τεχνικές, και χαρακτηρίζεται όλο και περισσότερο από περαιτέρω πειραματισμό, την αξιοποίηση της πολυφωνίας σε όλα τα κράτη μέλη, των διαφόρων επιπέδων διακυβέρνησης, καθώς και διαφόρων ομάδων ενδιαφερομένων⁶.

1.1. Διαχείριση Αποβλήτων

Στον τομέα της διαχείρισης των αποβλήτων εκδόθηκαν κοινοτικές ρυθμίσεις από το 1975. Η Οδηγία πλαίσιο 75/442 ορίζει την έννοια «απόβλητα» και προδιαγράφει γενικές υποχρεώσεις για την αντιμετώπισή τους (πρόληψη, ανακύκλωση)⁷. Τα απόβλητα πρέπει να διατίθενται χωρίς να βάζουν σε κίνδυνο την υγεία του ανθρώπου και χωρίς να βλάπτουν το περιβάλλον. Τα κράτη μέλη υποχρεούνται να εκπονούν προγράμματα για τη διάθεση των αποβλήτων που συγκεντρώνονται, να επισημαίνουν τους χώρους απόθεσης (χωματερές) και να θεσπίζουν τεχνικούς κανόνες για τη διάθεση των αποβλήτων⁸.

Μια άλλη Οδηγία πλαίσιο, η Οδηγία 78/319, αφορά 27 διαφορετικές ομάδες επικινδύνων και τοξικών αποβλήτων⁹. Καθορίζει την υποχρέωση

⁶ Morgera E., (2010) "Introduction to European Environmental Law from an International Environmental Law Perspective", University of Edinburgh, School of Law, Working Paper, Series No 2010/37

⁷ Οδηγία 75/442, ΕΕ 1975, αριθ. L 194, σ. 47.

⁸ Δελλής Γ., (1998), «Κοινοτικό Δίκαιο περιβάλλοντος: οι διαστάσεις της προστασίας του περιβάλλοντος στην κοινοτική έννομη τάξη», Αντ. Ν. Σάκκουλα, Αθήνα

⁹ Οδηγία 78/319, ΕΕ 1978, αριθ. L 84, σ. 43.

της διάθεσής τους χωρίς κίνδυνο για τον άνθρωπο και το περιβάλλον. Εισάγει την υποχρέωση έγκρισης εγκαταστάσεων για διάθεση ή συσσώρευση επικινδύνων αποβλήτων και ζητά την εκπόνηση και προώθηση προγραμμάτων για τη διάθεση επικινδύνων αποβλήτων¹⁰. Παρόλο που αυτή η Οδηγία περιλαμβάνει ήδη διατάξεις για τη μεταφορά επικινδύνων αποβλήτων, το 1984 εκδόθηκε η Οδηγία 84/631 για τη διασυνοριακή μεταφορά επικινδύνων αποβλήτων εντός της Κοινότητας¹¹ το 1986 συμπληρώθηκε, προκειμένου να περιλάβει επιπλέον και την εξαγωγή επικινδύνων αποβλήτων σε τρίτες χώρες¹².

Η Οδηγία 84/631 καθορίζει τις διαδικασίες συνοδευτικών εγγράφων και θεσπίζει όρους για τη μεταφορά και τη συσκευασία επικινδύνων αποβλήτων κατά τη μεταφορά τους. Μεταφορές επιτρέπεται να γίνονται μόνο όταν έχουν εγκριθεί από τη χώρα διαμετακόμισης (TRANSIT) και από τη χώρα παραλαβής, οι οποίες πρέπει να έχουν ενημερωθεί λεπτομερώς. Αν και η Οδηγία είναι σε ισχύ από τον Οκτώβριο 1985, δεν άρχισε να εφαρμόζεται παρά από το τέλος 1989.

Οι τρεις παραπάνω Οδηγίες πρόκειται να αναθεωρηθούν στο σύνολό τους. Όσον αφορά στην Οδηγία 75/442, το Συμβούλιο ήδη εξέδωσε την τροποποίησή της με την νέα Οδηγία 91/156¹³. Ωστόσο, η Επιτροπή προσέβαλε την πράξη αυτή στο Ευρωπαϊκό Δικαστήριο γιατί θεωρεί ότι η Οδηγία έπρεπε να έχει ως βάση το άρθρο 100 Α και όχι το άρθρο 130 Ρ¹⁴. Η απόφαση του Δικαστηρίου αναμένεται να εκδοθεί μέσα στο 1992. Η αναθεώρηση της Οδηγίας 78/319 επρόκειτο να ψηφιστεί αρχές 1992 με την ίδια πιθανόν διαφωνία σχετικά με τη νομική βάση. Τέλος, η αναθεώρηση της Οδηγίας 84/631, έχει σαν στόχο πριν από οτιδήποτε άλλο να εισαγάγει στον κοινοτικό χώρο τις διατάξεις της Συνθήκης της Βασιλείας σχετικά με τα επικίνδυνα απόβλητα¹⁵.

Αναφερόμενοι στις πιο πρόσφατες εξελίξεις βλέπουμε πως η Οδηγία πλαίσιο 2008/98/ΕΚ εγκρίθηκε στα πλαίσια υλοποίησης της Στρατηγικής για την πρόληψη της παραγωγής των αποβλήτων και την ανακύκλωση με στόχο να αποσαφηνίσει έννοιες όπως απόβλητο, διάθεση, αξιοποίηση, να ενισχύσει και να προωθήσει την πρόληψη της παραγωγής των απορριμμάτων, να εισάγει την έννοια της ανάλυσης κύκλου ζωής στη λήψη αποφάσεων για την διαχείρισή τους και να προωθήσει την ανάκτηση υλικών και ενέργειας.

¹⁰ Δούση Ε., (2001), «Η κοινοτική πολιτική περιβάλλοντος και η επίδρασή της στην περίπτωση της Ελλάδας», Παπαζήση, Αθήνα

¹¹ Οδηγία 84/631, ΕΕ 1984, αριθ. L 326, σ. 31.

¹² Οδηγία 86/279, ΕΕ 1986, αριθ. L 181, σ. 13.

¹³ Οδηγία 91/439, ΕΕ 1991, αριθ. L 78, σ. 32.

¹⁴ Υποθ. C 155/91, ΕΕ 1991, αριθ. C 189, σ. 12.

¹⁵ Δούση Ε., (2001), ο.π.

Η συγκεκριμένη Οδηγία καθορίζει πότε η αποτέφρωση των απορριμμάτων θεωρείται ανάκτηση και όχι διάθεση, σε συμφωνία και με τα έγγραφα αναφοράς των βέλτιστων διαθέσιμων τεχνικών για την αποτέφρωση των αποβλήτων (IPPC Directive) και θεσπίζει την ακόλουθη ιεράρχηση ως προτεραιότητα στη νομοθεσία και την πολιτική για τη διαχείριση των απορριμμάτων¹⁶:

- πρόληψη
- ανακύκλωση
- άλλου είδους ανάκτηση
- διάθεση.

Η συγκεκριμένη οδηγία, όπως μπορούμε εύκολα να συμπεράνουμε από τα προαναφερθέντα αναφέρεται στη θεμιτή λειτουργία των βιομηχανικών επιχειρήσεων όσον αφορά στα απόβλητα. Αναλυτικότερα, η οδηγία προβλέπει την δημοσίευση κατευθύνσεων για τα κριτήρια ταξινόμησης ενός αποβλήτου ως προϊόντος η όχι, καθώς και τη θέσπιση ποσοτικών στόχων πρόληψης της παραγωγής των απορριμμάτων από τα κράτη μέλη. Θέτει συγκεκριμένους ποσοτικούς στόχους για την αξιοποίηση των αποβλήτων από κατασκευές και κατεδαφίσεις (70% ως το 2020), ελάχιστο ποσοτικό στόχο ανακύκλωσης των οικιακών αποβλήτων (50% ως το 2020) και προϋποθέτει την ξεχωριστή συλλογή τουλάχιστον του χαρτιού, μετάλλου, πλαστικού και γυαλιού μέχρι το 2015¹⁷. Σχετικά με τη διαχείριση των βιοαποδομήσιμων αποβλήτων, προτείνει την ξεχωριστή συλλογή τους και τη διερεύνηση του πλαισίου διαχείρισής τους από την Επιτροπή.

1.2. Ενέργεια και Κλιματική Αλλαγή

Η επίτευξη μίας αποτελεσματικής ενεργειακής πολιτικής με προστασία του περιβάλλοντος αποτελεί συνάρτηση ποικίλων και περίπλοκων παραμέτρων. Θα πρέπει, κατ' αρχήν, να ρυθμιστούν τα τεχνικού/τεχνολογικού γι' αυτό και δύσπλαστου περιεχομένου θέματα που καθ' οιονδήποτε τρόπο σχετίζονται με τους διάφορους κινδύνους για το περιβάλλον¹⁸.

Η ρύθμιση των θεμάτων αυτών προϋποθέτει μεταξύ άλλων και την εκπόνηση και εφαρμογή πολλών σταθεροτύπων ασφάλειας, ποιότητας και αποτελεσματικότητας του περιβαλλοντικού αγαθού ή του εφαρμοζόμενου

¹⁶ Επίσημη ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, europa.eu/legislation_summaries/energy/european_energy_policy/l28012_el.htm, (Πρόσβαση: 03-08-2014)

¹⁷ Επίσημη ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, europa.eu/legislation_summaries/energy/european_energy_policy/l28012_el.htm, (Πρόσβαση: 03-08-2014)

¹⁸ Collier U. (1994), "Energy and Environment in the European Union, Aldershot: Averbury.

μέτρου προστασίας, μαθηματικών υπολογισμών, ακόμη δε και την αντιμετώπιση άγνωστων ή εικαζόμενων κινδύνων¹⁹.

Από την άλλη πλευρά, επιβάλλεται η χρησιμοποίηση των δυνάμεων της αγοράς και της κοινωνίας προς την επιθυμητή κατεύθυνση μέσω ανάλογων, κυρίως οικονομικών, στρατηγικών, λαμβανομένης υπόψη της δημοκρατικής αρχής, όπως αυτή εκφράζεται προ πάντων με το διάλογο και τη σύμπραξη των ποικίλων ενδιαφερομένων κύκλων²⁰.

Σημαντικό μέρος των μέτρων αφορά οπωσδήποτε στη βελτίωση της ενεργειακής απόδοσης με την ανάπτυξη και εφαρμογή καθαρότερων και πιο ασφαλών τεχνολογιών και έρευνας ώστε να επιτευχθεί η αναγκαία συμβατότητα ανάμεσα στη χρησιμοποίηση της ενέργειας, την ισορροπία της βιόσφαιρας και τις συνιστώσες της οικονομικής ανάπτυξης (ενέργεια – περιβάλλον - οικονομία)^{21 22}. Συναφείς είναι και οι τομείς της ανάπτυξης και χρησιμοποίησης ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και της προώθησης καθαρότερων καυσίμων, ιδίως καθαρότερων τεχνολογιών στον τομέα των ορυκτών καυσίμων, στα οποία και βασίζονται κατά κύριο λόγο η ευρωπαϊκή και η παγκόσμια ενεργειακή οικονομία²³. Στο πλαίσιο αυτό εντάσσονται και οι προσπάθειες για τη μείωση των εκπομπών από τη χρήση στερεών καυσίμων και των σταθμών ηλεκτροπαραγωγής που λειτουργούν με άνθρακα, ιδίως των εκπομπών CO₂ και των άλλων αερίων θερμοκηπίου, η τυποποίηση των προδιαγραφών ποιότητας, ασφάλειας και αποτελεσματικότητας των φυσικών/ενεργειακών πόρων και των εφαρμοζόμενων τεχνολογιών καθώς και των ηλεκτροπαραγωγικών μονάδων (ίδρυση, λειτουργία) και η εναρμόνισή τους.

Τα standards περιβαλλοντικής προστασίας, ιδίως οι εκδιδόμενες οδηγίες βάσει του άρθρου 100α, αποτελούν σήμερα τον κύριο όγκο και το κατ'εξοχήν νομικό πλαίσιο, όχι μόνο της κοινοτικής, αλλά και της (εναρμονισμένης) εθνικής νομοθεσίας των κρατών μελών. Και για το λόγο αυτό είναι από ενεργειακής - περιβαλλοντικής σκοπιάς μεγάλη η σημασία τους, τουλάχιστον για εκείνα τα κράτη μέλη, όπως η Ελλάδα, στα οποία πριν την εναρμόνιση της σχετικής νομοθεσίας τους δεν ίσχυαν αυστηρές προδιαγραφές προστασίας.

¹⁹ Μαραβέγια Ν. & Τσινισιζέλη Μ., (1995), «Ολοκλήρωση της Ευρωπαϊκής Ένωσης», Θεμέλιο, Αθήνα.

²⁰ Καράκωστας Γ. Κ., (2011), «Περιβάλλον και δίκαιο: Δίκαιο διαχείρισης και προστασίας των περιβαλλοντικών αγαθών», Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα.

²¹ Δούση Ε., (2001), «Η κοινοτική πολιτική περιβάλλοντος και η επίδρασή της στην περίπτωση της Ελλάδας», Παπαζήση, Αθήνα.

²² Το πεδίο αναφοράς είναι ευρύτατο και περιλαμβάνει, ενδεικτικά, τους τομείς των μεταφορών, της κατοικίας, της βιομηχανίας, του χωροταξικού σχεδιασμού και της διαχείρισης των αποβλήτων.

²³ Καράκωστας Γ. Κ., (2011), ο.π.

Βάσει του άρθρου 191 της Συνθήκης αναφορικά με την λειτουργία της Ε.Ε., η κοινοτική πολιτική για το περιβάλλον έχει θέσει ως στόχο τη διατήρηση, την προστασία αλλά και τη βελτίωση της ποιότητας του περιβάλλοντος, την προστασία της υγείας του ανθρώπου, τη συνετή και ορθολογική χρησιμοποίηση των φυσικών πόρων και την προώθηση, σε διεθνές επίπεδο, μέτρων για την αντιμετώπιση των περιφερειακών ή παγκόσμιων περιβαλλοντικών προβλημάτων, και ιδίως την καταπολέμηση της αλλαγής του κλίματος²⁴.

Βάσει του άρθρου 192, τα κράτη - μέλη εξασφαλίζουν τη χρηματοδότηση και την εφαρμογή της περιβαλλοντικής πολιτικής. Σε περίπτωση όμως, υπό την επιφύλαξη της αρχής αρχής «ο ρυπαίνων πληρώνει», ένα μέτρο συνεπάγεται δυσανάλογο κόστος για τις δημόσιες αρχές κράτους μέλους το εν λόγω μέτρο πρέπει να προβλέπει, στην πράξη με την οποία θεσπίζεται το μέτρο αυτό, τις κατάλληλες διατάξεις υπό μορφή προσωρινών παρεκκλίσεων ή και οικονομικής στήριξης από το Ταμείο Συνοχής²⁵ και το χρηματοδοτικό μέσο για το περιβάλλον. Εξ άλλου, κατευθυντήριες γραμμές της Επιτροπής σχετικά με τις κρατικές ενισχύσεις για την προστασία του περιβάλλοντος επιδιώκουν να εξασφαλίσουν ότι αυτές είναι χρήσιμες και απαραίτητες και ότι δεν νοθεύουν τους κανόνες του ανταγωνισμού.

Αναφορικά με τα μέτρα προστασίας τα οποία θεσπίζονται δυνάμει του άρθρου 192 (ΣΛΕ.Ε.) δεν εμποδίζουν τα κράτη μέλη να διατηρούν και να θεσπίζουν εθνικά μέτρα ενισχυμένης προστασίας²⁶. Αλλά όμως, η προστασία του περιβάλλοντος δεν μπορεί πλέον να χρησιμεύσει σαν πρόφαση για τεχνικά εμπόδια των συναλλαγών. Η πολιτική για την εσωτερική αγορά και η περιβαλλοντική πολιτική οφείλουν να συμβαδίζουν.

Εδώ και πολύ καιρό υποστηρίζεται από την κοινότητα η τεχνολογική προσφορά. Ωστόσο, θα μπορούσε να υποστηριχθεί η ζήτηση περισσότερο προς όφελος των ενδεχόμενων χρηστών. Πρέπει να υπάρξει η προοδευτική δημιουργία αγορών επαρκούς μεγέθους εφόσον βοηθηθεί η τοπική αυτοδιοίκηση να εξοπλιστεί. Αυτό είναι πιο αποτελεσματικό απ' ό,τι οι ενισχύσεις προς όφελος της βιομηχανίας. Επιπλέον, οι εμπειρίες μεγάλης κλίμακας είναι πραγματικές βιτρίνες επίδειξης²⁷.

²⁴ Βλ. άρθρο 191 ΣΛΕΕ, πρώην άρθρο 174 ΣΕΚ.

²⁵ Βλ. άρθρο 192 ΣΛΕΕ, πρώην άρθρο 175 ΣΕΚ

²⁶ Βλ. άρθρο 193 ΣΛΕΕ, πρώην άρθρο 176 ΣΕΚ.

²⁷ Τσάλας Γ. Ι. & Πλατιάς Χ., (2010), Ευρωπαϊκή Ένωση και Περιβάλλον «L' Union Européenne et L' Environnement: Anatomie D' Une Politique Européenne Commune Ανατομία μιας κοινής ευρωπαϊκής πολιτικής», Ι. Σιδέρης, Αθήνα

Η φορολόγηση των επιχειρήσεων αποτελεί ένα απλό και εύκολο βήμα όσον αφορά στην αλλαγή συμπεριφοράς. Επιτρέπει επίσης να ενσωματωθούν στην τιμή της ενέργειας οι ζημίες που προκαλούνται στο περιβάλλον. Μέσα σε μια ενιαία ευρωπαϊκή αγορά, δεν πρέπει να υπάρχει φορολογική ανισότητα. Ειδάλλως υπάρχει ο κίνδυνος του φορολογικού ανταγωνισμού και οι στρεβλώσεις του ανταγωνισμού.²⁸ Για το λόγο αυτό η Ένωση πρέπει να εφοδιαστεί με ένα κοινό φορολογικό πλαίσιο για την ενέργεια. Βέβαια ορισμένα κράτη μέλη δεν το θέλουν και δημιουργούν εμπόδια. Όσο οι τιμές της ενέργειας δεν ανταποκρίνονται στο πραγματικό κόστος τους για την κοινωνία, οι επιλογές και οι συμπεριφορές των καταναλωτών δεν θα αλλάξουν.

Στην Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης δημοσιεύτηκαν οι Οδηγίες/ Αποφάσεις/ Κανονισμοί του πακέτου για την ενέργεια και την κλιματική αλλαγή²⁹:

- Απόφαση 406/2009/ΕΚ περί των προσπαθειών των κρατών μελών να μειώσουν τις οικείες εκπομπές αερίων θερμοκηπίου, ώστε να τηρηθούν οι δεσμεύσεις της Κοινότητας για μείωση των εκπομπών αυτών μέχρι το 2020, ώστε να τηρηθούν οι δεσμεύσεις της Κοινότητας για μείωση των εκπομπών αυτών μέχρι το 2020
- Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 443/2009 σχετικά με τα πρότυπα επιδόσεων για τις εκπομπές από τα καινούργια επιβατικά αυτοκίνητα, στο πλαίσιο της ολοκληρωμένης προσέγγισης της Κοινότητας για τη μείωση των εκπομπών CO₂ από ελαφρά οχήματα
- Οδηγία 2009/29/ΕΚ σχετικά με την τροποποίηση της οδηγίας 2003/87/ΕΚ με στόχο τη βελτίωση και την επέκταση του συστήματος εμπορίας δικαιωμάτων εκπομπής αερίων θερμοκηπίου της Κοινότητας
- Οδηγία 2009/31/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 23ης Απριλίου 2009, σχετικά με την αποθήκευση διοξειδίου του άνθρακα σε γεωλογικούς σχηματισμούς και για την τροποποίηση της οδηγίας 85/337/ΕΟΚ του Συμβουλίου, των οδηγιών του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου 2000/60/ΕΚ, 2001/80/ΕΚ, 2004/35/ΕΚ, 2006/12/ΕΚ και 2008/1/ΕΚ, και του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1013/2006

²⁸ O'Riordan T., (2000), Environmental Science for Environmental Management, Pearson, Prentice Hall

²⁹ Επίσημη ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης,
europa.eu/legislation_summaries/energy/european_energy_policy/l28012_el.htm,
(Πρόσβαση: 29-08-2014)

1.2.1. Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας

Βάσει της οδηγίας της Ε.Ε., για το σύνολο των Κρατών-Μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, μέχρι το 2020, προβλέπεται³⁰:

- 20% διείσδυση των Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας στην ακαθάριστη τελική κατανάλωση ενέργειας σύμφωνα με την Οδηγία 2009/28/ΕΚ
- 20% εξοικονόμηση πρωτογενούς ενέργειας.
- 20% μείωση των εκπομπών των αερίων του θερμοκηπίου σε σχέση με τα επίπεδα του 1990 σύμφωνα με την Οδηγία 2009/29/ΕΚ,

Πιο συγκεκριμένα, όσον αφορά στην Ελλάδα, ο στόχος για τις εκπομπές αερίων ρύπων του θερμοκηπίου είναι μείωση κατά 4% στους τομείς εκτός εμπορίας σε σχέση με τα επίπεδα του 2005, και 18% διείσδυση των ΑΠΕ στην ακαθάριστη τελική κατανάλωση. Η Ελληνική κυβέρνηση στο πλαίσιο υιοθέτησης συγκεκριμένων αναπτυξιακών και περιβαλλοντικών πολιτικών, με το Νόμο 3851/2010 προχώρησε στην αύξηση του εθνικού στόχου συμμετοχής των ΑΠΕ στην τελική κατανάλωση ενέργειας στο 20%, ο οποίος και εξειδικεύεται σε 40 % συμμετοχή των ΑΠΕ στην ηλεκτροπαραγωγή, 20 % σε ανάγκες θέρμανσης-ψύξης και 10 % στις μεταφορές.

Το συγκεκριμένο σχέδιο δράσης, παρουσιάζει με λεπτομέρεια τα θεσμικά εργαλεία και τις τεχνολογίες που θα χρησιμοποιηθούν ώστε να ικανοποιηθούν αυτοί ακριβώς οι στόχοι. Ειδικότερα, η επίτευξη των στόχων απαιτεί τον συνδυασμό μέτρων και πολιτικών θεσμικού χαρακτήρα ώστε να επιταχυνθούν και να διευκολυνθούν οι επενδυτικές πρωτοβουλίες, να διαμορφωθεί ένα ξεκάθαρο πλαίσιο αναφορικά με τους όρους χρήσης γης και των δυνατοτήτων ενεργειακής τους αξιοποίησης, ενώ παράλληλα καλεί να ληφθούν υπόψη όλες οι τεχνολογικές εφαρμογές οι οποίες μπορούν αθροιστικά να συνεισφέρουν για την επιτυχή εφαρμογή του συγκεκριμένου μοντέλου πράσινης ανάπτυξης³¹.

Η παρουσίαση του συγκεκριμένου οδικού χάρτη ανάπτυξης των τεχνολογιών ΑΠΕ τόσο στη ηλεκτροπαραγωγή, όσο στη θέρμανση-ψύξη και τις μεταφορές, πραγματοποιήθηκε με τη χρήση ενεργειακών μοντέλων ανάλυσης, όπου και αναλύθηκαν διαφορετικά σενάρια εξέλιξης του Ελληνικού ενεργειακού συστήματος πέρα του 2020 μέχρι και το 2030, λαμβάνοντας υπόψη και παραμέτρους οικονομικής και τεχνολογικής ανάπτυξης.

³⁰ Επίσημη ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, europa.eu/legislation_summaries/energy/european_energy_policy/l28012_el.htm, (Πρόσβαση: 05-08-2014)

³¹ Φαραντούρης Ν. Ε., (2012), «Ενέργεια: Δίκαιο, οικονομία και πολιτική», Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα

Η επίτευξη του ποσοστού συμμετοχής των ΑΠΕ στην ηλεκτροπαραγωγή (40%) μέχρι το 2020, θα επιτευχθεί μόνο με τη συνδυαστική εφαρμογή θεσμικών, κανονιστικών, οικονομικών και τεχνολογικών μέτρων που έχουν ως βασικό στόχο την αξιοποίηση του οικονομικού δυναμικού ανάπτυξης μεγάλων έργων ΑΠΕ, την ολοκλήρωση των αναγκαίων εργασιών επέκτασης και αναβάθμισης του ηλεκτρικού δικτύου και στη σταδιακή ανάπτυξη ενός διεσπαρμένου τρόπου παραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας. ³²Προφανώς αυτό απαιτεί την αντιμετώπιση ποικίλων εμποδίων, που έχουν ήδη εντοπιστεί, και σχετίζονται με καθυστερήσεις στην αδειοδότηση έργων ΑΠΕ, σε ασάφειες θεμάτων χωροταξικού σχεδιασμού, καθώς και στην ελλιπή ενημέρωση των πολιτών αναφορικά με τις εφαρμογές έργων ΑΠΕ³³.

Όσον αφορά στις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην αγορά, οι σχετικοί στόχοι και συνεισφορά των επιμέρους τεχνολογιών ΑΠΕ, ανάλογα με την εξέλιξη της αγοράς και την έγκαιρη ή όχι αντιμετώπιση ήδη εντοπισμένων προβλημάτων δύναται να τροποποιηθούν (όπως προβλέπεται και από την Οδηγία της ΕΕ) ανά τακτά χρονικά διαστήματα (2-ετία) ³⁴, καθώς θα αναπτυχθεί ένα εθνικό σύστημα παρακολούθησης της πορείας επίτευξης αυτών των στόχων το οποίο θα αναγνωρίζει έγκαιρα τις όποιες αδυναμίες και αστοχίες και θα προτείνει συγκεκριμένες διορθωτικές δράσεις, τεχνολογικού ή θεσμικού χαρακτήρα, ώστε τελικά οι εθνικοί στόχοι που σχετίζονται με τη μείωση των εκπομπών αέριων ρύπων του θερμοκηπίου και περαιτέρω διείσδυσης των ΑΠΕ στην τελική κατανάλωση να επιτευχθούν.

1.2.2. Εμπορία Ρύπων

Μέσω οδηγίας αναφορικά με την εμπορία ρύπων, η Ευρωπαϊκή Ένωση, θεσπίζει σύστημα εμπορίας των δικαιωμάτων εκπομπής αέριων θερμοκηπίου για να επιτευχθεί η μείωσή τους με οικονομικά αποδοτικό τρόπο. Οι εγκαταστάσεις που δραστηριοποιούνται στους τομείς της ενέργειας, της παραγωγής και μεταποίησης των σιδηρούχων μεταλλευμάτων, της εξορυκτικής βιομηχανίας και της παραγωγής χαρτιού και χαρτονιού υπόκεινται υποχρεωτικά στο εν λόγω σύστημα ανταλλαγής δικαιωμάτων³⁵.

³² Τσάλτας Γ. Ι. & Πλατιάς Χ., (2010), Ευρωπαϊκή Ένωση και Περιβάλλον «L' Union Européenne et L' Environnement: Anatomie D' Une Politique Européenne Commune Ανατομία μιας κοινής ευρωπαϊκής πολιτικής», Ι. Σιδέρης, Αθήνα

³³ Επίσημη ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, europa.eu/legislation_summaries/energy/european_energy_policy/l28012_el.htm, (Πρόσβαση: 05-08-2014)

³⁴ Φαραντούρης, (2012), «Ενέργεια: Δίκαιο, οικονομία και πολιτική», Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα

³⁵ Επίσημη ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, europa.eu/legislation_summaries/energy/european_energy_policy/l28012_el.htm, (Πρόσβαση: 05-08-2014)

Από 1ης Ιανουαρίου 2005, κάθε εγκατάσταση στην οποία ασκείται μια από τις προβλεπόμενες στο παράρτημα Ι δραστηριότητες της παρούσας οδηγίας και που εκπέμπει τα οφειλόμενα στην εν λόγω δραστηριότητα συγκεκριμένα αέρια θερμοκηπίου, οφείλει να είναι κάτοχος της προς το σκοπό αυτό χορηγούμενης από τις αρμόδιες αρχές άδειας.

Οι αρχές αυτές εκδίδουν τη σχετική άδεια εφόσον κρίνουν ότι ο φορέας εκμετάλλευσης των εγκαταστάσεων είναι σε θέση να παρακολουθεί και να αναφέρει τις εκπομπές. Οι άδειες μπορούν να καλύπτουν μία ή περισσότερες εγκαταστάσεις στον ίδιο τόπο υπό τον ίδιο φορέα εκμετάλλευσης. Περιλαμβάνουν³⁶:

- απαιτήσεις για την αναφορά των εκπομπών·
- περιγραφή των δραστηριοτήτων και εκπομπών των εγκαταστάσεων·
- πρόγραμμα παρακολούθησης·
- το όνομα και τη διεύθυνση του φορέα εκμετάλλευσης·
- υποχρέωση επιστροφής, εντός του πρώτου τετραμήνου κάθε έτους, των δικαιωμάτων που αντιστοιχούν στις συνολικές εκπομπές του προηγούμενου έτους.

Η αρμόδια αρχή επανεξετάζει την άδεια εκπομπής αερίων θερμοκηπίου ανά πεντάμηνο και προβαίνει στις αναγκαίες τροποποιήσεις.

Με τη βοήθεια του συστήματος αυτού, η ΕΕ και τα κράτη μέλη της επιδιώκουν την εκ μέρους τους τήρηση των οικείων υποχρεώσεων περιορισμού των εκπομπών αερίων που συμβάλλουν στο φαινόμενο του θερμοκηπίου, τις οποίες ανέλαβαν στο πλαίσιο του Πρωτοκόλλου του Κιότο. Στις αιτήσεις προς την αρμόδια αρχή για την λήψη άδειας εκπομπής αερίων θερμοκηπίου πρέπει να περιλαμβάνεται περιγραφή³⁷:

- της εγκατάστασης και των δραστηριοτήτων της, καθώς και των χρησιμοποιούμενων τεχνολογιών·
- των πηγών εκπομπών·
- των προβλεπόμενων μέτρων για την παρακολούθηση των εκπομπών και την κοινοποίησή τους.
- των χρησιμοποιούμενων υλών των οποίων η χρήση είναι πιθανό να οδηγήσει σε εκπομπές αερίων θερμοκηπίου

³⁶ Επίσημη ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης,
europa.eu/legislation_summaries/energy/european_energy_policy/l28012_el.htm,
(Πρόσβαση: 05-08-2014)

³⁷ Επίσημη ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης,
europa.eu/legislation_summaries/energy/european_energy_policy/l28012_el.htm,
(Πρόσβαση: 05-08-2014)

Με την Οδηγία 2003/87/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 13ης Οκτωβρίου 2003, σχετικά με τη θέσπιση συστήματος για την εμπορία των δικαιωμάτων εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα και την τροποποίηση της οδηγίας 96/61/ΕΚ του Συμβουλίου, η Ε.Ε. θεσπίζει σύστημα εμπορίας των δικαιωμάτων εκπομπής αερίων θερμοκηπίου για να επιτευχθεί η μείωσή τους με οικονομικά αποδοτικό τρόπο. Με τη βοήθεια του συστήματος αυτού, η ΕΕ και τα κράτη μέλη της επιδιώκουν την εκ μέρους τους τήρηση των οικείων υποχρεώσεων περιορισμού των εκπομπών αερίων που συμβάλλουν στο φαινόμενο του θερμοκηπίου, τις οποίες ανέλαβαν στο πλαίσιο του Πρωτοκόλλου του Κιότο. Οι εγκαταστάσεις που δραστηριοποιούνται στους τομείς της ενέργειας, της παραγωγής και μεταποίησης των σιδηρούχων μεταλλευμάτων, της εξορυκτικής βιομηχανίας και της παραγωγής χαρτιού και χαρτονιού υπόκεινται υποχρεωτικά στο εν λόγω σύστημα ανταλλαγής δικαιωμάτων.³⁸

1.2.3. Οδηγία για Ενεργειακή Απόδοση

Σύμφωνα με τις Kulovesi, Morgera E. και Munoz M., η δέσμη μέτρων της Ε.Ε. για το κλίμα και την ενέργεια είναι ένα σύνθετο και ολοκληρωμένο σύνολο νομικών πράξεων οι οποίες αποσκοπούν στην αντιμετώπιση των παγκόσμιων και σε επίπεδο Ε.Ε. κλιματικών αλλαγών και ενεργειακών προκλήσεων και την ενσωμάτωση των πτυχών της αλλαγής του κλίματος σε μια σειρά από τομείς και πολιτικές. Δεδομένου ότι το πακέτο δείχνει τον τρόπο που το σώμα των νομικών κανόνων σχετίζεται με την κλιματική αλλαγή, το οποίο επεκτείνεται γρήγορα και όλο και πιο εξειδικευμένα με την εκτίμηση των καινοτομιών και των ευρύτερων επιπτώσεων, από την άποψη της γενικής νομοθεσίας της ΕΕ, γίνεται όλο και πιο δύσκολη.³⁹

Η Ε.Ε. αποφάσισε το 2007 να θέσει ως στόχο, για το 2020, τη μείωση της ετήσιας κατανάλωσης ενέργειας στην Ένωση κατά 20%. Η μείωση της κατανάλωσης ενέργειας και η εξάλειψη της σπατάλης ενέργειας αποκτούν διαρκώς αυξανόμενη σημασία στην ΕΕ⁴⁰.

Το 2006, η Επιτροπή έθεσε σε εφαρμογή το «Σχέδιο δράσης για την ενεργειακή απόδοση: Αξιοποίηση του δυναμικού» (COM(2006)0545),. Στόχος του σχεδίου δράσης ήταν η κινητοποίηση του ευρύτερου κοινού, των φορέων χάραξης πολιτικής και των παραγόντων της αγοράς, καθώς και ο μετασχηματισμός της εσωτερικής αγοράς ενέργειας, έτσι ώστε να

³⁸ Επίσημη ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, europa.eu/legislation_summaries/energy/european_energy_policy/l28012_el.htm, (Πρόσβαση: 29-08-2014)

³⁹ Kulovesi K., Morgera E., Munoz M (2011), "The EU's climate and energy package: environmental integration and international dimensions", Working Paper Series of the Europa Institute, University of Edimburgh

⁴⁰ Επίσημη ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, europa.eu/legislation_summaries/energy/european_energy_policy/l28012_el.htm, (Πρόσβαση: 05-08-2014)

παρέχονται στους πολίτες της ΕΕ υποδομές, προϊόντα και ενεργειακά συστήματα με τη μεγαλύτερη ενεργειακή απόδοση στον κόσμο⁴¹. Το σχέδιο δράσης αποσκοπούσε στον έλεγχο και τη μείωση της ζήτησης ενέργειας και την ανάληψη στοχευμένης δράσης όσον αφορά την κατανάλωση και τον εφοδιασμό, προκειμένου να εξοικονομηθεί ποσοστό 20% της ετήσιας κατανάλωσης πρωτογενούς ενέργειας έως το 2020 (σε σύγκριση με τις προβλέψεις για την κατανάλωση ενέργειας για το 2020). Όταν, ωστόσο, πρόσφατες εκτιμήσεις έδειξαν ότι η ΕΕ πρόκειται να επιτύχει το στόχο του 20% μόνο κατά το ήμισυ, η απάντηση της Επιτροπής ήταν να καταρτίσει ένα νέο και ολοκληρωμένο Σχέδιο δράσης για την ενεργειακή απόδοση 2011 (COM(2011)109)⁴².

Αναφορικά με τις επιπτώσεις της συγκεκριμένης οδηγίας στον κατασκευαστικό κλάδο, αυτές εμφανίζονται όλο και πιο έντονα, λόγω της αυξημένης οικοδομικής δραστηριότητας, οι έννοιες της αειφορίας και του οικολογικού σχεδιασμού εισέβαλαν επιτακτικά για να δημιουργήσουν ένα πιο υγιές μοντέλο κατασκευών και να μειώσουν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις.

Γενικότερα, όσον αφορά στο πακέτο μέτρων της Ε.Ε. το ευρύ συμπέρασμα που προκύπτει είναι πως αυτό αντιπροσωπεύει μια καινοτόμα προσέγγιση η οποία στοχεύει στη ενσωμάτωση των θεμάτων της κλιματικής αλλαγής σε διάφορους τομείς της οικονομίας και τις δραστηριότητες εντός της Ε.Ε., ενώ ταυτόχρονα εξασφαλίζει ότι η άμβλυνση της κλιματικής αλλαγής είναι συμβατή με άλλους περιβαλλοντικούς στόχους. Μια τέτοια ολοκληρωμένη προσέγγιση είναι σημαντική λαμβάνοντας υπόψη το μέγεθος του οικονομικού και κοινωνικού μετασχηματισμού που απαιτούνται κατά τις επόμενες δεκαετίες για να αποφευχθεί η επικίνδυνη ανθρωπογενή κλιματική αλλαγή. Ταυτόχρονα, είναι σαφές ότι οι στόχοι υποκείμενοι στο πακέτο δεν είναι αρκετά φιλόδοξοι για την αποτελεσματική καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής, να εξασφαλίσουν την περιβαλλοντική βιωσιμότητα των μέτρων για την αλλαγή του κλίματος, ή να επιτύχουν ένα ριζικό μετασχηματισμό της οικονομίας της Ε.Ε.⁴³

Η κατανάλωση της ενέργειας ίσως είναι η πιο σημαντική περιβαλλοντική επίπτωση των κτιρίων κατά τη φάση λειτουργίας τους. Για το λόγο αυτό, η εξοικονόμηση ενέργειας και η βελτίωση της ενεργειακής απόδοσης εντάσσονται στις βασικές προτεραιότητες της Ευρωπαϊκής πολιτικής, γεγονός που εκφράζεται από σειρά οδηγιών και κατευθύνσεων με

⁴¹ Φαραντούρης Ν. Ε., (2012), «Ενέργεια: Δίκαιο, οικονομία και πολιτική», Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα

⁴² Επίσημη ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, europa.eu/legislation_summaries/energy/european_energy_policy/l28012_el.htm, (Πρόσβαση: 05-08-2014)

⁴³ Kulovesi K., Morgera E., Munoz M (2011), "The EU's climate and energy package: environmental integration and international dimensions", Working Paper Series of the Europa Institute, University of Edimburgh

αποδέκτες τα κράτη-μέλη⁴⁴. Η αυξημένη ενεργειακή απόδοση αποτελεί άλλωστε σημαντικό μέρος της δέσμης των πολιτικών και των μέτρων που απαιτούνται για τη συμμόρφωση της Ε.Ε. με τις δεσμεύσεις που απορρέουν από το Πρωτόκολλο του Κιότο.

Εν συνεχεία, βασισμένοι στην οδηγία της Ε.Ε. βλέπουμε πως τα μέτρα ενεργειακής απόδοσης αναγνωρίζονται όλο και περισσότερο ως μέσο όχι μόνο για την επίτευξη βιώσιμου ενεργειακού εφοδιασμού, τη μείωση των εκπομπών αερίων θερμοκηπίου, τη βελτίωση της ασφάλειας του εφοδιασμού και τη μείωση των δαπανών για εισαγωγές, αλλά και για την προαγωγή της ανταγωνιστικότητας των ευρωπαϊκών οικονομιών. Το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο της 20ής και 21ης Μαρτίου 2014 τόνισε την αποτελεσματικότητα της ενεργειακής απόδοσης όσον αφορά τη μείωση του κόστους ενέργειας και της ενεργειακής εξάρτησης. Η ΕΕ έχει θέσει ελάχιστα πρότυπα ενεργειακής απόδοσης και κανόνες σχετικά με την επισήμανση και την οικολογική σχεδίαση των προϊόντων, των υπηρεσιών και των υποδομών. Τα μέτρα αυτά αποσκοπούν στη βελτίωση της απόδοσης σε όλα τα στάδια της ενεργειακής αλυσίδας, από τον ενεργειακό εφοδιασμό έως τη χρήση της ενέργειας από τους καταναλωτές⁴⁵.

Μέχρι και τις 30 Ιουνίου 2014, η Επιτροπή θα αξιολογήσει κατά πόσο είναι πιθανό η ΕΕ να πετύχει τον στόχο που έχει θέσει για εξοικονόμηση πρωτογενούς ενέργειας έως το 2020, και, αν χρειαστεί, θα προτείνει υποχρεωτικούς εθνικούς στόχους ενεργειακής απόδοσης. Τα κράτη μέλη θα υποχρεούνται να υποβάλλουν ετήσιες εκθέσεις προόδου όσον αφορά την επίτευξη των εθνικών στόχων ενεργειακής απόδοσης. Το Νοέμβριο του 2013, η Επιτροπή εξέδωσε μια ανακοίνωση και επτά κατευθυντήρια σημειώματα σχετικά με την υλοποίηση των διάφορων πτυχών της οδηγίας για την ενεργειακή απόδοση.

Η οδηγία αναφορικά με την ενεργειακή απόδοση (2012/27/ΕΕ) τέθηκε σε ισχύ τον Δεκέμβριο του 2012. Σύμφωνα με την οδηγία, τα κράτη μέλη υποχρεούνται να θέσουν ενδεικτικούς εθνικούς στόχους σχετικά με την ενεργειακή απόδοση για το 2020, με βάση την πρωτογενή ή την τελική κατανάλωση ενέργειας. Η οδηγία θέτει επίσης νομικά δεσμευτικούς κανόνες για τους τελικούς χρήστες και τους προμηθευτές ενέργειας. Τα κράτη μέλη είναι ελεύθερα να καθιστούν τις ελάχιστες αυτές απαιτήσεις

⁴⁴ Φαραντούρης Ν. Ε., (2012), «Ενέργεια: Δίκαιο, οικονομία και πολιτική», Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα

⁴⁵ Επίσημη ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, europa.eu/legislation_summaries/energy/european_energy_policy/l28012_el.htm, (Πρόσβαση: 05-08-2014)

πιο αυστηρές, στην προσπάθειά τους να εξοικονομηθεί ενέργεια. Η οδηγία περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, τις ακόλουθες απαιτήσεις⁴⁶:

- τη διεξαγωγή υποχρεωτικών τακτικών ενεργειακών ελέγχων στις μεγάλες επιχειρήσεις, τουλάχιστον ανά τέσσερα χρόνια, με εξαίρεση τις επιχειρήσεις που διαθέτουν πιστοποιημένα ενεργειακά και περιβαλλοντικά συστήματα⁴⁷.
- τη χάραξη μακροπρόθεσμων εθνικών στρατηγικών προκειμένου να προωθηθούν οι επενδύσεις για την ανακαίνιση κατοικιών και εμπορικών κτιρίων και τη θέσπιση εθνικών καθεστώτων επιβολής της υποχρέωσης ενεργειακής απόδοσης ή ισοδύναμων μέτρων που να εξασφαλίζουν ετήσια εξοικονόμηση ενέργειας 1,5% για τους τελικούς καταναλωτές.
- την ανακαίνιση των κτιρίων που είναι στην ιδιοκτησία των κεντρικών δημόσιων διοικήσεων σε ποσοστό τουλάχιστον 3% του συνολικού εμβαδού δαπέδου, για κάθε έτος από το 2014 και μετά, και την αγορά κτιρίων, υπηρεσιών και προϊόντων με υψηλή ενεργειακή απόδοση, έτσι ώστε ο δημόσιος τομέας να ηγηθεί της προσπάθειας.
- την ανάπτυξη ευφών δικτύων και μετρητών και την παροχή ακριβούς πληροφόρησης στους λογαριασμούς κατανάλωσης ενέργειας, προκειμένου να ενδυναμωθούν οι καταναλωτές και να ενθαρρυνθεί η πιο αποδοτική κατανάλωση ενέργειας.
- την αξιολόγηση, έως το τέλος του 2015, του δυναμικού υλοποίησης της συμπαραγωγής υψηλής απόδοσης και της αποδοτικής τηλεθέρμανσης και τηλεψύξης σε όλα τα κράτη μέλη.

1.3. Ατμοσφαιρική Ρύπανση

Αν κάνουμε μια ιστορική αναδρομή στη νομοθεσία βλέπουμε πως σύμφωνα με την Οδηγία του 1984 οι εκπομπές βιομηχανιών που ρυπαίνουν την ατμόσφαιρα υπόκεινται σε ειδική άδεια. Όσον αφορά στις νέες εγκαταστάσεις η Οδηγία προτρέπει την χρησιμοποίηση της καλύτερης διαθέσιμης τεχνολογίας που δεν συνεπάγεται υπερβολικό κόστος⁴⁸. Όσον αφορά στις υπάρχουσες εγκαταστάσεις, τα κράτη μέλη οφείλουν να εκπονούν στρατηγικές και προγράμματα προκειμένου να μειώσουν σταδιακά τις απορρίψεις ρυπογόνων ουσιών. Χρειάστηκαν συζητήσεις πέντε χρόνων για να συμφωνήσουν τελικά τα κράτη μέλη, το φθινόπωρο του 1988, να μειώσουν κατά ένα ποσοστό σε σχέση με το

⁴⁶ Επίσημη ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, europa.eu/legislation_summaries/energy/european_energy_policy/l28012_el.htm, (Πρόσβαση: 05-08-2014)

⁴⁷ Όπως τα πρότυπα ISO 14001 και EMAS τα οποία θα αποτυπωθούν στο κεφάλαιο 3 της παρούσας εργασίας.

⁴⁸ Δούση Ε., (2001), «Η κοινοτική πολιτική περιβάλλοντος και η επίδρασή της στην περίπτωση της Ελλάδας», Παπαζήση, Αθήνα

1980, τις εκπομπές ρυπαντών που προέρχονται από μεγάλες εγκαταστάσεις καύσης⁴⁹.

Οι οδηγίες που έχουν εκδοθεί μέχρι σήμερα και αφορούν στην ποιότητα της ατμόσφαιρας είναι⁵⁰:

- Εναρμόνιση της Οδηγίας 1996/62/ΕΚ για την εκτίμηση και διαχείριση της ποιότητας του αέρα του περιβάλλοντος (ΚΥΑ 3277/209/2000, ΦΕΚ 180/Β/17-2-2000).
- Εναρμόνιση της Οδηγίας 1999/30/ΕΚ για τις οριακές τιμές διοξειδίου του θείου, οξειδίων του αζώτου, σωματιδίων και μολύβδου, στον αέρα του περιβάλλοντος (ΠΥΣ 34/30.5.2002, ΦΕΚ125/Α/ 5-6-02).
- Εναρμόνιση της Οδηγίας 2000/69/ΕΚ για τις οριακές τιμές βενζολίου και μονοξειδίου του άνθρακα στον αέρα του περιβάλλοντος (ΚΥΑ 9238/332, ΦΕΚ 405Β/27.2.05).
- Εναρμόνιση της Οδηγίας 2002/3/ΕΚ σχετικά με το όζον στον ατμοσφαιρικό αέρα (ΚΥΑ ΗΠ 38638/2016, ΦΕΚ 1334Β/21.9.05).
- Εναρμόνιση της Οδηγίας 2004/107/ΕΚ σχετικά με το αρσενικό, το κάδμιο, τον υδράργυρο, το νικέλιο και τους πολυκυκλικούς υδρογονάνθρακες στον ατμοσφαιρικό αέρα (ΚΥΑ ΗΠ 22306/1075/Ε103, ΦΕΚ 920Β/8.6.07).
- Οδηγία 2008/50/ΕΚ για την ποιότητα του ατμοσφαιρικού αέρα και καθαρότερο αέρα για την Ευρώπη, η οποία συσσωματώνει την 96/62/ΕΚ και τις τρεις θυγατρικές της (1999/30/ΕΚ, 2000/69/ΕΚ και 2002/3/ΕΚ), όπως και την απόφαση 97/101/ΕΚ για την καθιέρωση διαδικασίας για την αμοιβαία ανταλλαγή πληροφοριών και δεδομένων ατμοσφαιρικής ρύπανσης από μεμονωμένους σταθμούς και δίκτυα.

Αν εξαιρέσουμε την διαδικασία της αντιμετώπισης των εκπομπών αερίων του φαινομένου του θερμοκηπίου, που ευθύνονται για την αλλαγή του κλίματος, η περιβαλλοντική νομοθεσία έχει επίσης ως βασικό στόχο τη βελτίωση της ποιότητας του ατμοσφαιρικού αέρα, του οποίου η ρύπανση ευθύνεται, μεταξύ άλλων, για βλάβες στην υγεία του ανθρώπου και δυσμενείς επιπτώσεις στο περιβάλλον. Η ευρωπαϊκή πολιτική καλύπτει τα διάφορα είδη ρύπων και τις πηγές τους⁵¹. Το 2005 η Επιτροπή πρότεινε θεματική στρατηγική με σκοπό τη μείωση, έως το 2020, των θανάτων που συνδέονται με την ατμοσφαιρική ρύπανση, κατά 40% έναντι των επιπέδων του 2000.

⁴⁹ Καράκωστας Γ. Κ., (2011), "Περιβάλλον και δίκαιο: Δίκαιο διαχείρισης και προστασίας των περιβαλλοντικών αγαθών", Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα

⁵⁰ Επίσημη ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, europa.eu/legislation_summaries/energy/european_energy_policy/l28012_el.htm, (Πρόσβαση: 29-08-2014)

⁵¹ Καράκωστας, Γ. Κ. (2011), ο.π.

Ρόλος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, στα πλαίσια της επιχειρηματικής δραστηριότητας, είναι να καθορίζει τις υποχρεώσεις που πρέπει να τηρούνται για τις βιομηχανικές δραστηριότητες με ισχυρό δυναμικό ρύπανσης. Θεσπίζει διαδικασία αδειοδότησης και καθορίζει τις απαιτήσεις, ιδίως σε ό,τι αφορά τις απορρίψεις. Στόχος της είναι η αποφυγή ή η ελαχιστοποίηση των ρυπογόνων εκπομπών στην ατμόσφαιρα, τα ύδατα και το έδαφος, καθώς επίσης και των αποβλήτων που προέρχονται από βιομηχανικές και γεωργικές εγκαταστάσεις, προκειμένου να διασφαλίσει υψηλό επίπεδο προστασίας του περιβάλλοντος και της υγείας. Η οδηγία περιλαμβάνει ειδικές διατάξεις για τις εξής εγκαταστάσεις⁵²:

- μονάδες καύσης (≥ 50 MW)
- μονάδες αποτέφρωσης και συναποτέφρωσης αποβλήτων·
- ορισμένες εγκαταστάσεις και δραστηριότητες που χρησιμοποιούν οργανικούς διαλύτες·
- εγκαταστάσεις παραγωγής διοξειδίου του τιτανίου.

Επιπλέον, η κάθε βιομηχανική εγκατάσταση, βάσει των προϋποθέσεων που ορίζονται από την οδηγία, θα πρέπει να ανταποκρίνεται σε ορισμένες θεμελιώδεις απαιτήσεις⁵³:

- λήψη προληπτικών μέτρων κατά της ρύπανσης·
- εφαρμογή των βέλτιστων δυνατών τεχνικών (ΒΔΤ)·
- αποφυγή πρόκλησης σημαντικής ρύπανσης·
- περιορισμός, ανακύκλωση ή απομάκρυνση των αποβλήτων κατά τρόπο ώστε να προκληθεί η λιγότερη δυνατή ρύπανση·
- μεγιστοποίηση της ενεργειακής απόδοσης·
- πρόληψη των ατυχημάτων και περιορισμός του αντίκτυπου τους·
- αποκατάσταση των χώρων μετά το τέλος των δραστηριοτήτων.

Οι άδειες των βιομηχανικών επιχειρήσεων πρέπει να προβλέπουν τα απαραίτητα μέτρα αναφορικά με τη διασφάλιση της τήρησης των βασικών υποχρεώσεων από τον φορέα εκμετάλλευσης, καθώς και τα ποιοτικά περιβαλλοντικά πρότυπα. Τα εν λόγω μέτρα περιλαμβάνουν τουλάχιστον τα εξής⁵⁴:

- οριακές τιμές εκπομπών για τις ρυπαντικές ουσίες.

⁵² Επίσημη ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, europa.eu/legislation_summaries/energy/european_energy_policy/l28012_el.htm, {Πρόσβαση: 05-08-2014}

⁵³ Επίσημη ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, europa.eu/legislation_summaries/energy/european_energy_policy/l28012_el.htm, {Πρόσβαση: 05-08-2014}

⁵⁴ Επίσημη ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, europa.eu/legislation_summaries/energy/european_energy_policy/l28012_el.htm, {Πρόσβαση: 05-08-2014}

- απαιτήσεις για την εξασφάλιση της προστασίας του εδάφους, των υδάτων και της ατμόσφαιρας.
- μέτρα για την παρακολούθηση και τη διαχείριση των αποβλήτων.
- απαιτήσεις σχετικά με τη μεθοδολογία υπολογισμού των εκπομπών, τη συχνότητα λήψης των στοιχείων και τη διαδικασία αξιολόγησης.
- την υποχρέωση ενημέρωσης της αρμόδιας αρχής τουλάχιστον άπαξ ετησίως σχετικά με τα αποτελέσματα της παρακολούθησης.
- απαιτήσεις για τη διατήρηση και τον έλεγχο του εδάφους και των υπόγειων υδάτων.
- μέτρα σχετικά με τις μη κανονικές συνθήκες λειτουργίας (διαρροές, δυσλειτουργίες, προσωρινή παύση ή οριστική διακοπή λειτουργίας κ.λπ.).
- διατάξεις για την ελαχιστοποίηση της διαμεθοριακής ρύπανσης ή της ρύπανσης σε μεγάλη απόσταση.
- τους όρους για την αξιολόγηση της συμμόρφωσης με τις οριακές τιμές εκπομπών.

1.4. Προστασία και Διαχείριση των Υδάτων

Η Κοινότητα έχει υιοθετήσει μέχρι τώρα πολυάριθμες νομικές πράξεις για την προστασία και την ποιοτική βελτίωση του νερού. Μια πρώτη ομάδα Οδηγιών καθορίζει προδιαγραφές για την ποιότητα του νερού, που υπηρετεί μια ορισμένη χρήση⁵⁵. Οι οδηγίες αυτές καθορίζουν τα κατώτατα όρια της ποιότητας των νερών ανάλογα με τη χρήση τους καθώς και τη συχνότητα δειγματοληψίας και τις μεθόδους μέτρησης⁵⁶. Τα κράτη μέλη πρέπει να εφαρμόσουν μέτρα και να συντάξουν προγράμματα, που να εξασφαλίζουν μέσα στις προθεσμίες που ορίζουν οι Οδηγίες πέντε χρόνια για το γλυκό και το πόσιμο νερό, έξι χρόνια για νερά για οστρακοειδή, δέκα χρόνια για τα νερά επιφανείας και κολύμβησης την απαιτούμενη από τις Οδηγίες ποιότητα των νερών⁵⁷.

Η εφαρμογή των μέτρων αυτών αποδείχτηκε εξαιρετικά δύσκολη, ειδικά κατά τα πρώτα χρόνια μετά την έναρξη ισχύος τους, η Επιτροπή δεν

⁵⁵ Καράκωστας Γ. Κ., (2011), "Περιβάλλον και δίκαιο: Δίκαιο διαχείρισης και προστασίας των περιβαλλοντικών αγαθών", Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα

⁵⁶ Δούση Ε., (2001), «Η κοινοτική πολιτική περιβάλλοντος και η επίδρασή της στην περίπτωση της Ελλάδας», Παπαζήση, Αθήνα

⁵⁷ Μαραβέγια Ν. & Τσινισιζέλη Μ., (1995), «Ολοκλήρωση της Ευρωπαϊκής Ένωσης», Θεμέλιο, Αθήνα

έλεγγε συστηματικά την εφαρμογή των Οδηγιών⁵⁸. Τα προβλεπόμενα προγράμματα σπάνια εκτελούνταν και οι εργασίες εξυγίανσης έμπαιναν στα σκαριά μόνον ευκαιριακά. Από κράτος μέλος σε κράτος μέλος παρουσιάστηκαν σημαντικές διαφορές. Μόνο η προσφυγή στην διαδικασία παράβασης σύμφωνα με το άρθρο 1679 της Συνθήκης συντέλεσε ώστε από τα μέσα της δεκαετίας του 1980 τα κράτη μέλη να εντείνουν τις προσπάθειές τους προκειμένου να συμμορφωθούν με τις κοινοτικές απαιτήσεις.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ), με την οδηγία 2000/60/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 23ης Οκτωβρίου 2000 για τα θέσπιση πλαισίου κοινοτικής δράσης στον τομέα της πολιτικής των υδάτων, καθιερώνει κοινοτικό πλαίσιο για την προστασία και τη διαχείριση του ύδατος. Αρχικά, τα κράτη μέλη πρέπει να ταυτοποιήσουν και να αναλύσουν τα ευρωπαϊκά ύδατα, ταξινομημένα ανά υδρογραφική λεκάνη και ανά περιοχή λεκάνης απορροής ποταμού. Στη συνέχεια εγκρίνουν σχέδια διαχείρισης και προγράμματα μέτρων, προσαρμοσμένα σε κάθε υδατικό σύστημα.

Η 2000/60/ΕΚ αναφέρεται σε όλες τις κατηγορίες υδάτων, επιφανειακά, υπόγεια, μεταβατικά και παράκτια που βρίσκονται «σε απόσταση ενός ναυτικού μιλίου για τις βιολογικές παραμέτρους και δώδεκα ναυτικών μιλίων για τις φυσικοχημικές παραμέτρους από τη γραμμή αναφοράς». Η γραμμή αναφοράς προσδιορίζεται με βάση την ακτογραμμή, ανεξαρτήτως μεγέθους και χαρακτηριστικών. Η θέσπιση ενός τέτοιου ευρύτατου πεδίου εφαρμογής καταδεικνύει τη χαρακτηριστική προσπάθεια του κοινοτικού νομοθέτη να υπερβεί τον αποσπασματικό χαρακτήρα των προηγούμενων ρυθμίσεων και να προχωρήσει σε μια ολοκληρωμένη, σφαιρική προσέγγιση του προβλήματος⁵⁹.

Αναφορικά με τις πιο πρόσφατες διαβουλεύσεις, η Οδηγία 2000/60/ΕΚ σχετικά με τη θέσπιση πλαισίου κοινοτικής δράσης όσον αφορά στον τομέα της πολιτικής των υδάτων τέθηκε σε ισχύ στις 22 Δεκεμβρίου 2000. Η Οδηγία 2000/60/ΕΚ συνδυάζει ποιοτικούς, οικολογικούς και ποσοτικούς στόχους για την προστασία υδάτινων οικοσυστημάτων και την καλή κατάσταση όλων των υδατικών πόρων και θέτει ως κεντρική ιδέα την ολοκληρωμένη διαχείριση τους στη γεωγραφική κλίμακα των Λεκανών Απορροής Ποταμών. Επιπλέον, επαναπροσδιορίζει την έννοια της Λεκάνης Απορροής, η οποία περιλαμβάνει τα εσωτερικά επιφανειακά, τα υπόγεια ύδατα, τα μεταβατικά και τα παράκτια οικοσυστήματα⁶⁰.

⁵⁸ Καράκωστας, (2011), “Περιβάλλον και δίκαιο: Δίκαιο διαχείρισης και προστασίας των περιβαλλοντικών αγαθών”, Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα

⁵⁹ Καραγεώργου Β., (2003), Η Οδηγία - Πλαίσιο για το νερό: Ένας σημαντικός σταθμός για το Ευρωπαϊκό Δίκαιο Περιβάλλοντος, Νόμος και Φύση

⁶⁰ Επίσημη ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, europa.eu/legislation_summaries/energy/european_energy_policy/l28012_el.htm, (Πρόσβαση: 06-08-2014)

Στόχος της οδηγίας είναι η ενίσχυση και διασφάλιση της συμμετοχής του κοινού μέσω της δημιουργίας συστηματικών και ουσιαστικών διαδικασιών διαβούλευσης. Την ίδια στιγμή προωθεί την αειφόρο και ολοκληρωμένη διαχείριση των διασυνοριακών λεκανών απορροής ποταμών. Στο ίδιο πλαίσιο, η Οδηγία 2000/60/EK δημιουργεί και εισάγει νέες προσεγγίσεις στην αντιμετώπιση κινδύνων από τις πλημμύρες και την ξηρασία

Οι επιπτώσεις από την εφαρμογή της Οδηγίας στις επιχειρήσεις αναμένεται να είναι ιδιαίτερα θετικές. Η αποτελεσματική εφαρμογή της Οδηγίας θα δημιουργήσει τις απαραίτητες συνθήκες για τη στήριξη μιας πολιτικής που θα οδηγήσει στην ικανοποιητική και αποτελεσματική προστασία καθώς και στην ορθολογική διαχείριση και αξιοποίηση των πολύτιμων υδατικών πόρων του κάθε κράτους - μέλους.

1.5. Το πλαίσιο της Περιβαλλοντικής Ευθύνης

Αν λάβουμε υπόψη μας την τρέχουσα οικονομική κρίση η οποία αγγίζει την κοινωνία στο σύνολό της, υπάρχουν και κάποιες θεσμικές εξελίξεις οι οποίες μπορεί να αποτελούν σοβαρό πρόβλημα. Μια τέτοια θεσμική εξέλιξη είναι και η Περιβαλλοντική Ευθύνη. Αναλυτικότερα, αναφερόμαστε στην ευθύνη για τυχόν επιπτώσεις στο φυσικό περιβάλλον που προκύπτουν από κάποια παραγωγική διαδικασία συνδυασμένες με κάποια σκόπιμη ή εξ αμελείας ανθρώπινη ενέργεια⁶¹.

Αξιοσημείωτο θεωρείται το γεγονός πως το οικονομικό «βάρος» που συνεπάγεται η περιβαλλοντική ευθύνη ασφαρίζεται βάσει της διεθνούς πρακτικής. Δηλαδή, έναντι ενός σχετικά μικρού κόστους μεταφέρεται σε κατάλληλους χρηματοοικονομικούς φορείς. Εξάλλου αυτό είναι και το πνεύμα του Νομοθέτη που επιβάλλει να υπάρχει πρόβλεψη για κατάλληλη χρηματοοικονομική επάρκεια ώστε να αντιμετωπισθούν οι τυχόν συνέπειες επέλευση περιβαλλοντικού κινδύνου.

Οι πρόσφατες εξελίξεις όσον αφορά στο θέμα της περιβαλλοντικής ευθύνης και την αναγκαιότητα θέσπισης κανόνων επιχειρηματικής δράσης συμβατών με το περιβάλλον. Η Ευρωπαϊκή Οδηγία 2004/35/EK για την Περιβαλλοντική Ευθύνη που έχει ενσωματωθεί στο εγχώριο δίκαιο (ΠΔ148 / 29-9-2009) και η οποία εκφράζεται με το «ο ρυπαίνων πληρώνει», δεν προέκυψε τυχαία. Αποτελεί τη σύγχρονη έκφραση ενός εξελισσόμενου θεσμικού πλαισίου γύρω από το Περιβάλλον και την ανάγκη προστασίας του.

⁶¹ O’Riordan T., (2000), Environmental Science for Environmental Management, Pearson, Prentice Hall

1.5.1. Αειφόρος Ανάπτυξη

Αναφερόμενοι στον όρο της αειφόρου ανάπτυξης, μπορούμε να πούμε πως αποτελεί μία διαδικασία η οποία έχει ως στόχο το συγκερασμό της οικονομικής ανάπτυξης και της προστασίας των κοινωνικών και περιβαλλοντικών ισορροπιών⁶².

Η διαδικασία της ενσωμάτωσης των περιβαλλοντικών ζητημάτων στον ορισμό και την εφαρμογή των άλλων ευρωπαϊκών πολιτικών έχει ουσιαστική σημασία για την επίτευξη του στόχου της αειφόρου ανάπτυξης. Αυτή η αρχή θεσπίστηκε με τη συνθήκη του Μάαστριχτ και τη Σύνοδο Κορυφής του Κάρντιφ, το 1998, και έθεσε τις βάσεις για μία συντονισμένη δράση σε ευρωπαϊκό επίπεδο.

Ύστερα, το Μάιο του 2001, η Ε.Ε. ενέκρινε μία στρατηγική υπέρ της αειφόρου ανάπτυξης. Η στρατηγική αυτή αναθεωρήθηκε το 2006, ώστε να καλύψει τα κενά που είχαν διαπιστωθεί και να δοθεί νέα ώθηση. Εξάλλου, η παγκόσμια σύμπραξη για την αειφόρο ανάπτυξη, η οποία εγκρίθηκε από την Επιτροπή το 2002, της προσέδωσε μια εξωτερική διάσταση.

Από τότε, η συνθήκη της Λισαβόνας ενσωματώνει την αειφόρο ανάπτυξη μεταξύ των στόχων της Ευρωπαϊκής Ένωσης (άρθρο 3 § 3 της Συνθήκης για την Ευρωπαϊκή Ένωση).

Στις 5 Νοεμβρίου 2007 η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ενέκρινε το επιχειρησιακό πρόγραμμα «Περιβάλλον και αειφόρος ανάπτυξη» στην Ελλάδα για την περίοδο 2007-2013. Το πρόγραμμα αυτό προβλέπει κοινοτική στήριξη μέσω του ΕΤΠΑ για οκτώ ελληνικές περιφέρειες στο πλαίσιο του στόχου σύγκλισης (δεν περιλαμβάνονται οι περιφέρειες «σταδιακής κατάργησης») και μέσω του Ταμείου Συνοχής, το οποίο παρεμβαίνει σε ολόκληρη τη χώρα, συμπεριλαμβανομένων των περιοχών «σταδιακής κατάργησης» και «σταδιακής εισαγωγής».⁶³

1.5.2. Οδηγία για την εκτίμηση περιβαλλοντικών επιπτώσεων

Η Εκτίμηση Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων καταλαμβάνει κυρίαρχη θέση όσον αφορά στο πλαίσιο των προσπαθειών σχετικά με την επίτευξη ολοκληρωμένης και αποτελεσματικής προστασίας των παρακτίων ζωνών. Το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και το Συμβούλιο ενέκρινε την

⁶² Καράκωστας Γ. Κ., (2011), "Περιβάλλον και δίκαιο: Δίκαιο διαχείρισης και προστασίας των περιβαλλοντικών αγαθών", Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα

⁶³ Επίσημη ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, europa.eu/legislation_summaries/energy/european_energy_policy/l28012_el.htm, (Πρόσβαση: 30-08-2014)

κωδικοποιημένη οδηγία ΕΠΕ στις 13 Δεκεμβρίου 2011 και το κείμενό της δημοσιεύθηκε στις 28 Ιανουαρίου 2012 ως Οδηγία 2011/92/ΕΕ⁶⁴.

Αναφορικά με τους στόχους της συγκεκριμένη οδηγίας, αυτοί είναι⁶⁵:

- η ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων, προτού αυτές όντως εκδηλωθούν.
- να εξασφαλιστεί ότι τα έργα τα οποία ενδέχεται να έχουν σημαντικές επιπτώσεις στο περιβάλλον εκτιμώνται καταλλήλως πριν από την έγκρισή τους.
- να εξετάζονται εναλλακτικές λύσεις, στις οποίες περιλαμβάνεται και η μηδενική λύση (δηλαδή αν δεν γίνει καθόλου το έργο) και οι δυνατότητες και το κόστος που συνεπάγονται η πρόληψη ή η επανόρθωση των τυχόν βλαβών που ενδέχεται να προκαλέσει το έργο κατά την κατασκευή και την λειτουργία του.
- ο εντοπισμός και η περιγραφή των περιβαλλοντικών επιπτώσεων πριν την κατασκευή ενός έργου.

Επιπλέον, ρόλος της οδηγίας αφορά στην πρόβλεψη της συμμετοχής του κοινού σε ανοικτή και δημόσια συζήτηση για τις αναμενόμενες επιπτώσεις του έργου. Τα αποτελέσματα των συγκεκριμένων συζητήσεων θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη από τις αρχές που χορηγούν τις άδειες για την χωροθέτηση, την κατασκευή και την λειτουργία του έργου. Η ιδιαιτερότητα της οδηγίας έγκειται στο ότι είναι δύσκολη η εφαρμογή της και ότι οι διοικητικοί μηχανισμοί στα κράτη μέλη είχαν ελάχιστη εξοικείωση με αυτού του είδους τις διαδικασίες. Η καλή εφαρμογή της οδηγίας προϋποθέτει ότι η δημόσια διοίκηση, οι μελετητές και το κοινό είναι σε θέση να ανταποκριθούν στον ρόλο τους. Καθοδήγηση «εκ των άνω» (top-down) είναι απαραίτητη για την εφαρμογή της οδηγίας που προβλέπει οριζόντιες διαδικασίες «εκ των κάτω» (bottom-up)⁶⁶.

Η οδηγία χρησιμοποιείται αναφορικά με την διασφάλιση της έγκαιρης συμμετοχής του κοινού στις διαδικασίες λήψης περιβαλλοντικών αποφάσεων. Κατά τη διάρκεια της περιόδου εκτίμησης του έργου, τα ενδιαφερόμενα μέλη του κοινού πρέπει να ενημερώνονται και να έχουν τη δυνατότητα να υποβάλουν τις παρατηρήσεις τους επί των προτάσεων των κατασκευαστών, παρέχοντας έτσι τη δυνατότητα στις αρμόδιες αρχές και

⁶⁴ Επίσημη ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, europa.eu/legislation_summaries/energy/european_energy_policy/l28012_el.htm, (Πρόσβαση: 08-08-2014)

⁶⁵ Επίσημη ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, europa.eu/legislation_summaries/energy/european_energy_policy/l28012_el.htm, (Πρόσβαση: 08-08-2014)

⁶⁶ Επίσημη ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, europa.eu/legislation_summaries/energy/european_energy_policy/l28012_el.htm, (Πρόσβαση: 08-08-2014)

στους κατασκευαστές να λαμβάνουν αποφάσεις με πλήρη επίγνωση των συνεπειών.

Το θέμα που αφορά στη σχέση του θεσμού της εκτίμησης των περιβαλλοντικών επιπτώσεων από έργα, δραστηριότητες και προγράμματα με την προστασία των παρακτίων ζωνών, παρουσιάζει εξαιρετικό ενδιαφέρον. Το περιβάλλον των ζωνών αυτών, ανήκει, κατά σημαντικό μέρος στα λεγόμενα «ευαίσθητα οικοσυστήματα», οικοσυστήματα δηλαδή, που επειδή παρουσιάζουν εξαιρετικά περιορισμένη αντοχή στη ρύπανση, χρήζουν αποτελεσματικής προστασίας. Στις παράκτιες ζώνες εξάλλου, είτε πλησίον αυτών, συναντώνται μια σειρά έργων και δραστηριοτήτων (λιμένες, οικισμοί κ.λ.π), οι οποίες ασκούν σημαντικές επιδράσεις σε αυτές. Λόγω των προαναφερθέντων, το θέμα της εξεταζόμενης εκτίμησης, επιβάλλεται να αντιμετωπισθεί στα πλαίσια μιας όσο το δυνατόν ολοκληρωμένης και πλήρους προσέγγισης. Μια τέτοια προσέγγιση επιχειρείται με την παρούσα, όπου ειδικότερα εξετάζεται το προαναφερθέν θέμα από τεχνική, οικονομική, νομοθετική, νομολογιακή καθώς και οργανωτική/διοικητική άποψη.

Η οικονομική παράμετρος διαδραματίζει πολύ σημαντικό ρόλο όσον αφορά στην εξεταζόμενη εκτίμηση. Θέματα τα ποία αφορούν στην εν λόγω παράμετρο είναι:

- Η αδυναμία πλήρους λογιστικής απεικόνισης ωφελειών και κόστους, ιδιαίτερα στους ποιοτικούς παράγοντες και οι τρόποι χρηματοδότησης.
- Η δυνατότητα «εσωτερικοποίησης» του εξωτερικού κόστους.
- Η δυνατότητα χρήσης των πλέον πρόσφορων, κατά περίπτωση, οικονομικών μέσων.
- Ο εντοπισμός και η αξιολόγηση των «οικονομιών κλίμακας» και των «εξωτερικών οικονομιών» (κατ'έξοχήν στις αρνητικές εξωτερικές οικονομίες περιλαμβάνονται η μόλυνση, ρύπανση και υποβάθμιση του περιβάλλοντος),
- Ο προσδιορισμός της κοινωνικής ευημερίας που προκαλείται από την κατασκευή έργων, ανάπτυξη δραστηριοτήτων ή υλοποίηση προγραμμάτων.

Αξιοσημείωτο είναι το είδος των προβλημάτων που δημιουργούνται, λόγω της αδυναμίας της οικονομικής επιστήμης να συμπεριλάβει στους διάφορους «λογαριασμούς», την περιβαλλοντική συνιστώσα, ιδιαίτερα στην περίπτωση των μεγάλων έργων και των προγραμμάτων, με αποτέλεσμα, μεταξύ άλλων, ούτε κατάλληλη κατά περίπτωση «εσωτερικοποίηση» του εξωτερικού κόστους να είναι δυνατόν να επιτευχθεί, ούτε εκ του λόγου αυτού, να είναι δυνατή η επιλογή των πλέον πρόσφορων εναλλακτικών λύσεων.

Η διαδικασία της αντιμετώπισης των εξεταζομένων προβλημάτων τα οποία δημιουργούνται και κατά τον σχεδιασμό την κατασκευή και την λειτουργία των έργων και προγραμμάτων που υλοποιούνται στις παράκτιες ζώνες, θα πρέπει να αντιμετωπισθούν, εκτός των άλλων, με βάση τις εξής κατευθύνσεις⁶⁷:

- Την κατεύθυνση της πλήρους και πλέον πρόσφορης εκμετάλλευσης των υπάρχοντων μεθόδων και τεχνικών εκτίμησης, που περιορίζουν το εύρος των προαναφερθέντων προβλημάτων. Στο σημείο αυτό, θα πρέπει να επισημανθεί ότι ιδιαίτερα κρίσιμο θέμα, αποτελεί η εφαρμογή μεθόδων οριακής οικονομικής ανάλυσης, στις περιπτώσεις ΜΠΕ, εκτεταμένου εύρους και συνθετότητας, όπως είναι αυτές που αφορούν τις παράκτιες ζώνες. Χωρίς να αποκλείεται εξ ορισμού η χρήση των μεθόδων αυτών, πρέπει να δίδεται ιδιαίτερη προσοχή στις οικονομικές αναλύσεις προσδιορισμού του «άριστου επιπέδου ρύπανσης» ή στην αποτελεσματική κατανομή των χρήσεων στις παράκτιες ζώνες, με βάση τον κανόνα της εξίσωσης των οριακών ωφελειών τους, διότι οι αναλύσεις αυτές, πολλές φορές οδηγούν σε εσφαλμένα συμπεράσματα.
- Την κατεύθυνση της συνεξέτασης των βασικών τουλάχιστον κοινωνικοοικονομικών παραμέτρων με τις λοιπές τεχνικού, νομικού, οργανωτικού κ.λ.π. χαρακτήρα, στα πλαίσια εκπόνησης ΜΠΕ.
- Την κατεύθυνση της κρατικής παρέμβασης και της λήψης ενιαίων μέτρων από την πολιτεία, όταν η ιδιωτική πρωτοβουλία, οδηγεί στην δημιουργία εκτεταμένων αρνητικών εξωτερικών οικονομιών, μεταξύ των οποίων, προέχουσα θέση έχει η υποβάθμιση του περιβάλλοντος.

Το θέμα της καινοτομίας στην προληπτική δράση αφορά στην οδηγία για την εκτίμηση περιβαλλοντικών επιπτώσεων, που διαφέρει ουσιαστικά από τις συνήθεις οδηγίες. Αυτή δεν καθορίζει μετρήσιμους ποσοτικούς στόχους, αλλά διαδικασίες που πρέπει να ακολουθούνται στις περιπτώσεις όπου ένα συγκεκριμένο έργο ενδέχεται να έχει σημαντικές επιπτώσεις στο περιβάλλον.

1.5.3. Οδηγία για τον Ολοκληρωμένο Έλεγχο και την Πρόληψη της Ρύπανσης

Η Ευρωπαϊκή Ένωση είναι υπεύθυνη για τη διαδικασία του καθορισμού των υποχρεώσεων που απαιτείται να τηρούνται στο πλαίσιο βιομηχανικών και γεωργικών δραστηριοτήτων υψηλού δυναμικού ρύπανσης. Η Ευρωπαϊκή Ένωση θεσπίζει μια διαδικασία έκδοσης άδειας για τις δραστηριότητες που εμπίπτουν στο συγκεκριμένο πεδίο και προσδιορίζει ελάχιστες απαιτήσεις που πρέπει να καλύπτει κάθε άδεια, σε

⁶⁷ Επίσημη ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης,
europa.eu/legislation_summaries/energy/european_energy_policy/l28012_el.htm,
(Πρόσβαση: 08-08-2014)

ό,τι κυρίως αφορά την απόρριψη ουσιών που ρυπαίνουν. Στόχος είναι η μη ρύπανση ή η ελαχιστοποίηση των ρύπων στον αέρα, το νερό και το έδαφος, καθώς και των αποβλήτων που προέρχονται από βιομηχανικές και γεωργικές εγκαταστάσεις με σκοπό να επιτευχθεί μια υψηλής στάθμης προστασία του περιβάλλοντος.

Η ολοκληρωμένη πρόληψη και ο έλεγχος της ρύπανσης έχουν να κάνουν με βιομηχανικές και γεωργικές δραστηριότητες, νέες ή ήδη υπάρχουσες, υψηλού δυναμικού ρύπανσης, όπως αυτές ορίζονται στην οδηγία. Για την έκδοση της άδειας για βιομηχανικές και γεωργικές δραστηριότητες υψηλού δυναμικού ρύπανσης προϋποτίθεται η τήρηση ορισμένων περιβαλλοντικών απαιτήσεων, έτσι ώστε οι επιχειρήσεις να αναλαμβάνουν οι ίδιες την πρόληψη και τη μείωση της ρύπανσης που ενδεχομένως θα προξενήσουν.

Αναφορικά με τους περιβαλλοντικούς όρους οι οποίοι είναι απαραίτητο να τηρούνται για την λήψη άδειας λειτουργίας εκ μέρους μιας βιομηχανικής ή γεωργικής εγκατάστασης σχετίζονται κυρίως με⁶⁸:

- τη χρησιμοποίηση όλων των αναγκαίων μέτρων καταπολέμησης της ρύπανσης και κυρίως την προσφυγή στις βέλτιστες διαθέσιμες τεχνικές (ώστε να προκύπτουν τα λιγότερα δυνατά απόβλητα, να χρησιμοποιούνται οι λιγότερο επικίνδυνες ουσίες, να είναι δυνατή η ανάκτηση και ανακύκλωση των εκπεμπόμενων ουσιών κ.λπ.)
- την αποκατάσταση της τοποθεσίας μετά την ολοκλήρωση των δραστηριοτήτων.
- την αποτελεσματική χρησιμοποίηση της ενέργειας
- την πρόληψη κάθε ρύπανσης μεγάλων διαστάσεων
- την πρόληψη των ατυχημάτων και τον περιορισμό των συνεπειών τους
- την πρόληψη, ανακύκλωση ή διάθεση των αποβλήτων, με τις λιγότερο ρυπαντικές συνέπειες

Επιπλέον, η απόφαση αναφορικά με την έγκριση της άδειας περιέχει αριθμό συγκεκριμένων απαιτήσεων, οι κυριότερες μεταξύ των οποίων είναι⁶⁹:

- οριακές τιμές εκπομπής ρύπων (εξαιρούνται τα αέρια που προξενούν το φαινόμενο του θερμοκηπίου όταν εφαρμόζεται το σύστημα εμπορίας δικαιωμάτων)

⁶⁸ Επίσημη ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης,
europa.eu/legislation_summaries/energy/european_energy_policy/l28012_el.htm,
(Πρόσβαση: 08-08-2014)

⁶⁹ Επίσημη ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης,
europa.eu/legislation_summaries/energy/european_energy_policy/l28012_el.htm,
(Πρόσβαση: 08-08-2014)

- ενδεχόμενα μέτρα για προστασία του εδάφους, του νερού και του αέρα
- μέτρα διαχείρισης των αποβλήτων
- μέτρα για εξαιρετικές περιστάσεις (διαρροές, δυσλειτουργίες, στιγμιαίες διακοπές ή οριστική παύση, κ.λπ.)
- ελαχιστοποίηση της ρύπανσης σε μεγάλες αποστάσεις (διασυνοριακής ρύπανσης)
- επιτήρηση της απόρριψης αποβλήτων·
- τέλος, κάθε άλλη ενδεδειγμένη απαίτηση.

Με σκοπό τον συντονισμό ανάμεσα στη διαδικασία αδειοδότησης που προβλέπει η οδηγία και στο σύστημα εμπορίας δικαιωμάτων εκπομπής αερίων θερμοκηπίου, η άδεια που εγκρίνεται σύμφωνα με τις απαιτήσεις της οδηγίας δεν πρέπει να περιέχει οριακές τιμές εκπομπής αερίων που προξενούν το φαινόμενο του θερμοκηπίου εάν τα τελευταία αποτελούν αντικείμενο του συστήματος εμπορίας δικαιωμάτων εκπομπής, και υπό τον όρο βέβαια ότι δεν υπάρχει πρόβλημα ρύπανσης σε τοπικό επίπεδο. Επιπλέον, οι αρμόδιες αρχές θα έχουν τη δυνατότητα να μην επιβάλουν μέτρα ενεργειακής αποτελεσματικότητας στις μονάδες καύσης.

Οι αιτήσεις αδειοδότησης απευθύνονται στην αρμόδια αρχή του εκάστοτε κράτους μέλους, το οποίο και θα λάβει την απόφαση έγκρισης ή όχι της δραστηριότητας. Η απόφαση θα πρέπει κυρίως να περιλαμβάνει τις κάτωθι πληροφορίες⁷⁰:

- ενδεχόμενες λύσεις υποκατάστασης.
- μέτρα σχετικά με την πρόληψη και αξιοποίηση των αποβλήτων.
- περιγραφή της εγκατάστασης, περιεχόμενο και εύρος των δραστηριοτήτων, καθώς και σε τι κατάσταση βρίσκεται η τοποθεσία όπου θα αναπτυχθεί η εγκατάσταση.
- πηγές εκπομπών της εγκατάστασης, ποιοτικά και ποσοτικά χαρακτηριστικά των προβλεπόμενων εκπομπών (σε έδαφος, νερό και αέρα) και περιβαλλοντικές επιπτώσεις αυτών.
- προβλεπόμενα μέτρα παρακολούθησης των εκπομπών.
- τεχνολογία και τεχνικές που αποσκοπούν σε πρόληψη ή μείωση των εκπομπών που προκύπτουν από την εγκατάσταση.
- υλικά, ουσίες και ενέργεια που θα χρησιμοποιούνται ή θα παράγονται.

Όσον αφορά στο σύνολο των κανόνων και των αρχών οι οποίες καλύπτουν την τήρηση του εμπορικού και βιομηχανικού απορρήτου, αυτές οι πληροφορίες είναι απαραίτητο να διατίθενται στα ενδιαφερόμενα μέρη, στους πολίτες, με τα ενδεδειγμένα μέσα (και ηλεκτρονικώς), παράλληλα με πληροφορίες που άπτονται κυρίως της διαδικασίας αδειοδότησης, της

⁷⁰ Επίσημη ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης,
europa.eu/legislation_summaries/energy/european_energy_policy/128012_el.htm,
(Πρόσβαση: 08-08-2014)

αρμόδιας αρχής στην οποία έχει ανατεθεί η έγκριση ή όχι του έργου και της δυνατότητας των πολιτών να συμμετέχουν στη διαδικασία αδειοδότησης αλλά και στη διάθεση των λοιπών κρατών μελών, εάν πρόκειται για έργο που μπορεί να έχει διασυνοριακές επιπτώσεις· κάθε κράτος μέλος οφείλει να γνωστοποιεί τις πληροφορίες αυτές στα ενδιαφερόμενα μέρη στην επικράτειά του, για να τους δώσει τη δυνατότητα να διατυπώσουν γνώμη.

Στη διάθεση των πολιτών και των ενδιαφερόμενων κρατών – μελών τίθενται η απόφαση έγκρισης ή μη του έργου, τα επιχειρήματα επί των οποίων βασίστηκε η απόφαση, καθώς και ενδεχόμενα μέτρα μείωσης των αρνητικών επιπτώσεων του έργου. Σύμφωνα με τη σχετική εθνική τους νομοθεσία, τα κράτη μέλη πρέπει να εξασφαλίζουν τη δυνατότητα των ενδιαφερόμενων μερών να προσβάλουν την απόφαση ενώπιον της δικαιοσύνης.

Επιπλέον, τα κράτη μέλη θεωρούνται υπεύθυνα σχετικά με τη διαδικασία του έλεγχου συμμόρφωσης των βιομηχανικών εγκαταστάσεων και των βιομηχανικών επιχειρήσεων. Η επιτροπή, τα κράτη μέλη και οι ενδιαφερόμενοι βιομηχανικοί κλάδοι ανταλλάσσουν πληροφορίες σχετικά με τις βέλτιστες διαθέσιμες τεχνικές σε τακτική βάση.

Συμπεράσματα 1^ο κεφαλαίου

Από τα προαναφερθέντα μπορούμε να καταλήξουμε σε μια πληθώρα συμπερασμάτων, καίριας σημασίας. Η περιβαλλοντική ρύπανση έχει τη δυνατότητα να προκαλέσει ανυπολόγιστες ζημιές. Τα έξοδα καθαρισμού των εδαφών αλλά και των υδάτων και της αποκατάστασης των οικοσυστημάτων είναι δυσβάσταχτα και τις περισσότερες φορές ξεπερνούν την οικονομική δυνατότητα αποκατάστασης από τους φορείς εκμετάλλευσης, έχοντας αρνητικές συνέπειες όσον αφορά στη βιωσιμότητα αυτών των επιχειρήσεων.

Η πολιτική που αναπτύσσει η Ευρωπαϊκή Ένωση σχετικά με το περιβάλλον στοχεύει στην επίτευξη ισορροπίας μεταξύ, από τη μία πλευρά, της ανάγκης ανάπτυξης αλλά και χρήσης των φυσικών πόρων του πλανήτη και, από την άλλη της υποχρέωσής μας να κληροδοτήσουμε ένα υγιές περιβάλλον στις μελλοντικές γενιές.

Βάσει των επιταγών της κοινοτικής πολιτικής το σύνολο των επιχειρήσεων πρέπει να αναπτύσσει τον τομέα της εταιρικής, κοινωνικής και περιβαλλοντικής ευθύνης. Ο συγκεκριμένος τομέας ορίζεται ως την έννοια σύμφωνα με την οποία οι εταιρείες ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση, κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες, στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη. Η εταιρική κοινωνική και περιβαλλοντική ευθύνη εκτείνεται πέρα από την πλήρη τήρηση των νομικών υποχρεώσεων της εταιρείας, επενδύοντας περισσότερο στο ανθρώπινο δυναμικό, στο περιβάλλον και τις σχέσεις με τα ενδιαφερόμενα μέρη. Η εταιρική ευθύνη ξεκινά ως κουλτούρα, συμπεριφορά και δράση από το εσωτερικό της εταιρείας και διευρύνεται προς τα έξω καλύπτοντας την κοινωνία στην οποία δραστηριοποιείται αλλά και ολόκληρο τον πλανήτη, αφού από αυτόν αντλεί πόρους και σε αυτόν απορρίπτει.

Η περιβαλλοντική προστασία θεωρείται απαραίτητη αναφορικά με τη μελλοντική μας ευημερία. Για την εξασφάλιση μιας ποιοτικής διαβίωσης, πρέπει το σύνολο των κρατών να αναλάβουν αποφασιστική δράση για την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και τη διασφάλιση του αναγκαίου χώρου για να ανανεώνεται και να εξακολουθεί να παρέχει τους απαραίτητους πόρους, όπως ο καθαρός αέρας και το καθαρό νερό.

Αποτελεσματικά, στόχος της κοινοτικής πολιτικής για το περιβάλλον αποτελεί η επιδίωξη της βιωσιμότητας. Τομείς όπως είναι η βιομηχανία, η γεωργία, η αλιεία, οι μεταφορές, η ενέργεια και ο χωροταξικός σχεδιασμός έχουν σημαντικές επιπτώσεις στο περιβάλλον, εξαρτώνται όμως και από τα υγιή οικοσυστήματα. Βιωσιμότητα σημαίνει διασφάλιση ότι οι εν λόγω τομείς θα εξακολουθούν να παρέχουν τις υπηρεσίες που χρειαζόμαστε, χωρίς να διακυβεύεται η υγεία του φυσικού κόσμου.

Έτσι καταλήγουμε στην ανάγκη για την προστασία του περιβάλλοντος και η ενσωμάτωση της στην στρατηγική των επιχειρήσεων όπου θα αποτυπωθεί στα επόμενα κεφάλαια

Πάντειο Πανεπιστήμιο

Κεφάλαιο 2

Η Περιβαλλοντική Προστασία ως Παράγοντας Ανάπτυξης της Στρατηγικής των Επιχειρήσεων

Στις μέρες μας φαντάζει όσο ποτέ αναγκαία η προστασία του περιβάλλοντος τόσο από την κοινωνία και την κρατική πολιτική αλλά και από τις επιχειρήσεις για την βιωσιμότητα τους. Η κρατική πολιτική αναλύσαμε ότι έχει δομήσει με βάση τις πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης ένα άξιο σύστημα για την προστασία του περιβάλλοντος. Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να λάβουν σοβαρά όλα τα μηνύματα που έρχονται σε αυτές, τα όποια την προστάζουν ώστε να εντάξουν στην στρατηγική τους τις αλλαγές του περιβάλλοντος, στρατηγική που καταρχήν θα πρέπει να υπακούει στους νόμους και κατά δεύτερον να σέβεται και να προστατεύει το περιβάλλον πέρα από κανόνες και όρια.

2.1. Η Θεωρία των Ενδιαφερόμενων Μερών

Σε αυτό το σημείο κρίθηκε απαραίτητη η ανάλυση της θεωρίας ενδιαφερόμενων μερών, προκειμένου να γίνει αντιληπτό ότι οι επιχειρήσεις δεν δημιουργούν στρατηγικές με βάση μια σκέψη, μιας ιδέα αλλά η στρατηγική τους δημιουργείται μέσα από την εξέταση των ενδιαφερόμενων μερών.

Οι επιχειρήσεις αποτελούν οντότητες οι οποίες είναι άρρηκτα συνδεδεμένες με το κοινωνικό σύνολο μέσα στο οποίο δραστηριοποιούνται, επηρεάζοντας και επηρεαζόμενες από τα δεδομένα της εποχής και του χώρου δράσης τους, και αν σε μια πρώτη σκέψη θα μπορούσαμε να πούμε ότι ενδιαφερόμενα μέρη είναι οι ιδιοκτήτες-μέτοχοι ή οι εργαζόμενοι από τους οποίους μπορεί να επηρεαστεί μια επιχείρηση αναλύοντας την θεωρία θα συνειδητοποιήσουμε ότι στα ενδιαφερόμενα μέρη είναι όλοι αυτοί που έμμεσα ή άμεσα επηρεάζονται από την ύπαρξη και την λειτουργία της, όπως: οι αγοραστές, οι προμηθευτές, το κράτος, οι ανταγωνιστές, Μ.Κ.Ο., οι τοπικές κοινωνίες κ.α. που το καθένα θέλει να υπολογίζεται στην στρατηγική-λειτουργία των επιχειρήσεων

Οι ομάδες των ενδιαφερόμενων μερών έχουν ως κύρια προσδοκία τους οι επιχειρήσεις να λαμβάνουν υπόψη τους υπεύθυνα το σύνολο των αιτημάτων που τους αφορούν.

Κάθε ομάδα ενδιαφερόμενων έχει και μια συγκεκριμένη απαίτηση από την εκάστοτε επιχείρηση, οι μέτοχοι προσδοκούν κέρδη από τις επενδύσεις τους, οι εργαζόμενοι κάλυψη των εργασιακών τους δικαιωμάτων, οι αγοραστές ισορροπία μεταξύ αξίας και προϊόντος, οι προμηθευτές σωστούς αγοραστές, οι κυβερνήσεις συμμόρφωση με την νομοθεσία, οι ανταγωνιστές δίκαιο ανταγωνισμό, οι τοπικές κοινωνίες επιχειρήσεις με υπευθυνότητα και τέλος το

κοινωνικό σύνολο προσδοκά συμμετοχή των επιχειρήσεων στην βελτίωση της ποιότητας ζωής⁷¹.

Οι εξέταση των προσδοκιών είναι σημαντική, γιατί οι προσδοκίες αυτές θα επηρεάσουν την κρίση όλων αυτών που παίρνουν στρατηγικές αποφάσεις κυρίως ανώτατη διοίκηση σχετικά με τις ποιες από τις προτεινόμενες στρατηγικές είναι αποδεκτές η όχι από όλες τις ενδιαφερόμενες πλευρές σε συμφωνία και με την κουλτούρα και τα πιστεύω των στελεχών σε μια επιχείρηση⁷².

Με βάση την θεωρία των ενδιαφερόμενων μερών και συνδυάζοντας την προστασία του Φυσικού Περιβάλλοντος μέσα σε αυτήν αναπτύσσονται δυο πραγματικά αξιόλογες διαφορετικές διαστάσεις που ταυτόχρονα είναι αλληλένδετες

Η πρώτη διάσταση υποστηρίζει ότι μέσα στα ενδιαφερόμενα μέρη δεν αναφέρεται το Φυσικό Περιβάλλον ως παράγοντας επίδρασης της στρατηγικής των επιχειρήσεων, παρότι τα ενδιαφερόμενα μέρη είναι αυτά που επηρεάζονται έμμεσα ή άμεσα από την λειτουργία των επιχειρήσεων κάτι το οποίο θα μπορούσε να θεωρηθεί και το περιβάλλον καθώς και επηρεάζεται από την επιχείρηση και επηρεάζει την λειτουργία της, παρόλα αυτά το φυσικό περιβάλλον απέχει σαν κομμάτι της θεωρίας των ενδιαφερόμενων μερών στην στρατηγική των επιχειρήσεων.

Αυτό επισημαίνουν και οι Καρβούνης Σωτ. και Γεωργακέλλος Δημ.⁷³ λέγοντας ότι η βιβλιογραφία που ασχολείται με την έννοια του μάνατζμεντ των ενδιαφερόμενων μερών δεν έχει ρητά προσδιορίσει είτε την μη ανθρώπινη φύση είτε οντότητες εντός του φυσικού περιβάλλοντος ως ενδιαφερόμενα μέρη. Αναφέρουν βέβαια ότι αν και μέχρι πολύ πρόσφατα οι περισσότερες αναφορές για το επιχειρηματικό περιβάλλον δεν περιλάμβαναν το φυσικό περιβάλλον, ότι γίνονται προσπάθειες ώστε να συμπεριληφθεί και να διευρυνθεί η έννοια του ενδιαφερόμενου μέρους προκειμένου να συμπεριληφθεί σε αυτή η μη ανθρώπινη διάσταση της φύσεως

Έτσι λοιπόν η πρώτη διάσταση επεκτείνεται στην ανάγκη εισαγωγής του Φυσικού Περιβάλλοντος ως απαραίτητη συνιστώσα ώστε οι επιχειρήσεις να αντιληφθούν τις «προσδοκίες του» και να το υπολογίζουν στην δημιουργία της στρατηγικής τους.

Η δεύτερη διάσταση αποτυπώνει την εισαγωγή της Προστασίας Φυσικού Περιβάλλοντος ως προσδοκία των ενδιαφερόμενων μερών από τις επιχειρήσεις. Έτσι με την σειρά τους τα ενδιαφερόμενα μέρη που αποτυπώθηκαν στην αρχή ζητούν το καθένα για τους δικούς του λόγους και σκοπούς οι επιχειρήσεις να εντάξουν στην στρατηγική τους το Φυσικό

⁷¹ Sims, Ronald (2003) *Ethics and Corporate Social Responsibility: Why Giants Fall*, Greenwood Press: Connecticut.

⁷² Θερίου Νικόλαος (2005) *Στρατηγική Διοίκηση Επιχειρήσεων*, Κριτική, Αθήνα.

⁷³ Καρβούνης Σωτ. και Γεωργακέλλος Δημ. (2003) *Διαχείριση του Περιβάλλοντος Επιχειρήσεις και Βιώσιμη Ανάπτυξη*, Σταμούλης, Αθήνα

Διπλωματική Εργασία Δημητρακόπουλου Ιωάννη **Π.Μ.Σ Περιβαλλοντική Διακυβέρνηση και Βιώσιμη Ανάπτυξη**

Περιβάλλον με σκοπό είτε την προστασία του είτε προσωπικά οφέλη μέσα από αυτήν όπως στην περίπτωση των επενδυτών καθώς προσβλέπουν κέρδη και ανάπτυξη της επιχείρησης σε με τέτοια στρατηγική.

Αυτή η διάσταση είναι πιο κατανοητή καθώς τα ενδιαφερόμενα μέρη έχουν συγκεκριμένες προσδοκίες σε σχέση με την προστασία του περιβάλλοντος, όπως

Οι μέτοχοι θεωρούν πως ο υπολογισμός του φυσικού περιβάλλοντος θα επιφέρει οικονομικά αποτελέσματα έστω και μακροχρόνια ή θα γλιτώσει την επιχείρηση από μελλοντικούς κινδύνους.

Οι εργαζόμενοι θεωρούν πως μπορούν να βελτιωθούν οι συνθήκες εργασίας αν η επιχείρηση σέβεται το περιβάλλον.

Οι αγοραστές-καταναλωτές ζητούν επιχειρήσεις οι οποίες είναι ηθικές προς το περιβάλλον αλλά και νέα φιλοπεριβαλλοντικά-πράσινα και ασφαλή προϊόντα.

Οι κυβερνήσεις συμμόρφωση με την νομοθεσία για την προστασία του περιβάλλοντος.

Οι ανταγωνιστές δίκαιο ανταγωνισμό ώστε όλοι να σέβονται το περιβάλλον και να λειτουργούν με τους ίδιους κανόνες όλες οι επιχειρήσεις.

Οι τοπικές κοινωνίες ζητούν επιχειρήσεις με υπευθυνότητα για προστασία του περιβάλλοντος

Οι Οργανώσεις πιέζουν τις επιχειρήσεις για να προστατεύουν και να μην μολύνουν το περιβάλλον.

Όλα αυτά είναι που η επιχείρηση θα πρέπει να λάβει υπόψη της ως προσδοκίες των ενδιαφερόμενων μερών και να επιλέξει ιεραρχικά ποιες είναι πιο σημαντικές προκειμένου να τις συμπεριλάβει στην διαμόρφωση της Στρατηγικής της.

Ακόμη και αν κάποια θεωρηθούν ότι δεν μπορούν να επηρεάσουν τις επιχειρήσεις στην συνέχεια της εργασίας θα αποδειχθεί ότι το κάθε ενδιαφερόμενο μέρος έχει την δική του αξία που έμμεσα ή άμεσα μπορεί να επιδράσει αρνητικά στην ανάπτυξη της επιχείρησης αν δεν συνυπολογισθούν οι προσωπικές του προσδοκίες ή θετικά αντίστοιχα αν συνυπολογισθούν.

2.2. Επιχειρήσεις και Πελάτες-Καταναλωτές.

Το κάθε ενδιαφερόμενο μέρος έχει την δική του σημασία και αξία για την επιχείρηση και η επιχείρηση θα πρέπει να εκπληρώσει τις προσδοκίες όσο τον δυνατόν περισσότερο, αν μπορούσαμε όμως να ξεχωρίσουμε ένα από τα ενδιαφερόμενα μέρη το οποίο θα επηρέαζε όσο κανένα άλλο την βιωσιμότητα της επιχείρησης θα ήταν αυτό των πελατών-καταναλωτών.

Οι καταναλωτές αποτελούν ίσως την σημαντικότερη ομάδα συμφερόντων για την επιχείρηση. Αν οι καταναλωτές απομακρυνθούν από την επιχείρηση και σταματήσουν να αγοράζουν και να την προτιμούν επειδή δεν καλύπτει τα συμφέροντα τους, τότε η επιχείρηση θα σταματήσει να λειτουργεί. Για τον λόγο αυτό οι επιχειρήσεις οφείλουν να ιεραρχήσουν ακόμη και στην υψηλότερη θέση την κάλυψη των προσδοκιών των καταναλωτών και να προτάσσουν τα συμφέροντα τους κατά την παράγωγή προϊόντων και υπηρεσιών⁷⁴.

Δεν θα πρέπει να ξεχνάμε ότι οι καταναλωτές είναι και μέρος της κοινωνίας, οι οποίοι πέρα την σχέση που έχουν με την επιχείρηση μέσα από τα προϊόντα της είναι αυτοί που επηρεάζονται σε πολύ μεγάλο βαθμό από τις δραστηριότητες της, πολλές φορές περιβαλλοντολογικά λάθη των επιχειρήσεων μπορεί να θέσουν σε κίνδυνο ακόμη και την υγεία τους. Έτσι οι επιχειρήσεις καταρχήν θα πρέπει να παρέχουν προϊόντα με υψηλή ποιότητα και ταυτόχρονα να ανταποκρίνονται στην προσδοκία των καταναλωτών για προστασία του περιβάλλοντος.

Οι καταναλωτές έχουν δείξει ότι επιθυμούν και επικροτούν τις επιχειρήσεις οι οποίες είναι κοινωνικά ευαισθητοποιημένες, επιχειρήσεις που επενδύουν για την προστασία του περιβάλλοντος και γενικότερα να ενδιαφέρονται για το κοινωνικό σύνολο. Μέσα από αυτήν την υπευθυνότητα οι οποία ξεπερνά τους νόμους είναι η ηθική δέσμευση της επιχείρησης να φροντίζει και να σέβεται τους πελάτες της, που την εμπιστεύονται και οι πελάτες είναι έτοιμοι να της το ανταποδώσουν⁷⁵.

Αξίζει να σημειωθεί ότι η ευαισθητοποίηση των ενδιαφερόμενων μερών για το περιβάλλον, όπως αυτών της κοινωνίας, των καταναλωτών και των Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων διαδραμάτισε πρωταγωνιστικό ρόλο στις πιέσεις για την δημιουργία μεγάλου μέρους του Θεσμικού Πλαισίου από την Ευρωπαϊκή Ένωση στο οποίο περιλαμβάνονται οι λειτουργίες των επιχειρήσεων.

Ακόμη η ικανοποίηση αυτή των καταναλωτών, είναι αυτή που θα θέσει τις βάσεις ώστε η επιχείρηση να αυξήσει το μερίδιο της αγοράς που έχει, καθώς πέρα από προσδοκία των ήδη πελατών μας που θα πρέπει να την εκπληρώσουμε είναι μια προσδοκία του γενικότερου καταναλωτικού συνόλου που θα έχει ως αποτέλεσμα να δώσει την δυνατότητα να κερδίσει μεγαλύτερο

⁷⁴ Glegg Stewart R. and Rhodes C., 2006, Management Ethics, Contemporary contexts Routledge Publishing, Sydney.

⁷⁵ Jennings, Marianne M. 2011, Business Ethics, Case Studies and Selected Readings Cengage Learning Publishing, United States.

μερίδιο στην αγορά και θα ωθήσει την επιχείρηση να αποκτήσει πλεονέκτημα σε σχέση με τον ανταγωνισμό.

2.3. Η Ανάγκη Φιλοπεριβαλλοντικής Στρατηγικής από τις Επιχειρήσεις

Οι αλλαγές του περιβάλλοντος αναμένεται να προκαλέσουν επιπτώσεις τόσο στα φυσικά οικοσυστήματα όσο και στα ανθρώπινα συστήματα, ενώ αν δεν ληφθούν τα κατάλληλα μέτρα από τις επιχειρήσεις σύντομα και αυτές θα έρθουν αντιμέτωπες με πληθώρα προβλημάτων που θα την θέσουν απέναντι σε κινδύνους.

2.3.1. Επιχειρηματική

Η αρχική στάση των επιχειρήσεων στο θέμα είχε αμυντικό χαρακτήρα και συνήθως περιοριζόταν στην υπακοή στην ανάλογη νομοθεσία, τις τελευταίες δεκαετίες άρχισαν να αναγνωρίζουν ότι μια στρατηγική με γνώμονα το περιβάλλον μπορεί να τις προστατέψει από κόστη και κινδύνους αλλά να τους προσφέρει και αξιόλογες ευκαιρίες.

Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να συνειδητοποιήσουν ότι θα πρέπει να ενδιαφερθούν πραγματικά για το φυσικό περιβάλλον και ότι θα πρέπει να διαθέτουν κάποιους από τους πόρους του προκειμένου να το προστατεύουν.

Κάποια από τα επιχειρήματα που θα μπορούσαμε να αναφέρουμε ώστε να καταστεί κατανοητή η ανάγκη αυτή είναι, η αποφυγή επιβολής κρατικών κανονισμών, η υπεύθυνη και αποτελεσματικά ανταποκρινόμενη επιχείρηση θα μπορούσε να καταστεί ικανή να περιορίσει την αναγκαιότητα προκλήσεως επαχθών κρατικών παρεμβάσεων που θα επηρέαζαν ασφαλώς τα κέρδη και άλλους δείκτες αποδόσεως της⁷⁶.

Η υπακοή όμως στους νόμους είναι απαραίτητη αλλά δεν είναι αρκετή. Οι δράσεις πέρα από την συμμόρφωση με τους νόμους είναι ίσως μονόδρομος για την βιωσιμότητα των επιχειρήσεων και την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

Έτσι σημαντικά κρίνονται και επιχειρήματα που συνδέονται με τα κέρδη από μια καλύτερη δημόσια εικόνα της επιχείρησης, που όντας υπεύθυνη θα μπορούσε να βελτιώσει την εικόνα της και με αυτόν τον τρόπο να αποκτήσει περισσότερους πελάτες και να παρέχει περισσότερα κίνητρα στους επενδυτές να τοποθετήσουν τα χρήματά τους σε αυτές⁷⁷.

Γενικότερα η ικανοποίηση των προσδοκιών των ενδιαφερόμενων μερών από την στιγμή που η προστασία του περιβάλλοντος προστάζει όλο και πιο αναγκαία με αποτέλεσμα ευαισθητοποιεί και αυτά, οδηγεί σε ευκαιρίες που η

⁷⁶ Καρβούνης Σωτ. και Γεωργακέλος Δημ. (2003) Διαχείριση του Περιβάλλοντος Επιχειρήσεις και Βιώσιμη Ανάπτυξη, Σταμούλης, Αθήνα.

⁷⁷ Καρβούνης Σωτ. και Γεωργακέλος Δημ. (2003) ο.π.

επιχείρηση έμμεσα ή άμεσα μπορεί μέσα από την δική της στρατηγική και το ενδιαφέρον της για το περιβάλλον να τα μεταφράσει σε κέρδη για την ίδια.

Μπορεί στο παρελθόν οι επιχειρηματικές πρακτικές επιβλαβείς για το περιβάλλον να μπορούσαν να μείνουν ατιμώρητες και μακριά από τα φώτα της δημοσιότητας, σήμερα όμως κάτι τέτοιο φαντάζει πρακτικά αδύνατον, το αποτέλεσμα είναι ότι κάθε λανθασμένη πρακτική της επιχείρησης θα αντίκειται σε κυρώσεις, κυρώσεις όχι μόνο νομικής πλευράς οι οποίες τις περισσότερες φορές αντιμετωπίζονται αλλά κυρώσεις από την συμπεριφορά της κοινωνίας των καταναλωτών και των υπολοίπων ενδιαφερόμενων μερών.

Ακόμη οι δυνατότητες μείωσης στα κόστη όπως η ενέργεια, η κατανάλωση νερού ή η μείωση πρώτων υλών θεωρούνται σημαντικά προκειμένου να δημιουργήσουν την κατάλληλη απόσβεση που χρειάζεται να πραγματοποιηθεί έστω και μακροχρόνια στην αρχική επένδυση της επιχείρησης για την στροφή της στρατηγικής της προς την προστασία του περιβάλλοντος.

Βέβαια αν και ίσως να μην μπορούν να αποτυπωθούν με ακρίβεια οι κίνδυνοι που εμφανίζονται συχνά μέσα από τις αλλαγές του περιβάλλοντος είναι ένας ακόμη σημαντικός παράγοντας ώστε η επιχείρηση να μην αφήσει την προστασία του, τέτοιοι κίνδυνοι μπορεί να είναι εξωτερικοί όπως φυσικές καταστροφές αλλά και εσωτερικοί όπως την μη δυνατότητα των μηχανημάτων της επιχείρησης να αποδίδουν σωστά σε πολύ υψηλές ή χαμηλές θερμοκρασίες που θα προξενήσουν οι μεταβολές του κλίματος

2.3.2. Περιβαλλοντική

Πέρα από την ανάγκη των επιχειρήσεων οι οποίες θα πρέπει να προσαρμοστούν στις αλλαγές του περιβάλλοντος καθώς «απειλούνται» υπάρχει και η ανάγκη από την πλευρά του περιβάλλοντος. Η επιχειρήσεις δεν το υπολόγιζαν για πολλά χρόνια με αποτέλεσμα ήδη να έχουν προξενήσει σοβαρά προβλήματα σε αυτό με αρκετά από αυτά να είναι ανεπανάρθωτα.

Έτσι για να μην έρθουν τόσο οι επιχειρήσεις αλλά και γενικά η ανθρωπότητα με προβλήματα τα οποία πηγάζουν από τις αλλαγές του περιβάλλοντος που ευθύνονται οι επιχειρήσεις και κυρίως οι βιομηχανικές είναι αναγκαία η προστασία του μέσα από την στρατηγική των επιχειρήσεων.

Το αντικείμενο της εργασίας είναι να εξετάσει την σκοπιά των επιχειρήσεων αλλά είναι πραγματικά ενδιαφέρον, να δούμε έστω και συνοπτικά και την σκοπιά του περιβάλλοντος καθώς το ενδιαφέρον των επιχειρήσεων πέρα από την υπακοή των νόμων είναι λογικό να βοηθάει σε σημαντικό βαθμό την προστασία του Φυσικού Περιβάλλοντος. Είναι συνεπώς λογικό ότι η Περιβαλλοντική Ηθική των επιχειρήσεων, μπορεί να έχει θετικά αποτέλεσμα και να συμβάλει και στην προστασία του περιβάλλοντος πέρα από τις ίδιες.

Μπορεί να τα θεωρήσαμε κέρδη για τις επιχειρήσεις αλλά μια προσπάθεια από εκείνες για την μείωση της κατανάλωσης ενέργειας ή του νερού είναι φυσικό να είναι κέρδη και για το περιβάλλον, όπως ακόμη και η μείωση των πρώτων υλών όπως της ξυλείας.

Η συμπεριφορά των επιχειρήσεων για προστασία του περιβάλλοντος μέσα από μείωση των εκπομπών τους, των αποβλήτων τους και γενικά από την διαδικασία φιλοπεριβαλλοντικής παραγωγής συνδέονται ταυτόχρονα και με οφέλη του Φυσικού Περιβάλλοντος.

Όπως ακόμη η χρήση φιλοπεριβαλλοντικών πρώτων υλών τα οποία θα οδηγήσουν στην παραγωγή και φιλοπεριβαλλοντικών προϊόντων είναι λογικό να προσφέρουν σημαντική βοήθεια στην προστασία του περιβάλλοντος.

Αυτό το ενδιαφέρον των επιχειρήσεων ακόμη και πέρα από τους νόμους προστάζει αναγκαία πέρα από τις επιχειρήσεις και για το περιβάλλον, καθώς οι ρυθμιστικές αρχές δεν κινούνται παράλληλα με τις εξελίξεις και συνήθως έχουν κατασταλακτικό χαρακτήρα.

Αν και είναι η αρχική σκέψη όλων ότι μια φιλοπεριβαλλοντική συμπεριφορά από τις επιχειρήσεις θα προστατέψει το περιβάλλον είναι αξιοσημείωτη η σύνδεση Περιβάλλοντος-Επιχείρησης, πόσο αλληλένδετα είναι μεταξύ τους αφού τα κέρδη του ενός είναι κέρδη για το άλλο, ίσως αυτός να είναι και ο λόγος που πολλοί υποστηρίζουν πως δεν μπορεί να υπάρξει οικονομική ανάπτυξη σε ένα περιβάλλον το οποίο καταρρέει.

2.4. Επιχειρήσεις και Φυσικό Περιβάλλον

Μεγάλες επιχειρήσεις ανά τον κόσμο συμφωνούν ότι οι αλλαγές του περιβάλλοντος είναι μια από τις μεγαλύτερες προκλήσεις που έχει να αντιμετωπίσει η επιχειρηματική κοινότητα.

Θεωρούμε ότι έχουν περάσει αρκετά χρόνια από το ερώτημα των επιχειρήσεων αν θα πρέπει να τους απασχολεί το Φυσικό Περιβάλλον. Στην σημερινή εποχή έχουν θέσει στόχους ώστε να ενεργήσουν, και οι επιχειρήσεις που θα καταφέρουν να διαχειριστούν τους εκάστοτε κινδύνους που θα προκύψουν ενώ ταυτόχρονα θα αναζητήσουν νέες ευκαιρίες για κέρδη θα είναι αυτές που θα επιβιώσουν στο μέλλον στην αρένα του ανταγωνισμού.

Βέβαια βάσει των εκθέσεων και των ερευνών⁷⁸ που αποτυπώνει ο καθηγητής Πάππης Κ.⁷⁹ οι οποίες αναφέρονται πάνω στους μεγαλύτερους στρατηγικούς κινδύνους, και ενώ το χρονικό διάστημα μεταξύ των ερευνών είναι μικρό παρατηρείται μια έντονη αλλαγή μεταξύ των αρχικών αποτελεσμάτων σχετικά με τι θεωρούν κίνδυνο οι επιχειρήσεις σε σχέση με τις τελευταίες, ενώ λοιπόν στις αρχικές έρευνες η κλιματική αλλαγή αλλά και κίνδυνοι που σχετίζονται με αυτήν όπως φυσικές καταστροφές, οι υπερβολικές κανονιστικές παρεμβάσεις καταλαμβάνουν τις πρώτες θέσεις αλλάζει δραστικά η κατάταξη σε διάστημα μόλις 2-3 χρόνων (χρονική περίοδος ερευνών 2007-2009) καταλαμβάνοντας στις επόμενες έρευνες κάποιες από τις τελευταίες θέσεις. Ως κύριος λόγος για

⁷⁸ Έκθεση από την Ernst and Young σε συνεργασία με την Oxford Analytica του 2008, έκθεση Ernst and Young το 2009 καθώς και έρευνες που διεξήχθησαν από το Κέντρο Έρευνας και Καινοτομίας CSFI για τις χρονιές 2007 και 2009

⁷⁹ Παππης Π. Κωστας(2011) Κλιματική αλλαγή, Διαχείριση της εφοδιαστικής Αλυσίδας και Προσαρμογή των Επιχειρήσεων, Επίκεντρο, Θεσσαλονίκη.

αυτήν την μετατροπή φαίνεται να είναι αλλαγή στο οικονομικό κλίμα εκείνων των χρόνων καθώς ο κίνδυνος της οικονομικής κρίσης και η παγκόσμια ύφεση καταλαμβάνουν τις πρώτες θέσεις. Οι έρευνες αυτές είχαν σαν σημείο αναφοράς την ασφαλιστική βιομηχανία η οποία αντικατοπτρίζει το γενικότερο κλίμα στις επιχειρήσεις και βοηθούν στην αναγνώριση των γενικών τάσεων που χαρακτηρίζουν τον επιχειρηματικό κόσμο.

Όπως αποδεικνύεται, οι επιχειρήσεις ως οργανισμοί παραγωγής κέρδους μπορεί να έχουν αναγνωρίσει τις αλλαγές του περιβάλλοντος στις στρατηγικές τους αλλά το ενδιαφέρον τους αυτό επηρεάζεται από προβλήματα που μπορεί να αντιμετωπίσει ο πρωταρχικός τους σκοπός, και ο πρωταρχικός τους σκοπός δεν είναι άλλος από την αύξηση κερδών. Αυτά τα προβλήματα μπορεί να δώσουν παράταση στις επιχειρήσεις προκειμένου να προσαρμοστούν αλλά σε καμία περίπτωση δεν θα πρέπει να σημαίνει ότι θα πρέπει να αποβάλουν από το στρατηγικό τους πλάνο, την ανάγκη να ακολουθήσουν μια φιλοπεριβαλλοντική συμπεριφορά.

Το εξωτερικό περιβάλλον των επιχειρήσεων πάντα θα έχει μετατροπές όπως τις οικονομικές κρίσεις, τις γεωπολιτικές κρίσεις, νομικές αβεβαιότητες και πολιτικές αλλαγές οι οποίες θα δίνουν ισχυρά κίνητρα ώστε να αποσπούν την προσοχή των επιχειρήσεων, όμως αυτά δεν θα πρέπει να μετατρέπονται σε αιτιολογία ώστε να μεταβάλουν τους στόχους και τους σκοπούς των επιχειρήσεων για την προσαρμογή τους στις αλλαγές του περιβάλλοντος.

Όπως έχουμε αναφέρει δεν βρισκόμαστε πλέον στην αρχή του προβλήματος και οι αλλαγές αυτές θα αγγίζουν όλο και περισσότερο τόσο το εξωτερικό όσο και το εσωτερικό περιβάλλον προκαλώντας προβλήματα στην ομαλή λειτουργία της επιχείρησης, ενώ τα παράπλευρα κέρδη που μπορεί να έχει μια επιχείρηση από την προστασία του περιβάλλοντος προστάζουν προκειμένου να μην αποκλεισθεί από την στρατηγική τους.

Άλλωστε όπως θα κριθεί η κάθε επιχείρηση από τις δυνατότητες να δημιουργεί κατάλληλη στρατηγική να την αναπτύσσει και να την εφαρμόζει ώστε να προσαρμόζεται στις αλλαγές του εξωτερικού της περιβάλλοντος το οποίο μεταβάλλεται από οικονομικούς πολιτικούς, νομικούς παράγοντες κ.α. έτσι θα κριθεί και η επιτυχία στις δυνατότητες της για την δημιουργία της σωστής στρατηγικής στο μεταβαλλόμενο φυσικό περιβάλλον.

2.4.1. Ο Ρόλος του Μάνατζερ στην Προσαρμογή των Επιχειρήσεων

Τα περισσότερα στελέχη αντιμετώπιζαν τις αλλαγές του περιβάλλοντος ως ένα πρόβλημα της επιχείρησης με τρεις πτυχές: Να συμμορφώνονται με την εκάστοτε περιβαλλοντική νομοθεσία, την νομική ευθύνη από τα εργατικά ατυχήματα και μετρίαση των εκπομπών ρυπογόνων στοιχείων⁸⁰. Παρά την παγκόσμια αναγνώριση του μεγέθους του προβλήματος λίγοι είναι οι μάνατζερ που γνωρίζουν πως πρέπει να αντιμετωπίσουν την πρόκληση αυτή.

⁸⁰ Gil Friend (2009), The Truth About Green Business, Pearson Education

Ο ρόλος του Μάνατζερ όμως είναι αυτός που θα πρέπει να προβλέψει τις απειλές από τις αλλαγές αυτές, να κρίνει τις δυνατότητες της επιχείρησης που ηγείται να βρει τις ευκαιρίες μέσα από αυτές ώστε να κινήσει τις απαραίτητες διαδικασίες για αλλαγή πορείας της επιχείρησης.

Ακόμη και στην περίπτωση της ύπαρξης συμβούλων σε μια επιχείρηση πάνω σε θέματα του περιβάλλοντος αυτός θα είναι που θα πρέπει να πάρει τις τελικές αποφάσεις για το αν, το πότε και σε ποιο βαθμό η επιχείρηση θα στρέψει την στρατηγική της στην προστασία του περιβάλλοντος. Γίνεται λοιπόν σαφές ότι οι Μάνατζερ πρέπει να ενημερωθούν όσο το δυνατόν πληρέστερα για τα ζητήματα των αλλαγών του περιβάλλοντος προκειμένου να χρησιμοποιήσουν την γνώση αυτή για να οργανώσουν συστηματικά την αλλαγή στρατηγικής που πιθανόν χρειαστεί η επιχείρηση.

Σε κάθε νέα αλλαγή που θα προκύψει στο άμεσο ή έμμεσο περιβάλλον της επιχείρησης θα πρέπει ο Μάνατζερ να δημιουργήσει στρατηγική για την καλύτερη προσαρμογή της. Οι καλοί Μάνατζερ είναι αυτοί που την προσαρμογή θα την μετατρέψουν σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Ο Μάνατζερ πρέπει να είναι διορατικός και μέσα από τις κινδύνους και τα προβλήματα που θα προκύψουν από τις αλλαγές του περιβάλλοντος αυτός θα έχει προβλέψει την όσο τον δυνατόν καλύτερη στρατηγική έτσι ώστε όχι μόνο να μην επηρεάσουν την επιχείρηση του αλλά να έχει εκμεταλλευτεί τις ευκαιρίες που μπορεί να του προσφέρουν ώστε να δημιουργήσει ακόμη μεγαλύτερα κέρδη για την επιχείρηση και του μετόχους

2.4.2. Κουλτούρα της Επιχείρησης

Η κουλτούρα που επικρατεί στα σωθικά της επιχείρησης είναι ένα κύριο αρχικό στοιχείο το οποίο και θα ωθήσει την επιχείρηση προς την νέα κατεύθυνση αλλά και θα στηρίξει την νέα στρατηγική για επιτύχει τους στόχους που θα θέσει, η έννοια της κουλτούρας σε μια επιχείρηση είναι συνδεδεμένη με Αξίες, Πιστεύω, Σημασίες-Έννοιες, Παραδοχές, Αρχές και Άτυποι Κανόνες που υπάρχουν μέσα στην επιχείρηση, από τα ανώτατα στελέχη μέχρι τους εργαζόμενους, η κουλτούρα προσδιορίζει τι είναι σημαντικό και τι είναι ασήμαντο, τι είναι σωστό και τι είναι λάθος, τι είναι δίκαιο και τι άδικο, τι είναι κατάλληλο και τι ακατάλληλο, τι είναι και τι δεν είναι επείγον, τι είναι και τι δεν είναι αναγκαίο.

Η έννοια της κουλτούρας δεν μπορεί να ορισθεί ακριβώς, μπορεί να συνδέεται από τον τρόπο αντιμετώπισης των εργαζομένων της επιχείρησης απέναντι στα ενδιαφερόμενα μέρη μέχρι και τις σχέσεις μεταξύ τους.

Το φυσικό περιβάλλον λοιπόν πρέπει να το θέσουμε σαν μια από τις αξίες της κουλτούρας, δεν θα έχει καμία σημασία και είναι σίγουρο ότι θα οδηγηθεί στην αποτυχία μια νέα στρατηγική αν πρώτα η ίδια η επιχείρηση δεν έχει πιστέψει την ανάγκη προς αυτήν την κατεύθυνση, αν όλοι η εργαζόμενοι σε αυτήν δεν κατανοήσουν ότι αυτή η στροφή της επιχείρησης για την προστασία του Περιβάλλοντος είναι προς όφελος όλων.

Αναφέραμε νωρίτερα ότι τόσο τα στελέχη έχουν αναγνωρίσει τις αλλαγές του περιβάλλοντος ως επιτακτική ανάγκη μιας νέας στρατηγικής όσο και οι εργαζόμενοι σαν ενδιαφερόμενο μέρος πιέζουν για δικό τους όφελος για μια Φιλοπεριβαλλοντική Στρατηγική, σίγουρα αυτά βοηθούν για να θέσει η επιχείρηση βάσεις αλλά η προστασία του περιβάλλοντος θα πρέπει άμεσα να εισαχθεί στην κουλτούρα της επιχείρησης

Ο Μάνατζερ αλλά και η κουλτούρα μιας επιχείρησης είναι αυτά που θα ωθήσουν στην διαμόρφωση μιας νέας στρατηγικής. Βέβαια δεν θα πρέπει να ξεχνάμε ότι μαζί με αυτά σημαντικό ρόλο θα διαδραματίσουν και οι δυνατότητες του εσωτερικού περιβάλλοντος μιας επιχείρησης, είναι αυτές που θα ορίσουν αν μπορούν να αντιμετωπίσουν τις νέες προκλήσεις του εξωτερικού περιβάλλοντος.

Έτσι θα πρέπει να κρίνουμε και τους πόρους που διαθέτει μια επιχείρηση προκειμένου όχι μόνο να διαμορφωθεί η νέα στρατηγική αλλά και να αντιμετωπίσει τους ενδεχόμενους κινδύνους. Πόροι υλικοί και άυλοι που ανήκουν στην επιχείρηση όπως το ανθρώπινο δυναμικό, οικονομικοί, τεχνογνωσία, μηχανήματα και άλλα που ανήκουν στο εσωτερικό περιβάλλον μιας επιχείρησης είναι αυτά που θα καθορίσουν και τις δυνατότητες της. Για να αποφευχθεί όμως η επανάληψη στην εργασία δεν θα προχωρήσουμε προς το παρόν σε μια μεγαλύτερη αναφορά αυτών καθώς θα αναφερθούν στο κεφάλαιο της SWOT Ανάλυσης⁸¹.

2.5. Η Στρατηγική των επιχειρήσεων και Φυσικό περιβάλλον

Με δεδομένο ότι το φυσικό περιβάλλον είναι ένας από τους παράγοντες του εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης, ακόμη και η καθαρή επιχειρηματική έννοια της στρατηγικής δεν απέχει από το σκοπό της εργασίας, ο οποίος δεν είναι άλλος από την ανάγκη υπολογισμού αυτού στην στρατηγική των επιχειρήσεων.

Ορισμοί όπως αυτός τους Hofer και Schendel ότι «στρατηγική είναι η αντιστοίχιση που κάνει ένας οργανισμός μεταξύ των εσωτερικών πόρων και ικανοτήτων και των ευκαιριών και κινδύνων που δημιουργούνται στο εξωτερικό περιβάλλον»⁸² μπορούν να γεννήσουν μόνο απορίες γιατί η επιχειρηματική κοινότητα άργησε σε σεβαστό επίπεδο να εντάξει το Φυσικό Περιβάλλον στην στρατηγική της.

Με βάση λοιπόν την προηγούμενη τοποθέτηση αλλά και αυτά που αναλύσαμε στις προηγούμενες παραγράφους τόσο για την επιχειρηματική ανάγκη όσο και τις πιέσεις των ενδιαφερόμενων μερών για προστασία του περιβάλλοντος φαίνεται η είσοδος του Φυσικού Περιβάλλοντος στην στρατηγική των επιχειρήσεων να είναι ο μόνος δρόμος.

⁸¹ Η SWOT ανάλυση είναι ένα επιχειρηματικό εργαλείο που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις προκειμένου να τους βοηθήσει στην στρατηγική τους, στο κεφάλαιο 4 θα αποτυπώσουμε την ανάλυση SWOT εισάγοντας σε αυτήν τον παράγοντα του φυσικού περιβάλλοντος.

⁸² Παπαδάκης Βασίλης (2012), Στρατηγική των Επιχειρήσεων: Ελληνική και Διεθνής εμπειρία, Τόμος Α, Ε. Μπένου, Αθήνα.

Βέβαια σε πολλές επιχειρήσεις, το ενδιαφέρον τους για το περιβάλλον περιορίζεται σε μια αμυντική στρατηγική έναντι των κυρώσεων και των οικονομικών βλαβών, προσπαθώντας να εξασφαλίσουν ότι οι εγκαταστάσεις και οι λειτουργίες τους είναι νόμιμες και ότι συμμορφώνονται με τις κυβερνητικές απαιτήσεις. Η στρατηγική τους είναι τέτοια ώστε να προσπαθούν να περιορίσουν της διάφορες κυρώσεις τις οποίες περιλαμβάνει το θεσμικό πλαίσιο των επιχειρήσεων το οποίο αναλύσαμε στο πρώτο κεφάλαιο, έτσι προσπαθούν για ενέργειες που δεν θα την φέρουν αντιμέτωπες με αυτές όπως:

- Την σωστή διαχείριση-διάθεση των αποβλήτων τους.
- Την μείωση εκπομπής αερίων του θερμοκηπίου.
- Να βελτιώσουν την ενεργειακή τους απόδοση.
- Την μείωση της κατανάλωσης της ενέργειας.
- Μείωση των περιβαλλοντικών τους επιπτώσεων.

Δεν είναι λίγες όμως αυτές που διερευνούν ή έχουν εντάξει ήδη τις στρατηγικές μιας ενεργού περιβαλλοντικής προστασίας. Αποφεύγοντας τη χρήση βλαβερών ουσιών εξοικονομούν υψηλό κόστος απορρίψεως αποβλήτων και παρουσιάζουν στην αγορά το φιλοπεριβαλλοντικό τους «πρόσωπο» αλλά και προϊόντα περιβαλλοντικά αποδεκτά, αποκτώντας ταυτόχρονα ένα συγκριτικό πλεονέκτημα.

Η ανταγωνιστική φύση του επιχειρηματικού κόσμου και οι απειλές που έρχονται από τις οικονομικές μεταβολές καθιστά αναγκαίες τις στρατηγικές επιλογές προκειμένου οι επιχειρήσεις να επιβιώσουν και να ευημερήσουν. Στο σημερινό ανταγωνιστικό περιβάλλον, η δέσμευση για τα περιβαλλοντικά ζητήματα έχει καταστεί μια σημαντική μεταβλητή που ενθαρρύνει τις επιχειρήσεις να συμμορφωθούν και να υιοθετήσουν περιβαλλοντικές στρατηγικές⁸³.

Ο σκοπός είναι να αξιολογήσουμε τους τρόπους με τους οποίους οι αλλαγές του περιβάλλοντος μπορούν να επηρεάσουν την επιχείρηση, και μέσα από την σωστή στρατηγική να αναπτύξουμε το κατάλληλο χρονοδιάγραμμα για την προσαρμογή μας οι οποίες βασισμένες σε κάθε νέα πληροφόρηση θα οδηγήσουν την επιχείρηση σε μια δυναμική αντιμετώπιση κάθε πιθανής περιβαλλοντολογικής στρατηγικής απειλής. Οι κινήσεις που μπορεί να προκύψουν διαφέρουν από επιχείρηση σε επιχείρηση τόσο στο μέγεθος όσο και την έκταση, αφού μπορεί να από απλά μείωση της κατανάλωσης ενέργειας ως και ολοκληρωτική αλλαγή τμημάτων της επιχείρησης⁸⁴.

⁸³ Gil Friend (2009), *The Truth About Green Business*, Pearson Education

⁸⁴ Lash J., Wellington F. (2006), *Competitive Advantage on a Warming Planet*, Harvard Business Review.

Αν μια επιχείρηση φροντίσει μέσα από την δημιουργία μιας στοχευμένης στρατηγικής να αντιδράσει απέναντι στις αλλαγές του περιβάλλοντος αλλά και τους κινδύνους που εγκυμονούν αυτές, τότε όχι μόνο θα καταφέρει να μειώσει της αρνητικές επιδράσεις που πιθανόν να της προξενήσουν, αλλά θα θέσει και μια γερή βάση για ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα του οποίου τα οφέλη είναι πολλαπλά και μπορεί να την βοηθήσουν σε σημαντικό βαθμό στην βιωσιμότητας της όταν καλεστεί να αντιμετωπίσει άλλους επιχειρηματικούς κινδύνους του εξωτερικού περιβάλλοντος της.

Κλείνοντας το μέρος της στρατηγικής είναι σημαντικό να αποτυπώσουμε και να οριοθετήσουμε τι μπορεί να περιλαμβάνει αυτή η νέα στρατηγική που θα έχει ως γνώμονα την προστασία του περιβάλλοντος. Σύμφωνα με το βιβλίο των Daniel C. Esty και Andrew S. Winston, με τίτλο *Green to Gold*⁸⁵, οι επιχειρήσεις που αναπτύσσουν μια επιχειρηματικότητα φιλική για το περιβάλλον θα πρέπει να ικανοποιούν 4 βασικούς σκοπούς.

- Μείωση του λειτουργικού κόστους καθώς και των εξόδων που σχετίζονται με την μόλυνση του περιβάλλοντος, όπως για παράδειγμα η διαχείριση των απορριμμάτων.
- Αναγνώριση και μείωση των ρίσκων που έχουν να κάνουν με διαδικασίες ή υλικά που μολύνουν το περιβάλλον. Αυτό εκτός από την ίδια την εταιρεία, σημαίνει ότι και οι συνεργάτες οι προμηθευτές και η γενικότερη εφοδιαστική αλυσίδα θα πρέπει να ακολουθούν τις ίδιες αρχές.
- Ανεύρεση τρόπων σχεδιασμού, παραγωγής και προώθησης, οι οποίοι θα είναι οικολογικά ανώτεροι από τους ήδη και φυσικά από αυτούς του ανταγωνισμού. Μέσα από αυτήν την διαδικασία είναι σίγουρο ότι θα εξασφαλίσουν πολλά κέρδη, οικονομικά ή μη, για την επιχείρηση και παράλληλα θα ικανοποιηθούν οι ανάγκες των πελατών της.
- Η ανάπτυξη φήμης και αξίας μάρκας, μέσα από μια γενικότερη "πράσινη στρατηγικής λειτουργίας".

Ενώ στην ίδια βιβλιογραφία αποτυπώνεται ότι οι σκοποί αυτοί επιτυγχάνονται μέσα από την ανάπτυξη και λειτουργία 8 στρατηγικών τις οποίες αναφέρονται συνοπτικά ως εξής:

1. Οικολογική διαχείριση των πόρων της επιχείρησης.
2. Μείωση των εξόδων που σχετίζονται με την μόλυνση του περιβάλλοντος μέσα από νέους τρόπους λειτουργίας.
3. Δημιουργία συνεργασιών με προμηθευτές και συνεργάτες με σκοπό την υιοθέτηση κοινής στρατηγικής και μείωσης των εξόδων και φυσικά της επιβάρυνσης του περιβάλλοντος.

⁸⁵ Daneil C. Esty, Andrew S. Winston, *Green to gold*, 2006, Yale University Press

4. Διαχείριση του περιβαλλοντικού ρίσκου.
5. Οικολογικός σχεδιασμός των προϊόντων και υπηρεσιών, ώστε να ικανοποιούν τις προσδοκίες και τις ανάγκες των καταναλωτών.
6. Οικολογικό Μάρκετινγκ και προώθηση των προϊόντων.
7. Δημιουργία νέου χώρου στην αγορά, με έμφαση σε προϊόντα καινοτόμα και υπηρεσίες εξελιγμένες, πάντα μέσα από μια οικολογική προσέγγιση
8. Ανάπτυξη εταιρικής ταυτότητας με οικολογικά πρότυπα, ήθη και αξίες. Με απώτερο σκοπό την δημιουργία φήμης ώστε να ταυτίζεται με τις αξίες των πελατών με περιβαλλοντικές ευαισθησίες.

Οι παραπάνω προσέγγιση μας βοηθά ώστε να συνειδητοποιήσουμε τις διεργασίες της επιχείρησης οι οποίες πρέπει να «πρασινίσουν» μέσα από την νέα στρατηγική. Είναι λογικό οι περισσότερες από αυτές να σχετίζονται με την παραγωγή και τον τρόπο λειτουργίας της επιχείρησης. Σίγουρα η δυνατότητα της εργασίας δεν είναι στο επίπεδο της προαναφερθείσας βιβλιογραφίας και σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να εντυφίσει σε όλα αυτά που αναφέραμε. Όμως όλα αυτά είναι αλληλένδετα με αποτέλεσμα θα πραγματοποιηθεί μια αναφορά.

Όπως γίνεται αντιληπτό μια νέα στρατηγική για την επιχείρηση η οποία αλλάζει σε έντονο βαθμό τις κοινές παλαιές πρακτικές οι οποίες επιβάρυναν το περιβάλλον ειδικά στον τομέα των βιομηχανικών επιχειρήσεων θα έχει ως αποτέλεσμα την αναδιάρθρωση της λειτουργίας τους, ακόμη και τμήματα τα οποία μπορεί να μην σχετίζονται με την επιβάρυνση του παρελθόντος στο περιβάλλον θα πρέπει να προσαρμοστούν προκειμένου να διαχειριστούν τις νέες αλλαγές που ορίζει το περιβάλλον αλλά και η τάση της επιχείρησης να αποδείξει ότι στρέφεται στην προστασία του.

Συμπεράσματα 2^ο Κεφαλαίου

Όπως μας γνωστοποιείται μέσα από το κεφάλαιο οι επιχειρήσεις αν δεν έχουν αρχίσει ήδη να υπολογίζουν την μεταβλητή του Φυσικού Περιβάλλοντος θα πρέπει άμεσα η στρατηγική τους με συγκεκριμένους στόχους και σκοπούς να κατευθυνθεί προς τα εκεί. Η ανάγκη εκπλήρωσης των προσδοκιών των ενδιαφερόμενων μερών σε συνδυασμό με την αυξανόμενη ευαισθητοποίηση της κοινωνίας και των καταναλωτών δεν θα πρέπει να τις αφήσουν σε καμία περίπτωση ανεπηρέαστες, οι καταναλωτές είναι αυτή που θα μπορέσουν μέσα από την προτίμηση τους να προσδώσουν ανταγωνιστική αξία στην επιχείρηση και την ευκαιρία για την οικονομική της ανάπτυξη

Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να αναγνωρίσουν ταυτόχρονα τόσο την επιχειρηματική ανάγκη όσο και την περιβαλλοντική, οι επιχειρήσεις συνδέονται άμεσα με το περιβάλλον και κάθε επιπλέον επιβάρυνση σε αυτό θα είναι μελλοντική επιβάρυνση και για την επιχείρηση. Οι επιχειρήσεις έχουν ανάγκη από μια σωστή στρατηγική που θα τους επιτρέψει την κατάλληλη προσαρμογή στις αλλαγές του περιβάλλοντος προκειμένου να μπορέσουν να προστατευτούν από τις μελλοντικές απειλές που απορρέουν από αυτές τις αλλαγές και μέσα από αυτήν την στρατηγική να μπορέσουν προωθήσουν ένα φιλοπεριβαλλοντικό προφίλ που θα τους δώσει την δυνατότητα να μειώσουν τα κόστη τους αλλά και να ισχυροποιήσουν την φήμη τους και να δημιουργήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Σίγουρα ο πρωταρχικός σκοπός των επιχειρήσεων είναι η μεγιστοποίηση των κερδών αλλά θα πρέπει να αναγνωρίσουν πως αυτός ο σκοπός τους συνδέεται άμεσα με την προστασία του περιβάλλοντος και ανεξαρτήτως των εμποδίων και των δύσκολων περιόδων που μπορεί να αντιμετωπίσει μια επιχείρηση δεν θα πρέπει σε καμία περίπτωση να αποβάλουν από την στρατηγική τους των παράγοντα του φυσικού περιβάλλοντος.

Το μόνο σίγουρο σε αυτά τα νέα δεδομένα για την επιχείρηση είναι ότι στο μέλλον θα υπάρχουν ακόμη περισσότερες απαιτήσεις που η επιχείρηση θα πρέπει να είναι έτοιμη να ανταποκριθεί με αποτέλεσμα να εξασφαλίσει την βιωσιμότητα της

Κεφάλαιο 3

Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης

Η ανάγκη για προστασία του περιβάλλοντος, η απαραίτητη προσαρμογή των επιχειρήσεων σε αυτήν την κατεύθυνση αλλά και η απαίτηση του κοινού για την εφαρμογή σωστών περιβαλλοντικών πρακτικών ήταν αυτά που οδήγησαν στην οριοθέτηση των προσπαθειών των επιχειρήσεων και την εμφάνιση των Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης ως μέσων για την βελτίωση της λειτουργίας τους με την ταυτόχρονη λήψη μέτρων για την προστασία του περιβάλλοντος.

Η εφαρμογή ενός Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης κρίνεται ότι είναι η μεγαλύτερη επίσημη προσπάθεια που μπορεί να πραγματοποιήσει μια επιχείρηση η οποία έχει αποφασίσει να εισάγει το περιβάλλον στην στρατηγική της.

3.1. Ορίζοντας τα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης

Τα συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης είναι ένα σύστημα συνολικής διαχείρισης που περιλαμβάνει την οργανωτική διάθρωση, τις προγραμματικές δραστηριότητες, τις υπευθυνότητες, τις πρακτικές, τις διαδικασίες, τις λειτουργίες και τους απαιτούμενους πόρους για την εξέλιξη, την εφαρμογή, την επίτευξη και την διατήρηση της περιβαλλοντικής πολιτικής από τις επιχειρήσεις.

Τα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης αποτελούν συστήματα διεργασιών που επιτρέπουν στις επιχειρήσεις να μειώνουν συνεχώς τις επιπτώσεις τους απέναντι στο περιβάλλον.

Ένα Σύστημα Διαχειρίσεως του Περιβάλλοντος είναι το σύστημα με το οποίο μια εταιρεία ελέγχει τις δραστηριότητες, τα προϊόντα και τις διεργασίες που προξενούν ή θα μπορούσαν να προξενήσουν περιβαλλοντικές επιπτώσεις και για να το κάνουν ελαχιστοποιούν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις των λειτουργιών τους⁸⁶.

Τα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης αποτελούνται από μια σειρά διαδικασιών αξιολόγησης οι οποίες απαιτούν από τον οργανισμό να εκτιμήσει τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις και να θέσει στόχους τους οποίους θα πρέπει να επιδιώξει και να επιτύχει. Να παρακολουθεί αυτούς τους στόχους για την επίτευξη τους και να υποβάλλεται σε έλεγχο και αναθεώρηση του συστήματος⁸⁷.

⁸⁶ Καρβούνης Σωτ. και Γεωργακέλος Δημ. (2003) Διαχείριση του Περιβάλλοντος Επιχειρήσεις και Βιώσιμη Ανάπτυξη, Σταμούλης, Αθήνα.

⁸⁷ Lamprecht, J. (1997), ISO 14000: Issues and Implementation Guidelinew for Responsible Environmental Management, New York: Ammerican Management Association.

Ο κύριος ρόλος των συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης είναι η βελτίωση της περιβαλλοντικής επίδοσης σύμφωνα με⁸⁸:

- την εξοικονόμηση της ενεργείας, του νερού και των πρώτων υλών.
- την αύξηση της απόδοσης των επιχειρήσεων
- την ελάττωση των απορριμμάτων και
- την χρήση αποδεκτών περιβαλλοντικά υλικών και την παράγωγη αποδεκτών περιβαλλοντικά προϊόντων.

Κάθε επιχείρηση που έχει εντάξει στην στρατηγική της την διαχείριση και τον έλεγχο της λειτουργίας και της παραγωγής ώστε να είναι φιλικές προς το περιβάλλον θα μπορούσαμε να πούμε ότι χρησιμοποιεί Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, η ανάγκη όμως της αποτελεσματικότητας των συστημάτων αυτών οδήγησε στη δημιουργία προτύπων Σ.Π.Δ. όπως το I.S.O. 14001 και το E.M.A.S. τα οποία έχουν συγκεκριμένα κριτήρια.

Αξίζει να σημειωθεί ότι όλα τα Σ.Π.Δ. εφαρμόζονται σε εθελοντική βάση από τις επιχειρήσεις και κανένας νόμος ή κανονισμός δεν τα επιβάλλει.

Συνεπώς τα Σ.Π.Δ. μπορεί να είναι επίσημα τέτοια όπως τα I.S.O. 14001 και E.M.A.S. ή μπορεί να είναι ανεπίσημα, τέτοια όπως ένα εσωτερικό πρόγραμμα ελαχιστοποίησης των αποβλήτων ή μη γραπτοί τρόποι και μέθοδοι με τα οποία ένας οργανισμός διαχειρίζεται τις αλληλεπιδράσεις του με το περιβάλλον.

Η εισαγωγή προκειμένου να κατανοήσουμε τι είναι τα Σ.Π.Δ. δημιουργεί και κάποια ερωτήματα, όπως γιατί να χρησιμοποιήσουμε Σ.Π.Δ. τι μπορεί να προσφέρει στην επιχείρηση ή τι μπορεί να κοστίζει σε αυτήν, γιατί να στραφούμε σε επίσημα πρότυπα και αν αξίζει να πιστοποιηθεί μια επιχείρηση με αυτά, γιατί I.S.O. γιατί E.M.A.S., πολλά γιατί που θα αναφερθούμε στην συνέχεια του παρόντος κεφαλαίου και θα προσπαθήσουμε να αναλύσουμε ποια ακριβώς οφέλη μπορεί να έχουμε από αυτά σε μια επιχείρηση τα εμπόδια αλλά και τι πραγματικά είναι τα πιστοποιημένα συστήματα.

3.2. Τα Πρότυπα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης.

Τα πρότυπα σύστημα είναι αυτά που θα οργανώσουν και θα πιστοποιήσουν την όλη προσπάθεια των επιχειρήσεων για την βελτίωση της περιβαλλοντικής τους επίδοσης. Τα δυο κυρίαρχα συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης είναι το I.S.O. 14001 και το E.M.A.S. τα οποία θα αναλυθούν στην συνέχεια του κεφαλαίου, οι λόγοι επικράτησης αυτών των δυο συστημάτων είναι προφανείς το I.S.O. 14001 δημιουργήθηκε από τον μεγαλύτερο διεθνή οργανισμό τυποποίησης με χιλιάδες πρότυπα που καλύπτουν σχεδόν όλες τις λειτουργίες των επιχειρήσεων πέρα από το περιβάλλον, ενώ το πρότυπο E.M.A.S. ήταν μια δημιουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

⁸⁸ Καλδέλη Κ. Ιωάννης και Χαλβατζής Ι. Κωνσταντίνος (2005), Περιβάλλον και Βιομηχανική Ανάπτυξη, Αθ. Σταμούλης, Αθήνα

3.2.1. Το πρότυπο I.S.O. 14001

Το I.S.O. 14001, σύμφωνα και με την επίσημη ιστοσελίδα του οργανισμού I.S.O.⁸⁹ αποτελεί το βασικό πρότυπο της σειράς 14000 για την περιβαλλοντική διαχείριση και πιστοποιεί τις επιχειρήσεις για τον περιβαλλοντικό τους έλεγχο, την αξιολόγηση των επιδόσεων τους, τη σήμανση και τον κύκλο ζωής των προϊόντων και τις επιπτώσεις τους προς το περιβάλλον σχετικά με τις εκπομπές αερίων.

Εκδόθηκε αρχικά το 1996 από τον Διεθνή Οργανισμό Πιστοποίησης και πρόκειται για ένα εθελοντικό πρότυπο. Ενώ στα τέλη 2004 κυκλοφόρησε η νέα έκδοση. Ο συνολικός στόχος του I.S.O. 14001 και των άλλων προτύπων της ίδιας σειράς είναι να στηρίξουν την περιβαλλοντική προστασία και την πρόληψη της ρυπάνσεως σε αρμονία με τις κοινωνικές και οικονομικές ανάγκες.

Πιο συγκεκριμένα είναι μια σειρά από κατευθυντήριες γραμμές μέσα από τις οποίες μια μονάδα ή και ολόκληρη η επιχείρηση μπορεί να συντάξει και να εδραιώσει την περιβαλλοντική της πολιτική, να προσδιορίσει τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις των λειτουργιών της, να ορίσει τους περιβαλλοντικούς σκοπούς και στόχους, να εφαρμόσει πρόγραμμα παρακολούθησης της περιβαλλοντικής της απόδοσης, να μετρά την αποτελεσματικότητα, να διορθώνει τα προβλήματα και να καλύπτει τις ελλείψεις της και τέλος να αναθεωρεί το σύστημα διαχείρισης έτσι ώστε να βελτιώνεται συνεχώς⁹⁰.

Εφαρμόζεται σε κάθε οικονομική μονάδα η οποία επιθυμεί⁹¹:

- α) Να διατηρήσει και να βελτιώσει το σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης.
- β) Να διασφαλίσει ότι η ίδια συμμορφώνεται με τη δηλωθείσα περιβαλλοντική πολιτική.
- γ) Να αποδείξει αυτήν τη συμμόρφωση σε άλλους.
- δ) Να ζητήσει πιστοποίηση-καταχώρηση του συστήματος περιβαλλοντικής από εξωτερικό οργανισμό.

Σε συνέχεια των παραπάνω, το πρότυπο σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης I.S.O. 14001, προσφέρει την δυνατότητα ενός γενικού σχεδιασμού για άμεση χρήση των επιχειρησιακών πόρων σε ένα μεγάλο εύρος πιθανών περιβαλλοντικών καταστροφών και αξιόπιστων διεργασιών διαχείρισης. Η ορθή τήρηση των κανονισμών είναι φυσικό αποτέλεσμα μιας υπεύθυνης

⁸⁹Ο Διεθνής Οργανισμός Τυποποίησης (International Organization for Standardization, διακριτική ονομασία: I.S.O.), είναι μια διεθνής οργάνωση δημιουργίας και έκδοσης προτύπων που αποτελείται από αντιπροσώπους των εθνικών οργανισμών τυποποίησης.

⁹⁰ Wever (1996) Strategy Environmental Management: TQEM and ISO 14000 for Competitive Advantage, New York: Wiley

⁹¹ Κέφης Ν. Βασιλης(2005): Διοίκηση Ολικής Ποιότητας, Θεωρία και Πρότυπα, Κριτική, Αθήνα

στρατηγικής που διέπεται από την επίγνωση, την ευαισθησία, την ετοιμότητα και τη μεγαλύτερη δυνατή αξιοπιστία.

Η εγκατάσταση μιας περιβαλλοντικής στρατηγικής απαιτεί την ύπαρξη προληπτικών ενεργειών, που διέπουν την αιφόρο ανάπτυξη και συνεισφέρουν στην ανεύρεση κοινά αποδεκτών λύσεων για τα συχνά αντικρουόμενα συμφέροντα των μεγαλομετόχων⁹².

Μια επιχείρηση που θα αποφασίσει να βασίσει τα Σ.Π.Δ. στο πρότυπο I.S.O. 14001 θα οδηγηθεί σε οφέλη πέρα από την προστασία του περιβάλλοντος καθώς επεκτείνεται μέσα στην ίδια την επιχείρηση, τη φιλοσοφία και τη λειτουργία αυτής, βέβαια δεν υποκαθιστά καμία υφιστάμενη κοινοτική, εθνική ή περιβαλλοντική πολιτική και δεν απαλλάσσει την επιχείρηση από υποχρεώσεις της έναντι της νομοθεσίας.

Ένα ακόμη χαρακτηριστικό του I.S.O. 14001 είναι ότι δεν καθορίζει απαιτήσεις περιβαλλοντικής αποδόσεως αν εξαιρέσει κανείς την απαιτούμενη δέσμευση για συνεχή βελτίωση και τη δέσμευση για την συμμόρφωση με τους σχετικούς νόμους και κανονισμούς.

3.2.2. Το Ευρωπαϊκό Πρότυπο-E.M.A.S.

Το σύστημα E.M.A.S. (Eco Management and Audit Scheme) που σημαίνει σύστημα οικολογικής διαχείρισης, ψηφίστηκε ως εθελοντικός κανονισμός από την Ευρωπαϊκή Ένωση το 1993. Το E.M.A.S. μπορεί να ψηφίστηκε και να δημοσιεύτηκε το 1993 (πρόκειται για τον κανονισμό του συμβουλίου Νο 1836/93 της 23 Ιουνίου του 1993), αλλά τέθηκε σε εφαρμογή το 1995. Ενώ μέχρι την αναθεώρηση του το 2001 (κανονισμός 761/2001 E.M.A.S. II) ήταν διαθέσιμο μόνο για τις επιχειρήσεις σε βιομηχανικούς τομείς, μετά την αναθεώρηση μπόρεσε να είναι διαθέσιμο για όλους τους οικονομικούς τομείς.

Σαν σύστημα θεσμοποιημένο από την Ευρωπαϊκή Ένωση οι αρχικές του εκδόσεις να βρίσκουν εφαρμογή από τις επιχειρήσεις από τα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης καθώς και τα κράτη μέλη της Οικονομικής Ένωσης ανεξαρτήτου βέβαια μεγέθους και δομής.

Μετά την τελευταία αναθεώρηση η οποία τέθηκε σε ισχύ τον Ιανουάριο του 2010 (κανονισμός Νο1221/2009 E.M.A.S. III) μπορούν να λάβουν την πιστοποίηση και οργανισμοί που ανήκουν σε χώρες εκτός των προαναφερομένων, εφόσον απευθυνθούν στο αρμόδιο όργανο ενός από τα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης⁹³

Πρόκειται για ακόμη ένα εθελοντικό σύστημα για τις επιχειρήσεις στην προσπάθεια προστασίας του περιβάλλοντος. Αξίζει να αναφερθεί ότι ο οργανισμός του E.M.A.S. πιέζει τα κράτη μέλη της E.E. να στηρίζουν και να

⁹² Σκορδίλης Α. (2004) "Συστήματα και Εργαλεία Περιβαλλοντικής Διαχείρισης", Μπαρμπουνάκης, Αθήνα.

⁹³ Επίσημη ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης,
http://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm, (πρόσβαση 14-08-2014)

Διπλωματική Εργασία Δημητρακόπουλου Ιωάννη **Π.Μ.Σ Περιβαλλοντική Διακυβέρνηση και Βιώσιμη Ανάπτυξη**

παροτρύνουν τις επιχειρήσεις στην εκάστοτε χώρα προκειμένου να συμμετέχουν σε αυτό.

Το E.M.A.S. περιλαμβάνει την οργανωτική διάθρωση, τις ευθύνες, τις πρακτικές, τις διαδικασίες, τις μεθόδους και τους πόρους για τον καθορισμό και την εφαρμογή της περιβαλλοντικής πολιτικής μιας επιχείρησης.

Το E.M.A.S. απαιτεί από τις επιχειρήσεις να συμμορφώνονται με τους σχετικούς με το περιβάλλον κανονισμούς, χωρίς να υπαγορεύει τους μηχανισμούς που πρέπει να χρησιμοποιούνται. Αντιθέτως, προσφέρει μια ευέλικτη προσέγγιση στη βελτίωση της περιβαλλοντικής επίδοσης, επιτρέποντας στους οργανισμούς να εκτιμούν τις ικανότητες τους και να θέτουν οι ίδιοι του στόχους για τη βελτίωση τους. Η επιτυχία στην επίτευξη των στόχων και η εφαρμογή αποτελεσματικών διαδικασιών στην επιχείρηση, οδηγεί στην πιστοποίηση της⁹⁴.

Μια πιστοποίηση με E.M.A.S. αφορά τον τρόπο με τον οποίο λειτουργεί ένας οργανισμός συνολικά ή μέρος αυτού, κατά την διαδικασία παραγωγής των προϊόντων ή παροχής υπηρεσιών, δεν περιλαμβάνει όμως τις ιδιότητες ενός συγκεκριμένου προϊόντος ή μιας υπηρεσίας του οργανισμού που πιστοποιήθηκε. Αυτός είναι και ο λόγος που το λογότυπο του E.M.A.S. δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί πάνω σε προϊόντα αλλά παρά μόνο σε έγγραφα, επιστολόχαρτα, διαφημίσεις κ.α.



Εικόνα 1: Σήμα Πιστοποίησης EMAS
Πηγή: ec.europa.eu

Ο συνολικός στόχος του E.M.A.S. ήταν να καλύψει την υποχρέωση της E.E. να αναπτύξει «πολιτική και δράση σε σχέση με το περιβάλλον και την βιώσιμη ανάπτυξη»⁹⁵. Σε συνδυασμό με άλλες αποφάσεις που περιγράφουν τους ρόλους και τις υπευθυνότητες των επιχειρήσεων που ενισχύουν την οικονομία και προστατεύουν το περιβάλλον, το E.M.A.S. αναγνωρίζει ότι οι επιχειρήσεις και ειδικά οι βιομηχανικές έχουν την δική τους υποχρέωση να διαχειριστούν την περιβαλλοντική επίπτωση των δραστηριοτήτων τους. Έτσι ώστε να ορίσουν την περιβαλλοντική τους πολιτική προκειμένου να μειώνει την ρύπανση, να εξασφαλίζει καλή διαχείριση των πόρων, να βελτιώνει τις τεχνολογίες της ώστε να είναι καθαρές.

Τέλος να αναφέρουμε ότι το E.M.A.S. ζητά από τις επιχειρήσεις να προσφέρουν στοιχεία τα οποία θα περιλαμβάνουν την περιβαλλοντική τους πολιτική, σκοπούς, προγράμματα και την περιβαλλοντική τους απόδοση προς πληροφόρηση του κοινού. Η απαίτηση αυτή αφορά την προετοιμασία από

⁹⁴ Heinelt H. and Smith R. (2003), Sustainability, Innovation and Participatory Governance, England: Ashagate Publishing Limited

⁹⁵ Καρβούνης Σωτ. και Γεωργακέλος Δημ. (2003) Διαχείριση του Περιβάλλοντος Επιχειρήσεις και Βιώσιμη Ανάπτυξη, Σταμούλης, Αθήνα.

μέρους της επιχείρησης μιας περιβαλλοντικής δήλωσης, η δήλωση αυτή θα είναι δημόσια και να διανεμηθεί σε κάθε ενδιαφερόμενο.

3.3. Η Συμβολή του Οικολογικού Σήματος στην Αλλαγή των Προτύπων Παραγωγής και Κατανάλωσης

Το οικολογικό σήμα της Ευρωπαϊκής ένωσης το οποίο είναι κοινώς γνωστό και ως «Λουλούδι», είναι ένα τμήμα του Σχεδίου Δράσης αναφορικά με το πρόγραμμα της Αειφόρου Κατανάλωσης και Παραγωγής και της Βιώσιμης Βιομηχανικής Πολιτικής την οποία και ενέκρινε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή στις 16 Ιουλίου 2008 και υιοθετήθηκε το 1992 προκειμένου να ενθαρρυνθούν οι επιχειρήσεις για την προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών που είναι φιλικές προς το περιβάλλον.⁹⁶

Επιπροσθέτως το συγκεκριμένο σήμα αποτελεί ένα σήμα το οποίο, οι καταναλωτές, μπορούν πραγματικά να έχουν εμπιστοσύνη, εφόσον τα κριτήρια απονομής του έχουν συμφωνηθεί σε ευρωπαϊκό επίπεδο, μετά από ευρεία διαβούλευση με τους εμπειρογνώμονες, και το λογότυπο απονέμεται μόνο αφού εξακριβωθεί ότι το προϊόν πληροί τα υψηλά περιβαλλοντικά πρότυπα και επιδόσεις⁹⁷.

Τα κριτήρια και οι προϋποθέσεις οι οποίες συντρέχουν αναφορικά με την απονομή του ευρωπαϊκού οικολογικού σήματος, δεν βασίζονται σε ένα και μόνο παράγοντα, αλλά σε μελέτες που αναλύουν τις επιπτώσεις του προϊόντος ή της υπηρεσίας για το περιβάλλον σε όλο τον κύκλο ζωής του, ξεκινώντας από την εξαγωγή πρώτων υλών στην προ παραγωγής φάση, μέσα από την παραγωγή, τη διανομή και τη διάθεση.



Εικόνα 2: Οικολογικό Σήμα της Ε.Ε.
Πηγή: www.ecolabel.eu

Ο εθελοντικός χαρακτήρας του συστήματος σημαίνει ότι δεν δημιουργεί εμπόδια στο εμπόριο. Αντίθετα πολλοί παραγωγοί διαπιστώνουν ότι εξασφαλίζοντας το Ευρωπαϊκό Οικολογικό Σήμα αποκτούν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα.

⁹⁶ Υ.Π.Ε.ΚΑ, <http://www.ypeka.gr>, (Πρόσβαση: 02-09-2014)

⁹⁷ Μυλωνόπουλος Δ. Ν., (2011), «Ευρωπαϊκή Ένωση και τουρισμός», Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα

Στις μέρες μας, το οικολογικό σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης καλύπτει μια ευρεία κατηγορία προϊόντων και υπηρεσιών, με περαιτέρω ομάδες που προστίθενται συνεχώς. Οι ομάδες προϊόντων που περιλαμβάνει αφορούν προϊόντα καθαρισμού, οικιακές συσκευές, προϊόντα χαρτιού, κλωστοϋφαντουργίας, προϊόντα για το σπίτι και τον κήπο, λιπαντικά και υπηρεσίες όπως τα τουριστικά καταλύματα. Μέσα στα πλαίσια της ενημέρωσης των καταναλωτών ως προς το ποια προϊόντα/υπηρεσίες έχουν εξασφαλίσει το Οικολογικό Σήμα, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή διατηρεί ιστοσελίδα στην οποία αναφέρονται όλα τα σχετικά στοιχεία.⁹⁸

Βάσει της ισχύουσας νομοθεσίας ιδρύεται η Συμβουλευτική Επιτροπή Απονομής Οικολογικού Σήματος (ΣΕΑΟΣ), η οποία αποτελείται από το Διευθυντή του Τμήματος Περιβάλλοντος ή εκπρόσωπό του (πρόεδρος) και από ένα εκπρόσωπο του Υπουργείου Εμπορίου, Βιομηχανίας και Τουρισμού, του Γενικού Χημείου, του Τμήματος Επιθεώρησης Εργασίας, του Πανεπιστημίου Κύπρου, του Συνδέσμου Καταναλωτών, της Ομοσπονδίας Περιβαλλοντικών και Οικολογικών Οργανώσεων, της Ομοσπονδίας Εργοδοτών και Βιομηχάνων και του Κυπριακού Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου.

Αναφορικά με την απονομή του σήματος, αίτηση έχουν δικαίωμα να υποβάλουν ο παραγωγός, ο εισαγωγέας, ο φορέας παροχής υπηρεσιών ή οι ασχολούμενοι με τη λιανική διαχείριση ή την εμπορία ενός προϊόντος, στο Διευθυντή του Τμήματος Περιβάλλοντος. Ακολουθώντας την διαδικασία η οποία προβλέπεται από τον Νόμο, η Επιτροπή εισηγείται στον Υπουργό, μέσω του Διευθυντή του Τμήματος Περιβάλλοντος, την απονομή του Οικολογικού Σήματος σε ένα προϊόν ή μια υπηρεσία.⁹⁹

Όπως μπορούμε να αναγνωρίσουμε το οικολογικό σήμα έχει δημιουργηθεί μέσα από τις προσπάθειες της Ε.Ε. ένωσης προκειμένου να πιστοποιήσει τα “πράσινα προϊόντα” και να ενθαρρύνει τόσο τις επιχειρήσεις για την παραγωγή τους όσο και τους καταναλωτές για την προτίμηση τους. Το οικολογικό σήμα συνδέεται άμεσα με τα Σ.Π.Δ. καθώς είναι αυτό που επισημοποιεί ότι ένα προϊόν έχει παραχθεί με φιλοπεριβαλλοντικές διεργασίες και ότι η χρήση του δεν επιβαρύνει το περιβάλλον, κάτι το οποίο δημιουργείτε και ενισχύεται για τις επιχειρήσεις μέσα από την εφαρμογή Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης.

Το οικολογικό σήμα ενισχύει την αξία ενός προϊόντος και μπορεί να χρησιμοποιηθεί και ως μέσο μάρκετινγκ από τις επιχειρήσεις οι οποίες θα βασιστούν πάνω στην ευαισθητοποίηση της κοινωνίας και των καταναλωτών για την προστασία του περιβάλλοντος κάτι το οποίο θα τους ωθήσει ώστε να προτιμήσουν ένα πιστοποιημένο “πράσινο προϊόν”.

⁹⁸ Υ.Π.Ε.ΚΑ, <http://www.ypeka.gr>, (Πρόσβαση: 02-09-2014)

⁹⁹ Υ.Π.Ε.ΚΑ, <http://www.ypeka.gr>, (Πρόσβαση: 02-09-2014)

3.4. Εφαρμόζοντας Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης

Τα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης είναι μια ολοκληρωμένη προσπάθεια των επιχειρήσεων προκειμένου να βελτιώσουν την περιβαλλοντική τους απόδοση προκειμένου να εξαλείψουν τις αρνητικές του επιπτώσεις στο περιβάλλον. Το περιβάλλον έχει ανάγκη για προστασία και σίγουρα ένα Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης που θα εφαρμόζεται με αφοσίωση και συνεχή έλεγχο και βελτίωση από τις επιχειρήσεις έχουν να του προσφέρουν πολλά προς αυτήν την κατεύθυνση.

Πέρα όμως από το περιβάλλον τα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης έχουν να προσφέρουν οφέλη και στις επιχειρήσεις, η ανάγκη προσαρμογής των τελευταίων στις αλλαγές του περιβάλλοντος, αλλά και οι πίεσεις που ασκούνται σε αυτές όπως έχουμε αποτυπώσει σε όλη την διάρκεια της εργασίας μας από τα ενδιαφερόμενα μέρη, δεν μπορεί πάρα να δείχνουν ότι οι επιχειρήσεις δεν πρέπει απλά να σκέφτονται την προστασία του αλλά θα πρέπει να προχωρήσουν σε έμπρακτες λύσεις ώστε όλοι να είναι κερδισμένοι.

Ίσως το αρχικό κόστος ενός Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης λειτουργεί αποτρεπτικά για κάποιες επιχειρήσεις και ειδικότερα σε αυτές που το οικονομικό τους μέγεθος δεν τους το επιτρέπει. Οι επιχειρήσεις όμως που ούτε διανοούνται να εγκαταστήσουν ένα Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης ίσως συνειδητοποιήσουν αργότερα ότι οι ανταγωνιστές τους έχουν ήδη έχουν εξελιχθεί και προχωρήσει ενώ δεν θα περάσουν πολλά χρόνια που επίσης θα συνειδητοποιήσουν ότι τα όποια αρχικά κόστη θα ξεκίναγαν να μετατρέπονται σε πραγματικά κέρδη για αυτές.

Το σενάριο να μην υπολογίζουμε τις αλλαγές του περιβάλλοντος στην επιχείρηση το έχουμε απορρίψει από την αρχή ο σκοπός είναι όμως τις αλλαγές αυτές να μπορέσουμε να τις μετατρέψουμε σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και όχι να θέσουν την επιχείρηση σε κίνδυνο. Η επιχείρηση θα πρέπει να κρίνει τις δυνατότητες της για να αποφασίσει την κατάλληλη στιγμή την κατάλληλη στρατηγική, αυτό θα το επιτύχει μέσα από την ανάλυση SWOT την οποία θα αναφερθεί στο επόμενο κεφάλαιο.

Κάποια από τα κύρια οφέλη που μπορεί να αντικρίσει μια επιχείρηση μέσα από την εφαρμογή ενός συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης είναι:

- Η εξοικονόμηση από λειτουργικά κόστη όπως ενέργεια και νερό.
- Η εξοικονόμηση από κόστη για πρώτες ύλες.
- Η μείωση κόστος περιβαλλοντικής διαχείρισης.
- Η βελτίωση της αποδοτικότητας των λειτουργιών της.
- Η βελτίωση της οργάνωσης και λειτουργίας της επιχείρησης.

Ενώ σημαντικά είναι και τα οφέλη που συνδέονται με το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης όπως:

- Η βελτίωση ικανοποίησης πρωτίστως των πελατών και των υπολοίπων ενδιαφερόμενων μερών.
- Η αύξηση μεριδίου στην αγορά.
- Η αύξηση των επενδύσεων.
- Η βελτίωση της δημόσιας εικόνας και της φήμης της επιχείρησης.
- Η συμμόρφωση με την νομοθεσία με αποτέλεσμα την αποφυγή επιβολής κυρώσεων.
- Η απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

Με χαρακτηριστικό ότι τα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης εστιάζονται στις ανάγκες ενός ευρέος φάσματος ενδιαφερόμενων μερών και στις επιτακτικές ανάγκες της κοινωνίας για την προστασία του περιβάλλοντος¹⁰⁰. Καταλαβαίνουμε ότι τα οφέλη είναι πολλά και παράπλευρα.

Για να είμαστε αντικειμενικοί όμως κατά την διάρκεια της παρούσας έρευνας θα πρέπει να παραδεχτούμε ότι η εφαρμογή ενός Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης έχει και δυσκολίες οι οποίες ειδικά στην περίπτωση των προτύπων συστημάτων όπως το I.S.O. 14001 και το E.M.A.S. μπορεί να μην αυξάνονται αλλά σίγουρα εντείνονται. Με τις πιο σημαντικές να είναι:

- Τα κόστη για την ανάπτυξη και εφαρμογή τους.
- Το κόστος συντήρησης του συστήματος.
- Η πολυπλοκότητα των διαφόρων Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης.
- Η ανάγκη σε πολλές περιπτώσεις ειδικευμένου προσωπικού.

Ενώ στην περίπτωση των προτύπων συστημάτων έχουμε δυσκολίες από το υψηλό επίπεδο των κριτηρίων αλλά και από το κόστος πιστοποίησης και επιθεώρησης. Η επιχειρήσεις ανάλογα με το μέγεθος το οποίο έχει σαν γνώμονα των αριθμό εργαζομένων που απασχολούν πρέπει να καταβάλουν μεγάλα ποσά προκειμένου να πιστοποιηθούν με κάποιο από τα επίσημα πρότυπα, ενώ ο συνεχής έλεγχος που ορίζουν και τα δυο συστήματα έχει ως αποτέλεσμα συχνά κόστη για την επιθεώρηση. Με την διαδικασία εγγραφής στο E.M.A.S να είναι αρκετά πιο ακριβή από εκείνη του I.S.O. 14001¹⁰¹

¹⁰⁰ Κέφης Ν. Βασιλης(2005): Διοίκηση Ολικής Ποιότητας, Θεωρία και Πρότυπα, Κριτική, Αθηνά

¹⁰¹ Freiman, J. and Walther, M. (2002), The Impacts of Corporate Environmental Management Systems- A Comparison between EMAS and ISO 14001, Greener Management International

Βέβαια δεν είναι λίγες οι επιχειρήσεις που βλέπουν μέσα από την πιστοποίηση τους με κάποιο από τα πρότυπα συστήματα να μπορούν να βελτιώσουν ακόμη περισσότερο τα οφέλη μέσα από αυτά, με τις περισσότερες να αποβλέπουν σε:

- Ακόμη μεγαλύτερη βελτίωση της περιβαλλοντικής επίδοσης.
- Ακόμη μεγαλύτερη βελτίωση της εικόνας τους.
- Ενίσχυση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.
- Ενίσχυση της οργάνωσης και της εσωτερικής λειτουργίας της επιχείρησης.

Ακόμη υπάρχουν και επιχειρήσεις που το εξωτερικό τους περιβάλλον, τους επιβάλλει έμμεσα να πιστοποιηθούν προκειμένου να πραγματοποιήσουν:

- Την είσοδο τους σε διεθνείς αγορές ή
- Για σύνοψη νέων συνεργασιών.

Σε σχέση ότι το E.M.A.S. είναι σε έντονο βαθμό πιο ακριβό από το I.S.O. 14001 να αναφέρουμε ότι η Ευρωπαϊκή Ένωση καταβάλει προσπάθειες ώστε να παρακινήσει τις επιχειρήσεις να πιστοποιηθούν με E.M.A.S. καθώς έχει προχωρήσει στην λήψη μέτρων για την προσφορά οικονομικής βοήθειας για εκείνες που θέλουν να πιστοποιηθούν ενώ προβλέπεται και ευνοϊκή μεταχείριση με εξαίρεση τους από κάποιες απαιτήσεις, βέβαια όπως είναι λογικό αυτά τα μέτρα περιλαμβάνουν επιχειρήσεις μικρομεσαίας κατηγορίας όπου η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει κρίνει την ανάγκη βοήθειας προκειμένου να μπορέσουν να εγγραφούν στο σύστημα¹⁰².

Δεν υπάρχουν πάντως αποδείξεις ότι οι επιχειρήσεις που εφαρμόζουν κάποιο επίσημο πρότυπο έχουν καλύτερη οικολογική επίδοση από εκείνες που εφαρμόζουν Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης που δεν είναι πιστοποιημένα, ούτε ότι οι επιχειρήσεις που ακολουθούν τους κανόνες του ακριβότερου E.M.A.S. θέτουν και επιτυγχάνουν υψηλότερους στόχους από εκείνες που προτιμούν το I.S.O. 14001 για την πιστοποίησή τους¹⁰³.

Ενώ οι ευκαιρίες που παρέχονται από τα Σ.Π.Δ. δεν είναι απεριόριστες, εν τούτοις είναι ευρείες και ποικίλλουν, είναι άμεσες και έμμεσες, απτές και άυλες. Με λίγα λόγια, κάθε επιχείρηση πρέπει να έχει κάποιου είδους Σύστημα Διαχείρισεως για να λειτουργεί και να επιβιώνει και το βήμα για ενσωμάτωση της διαχείρισεως του περιβάλλοντος, ακόμα και αν είναι περιορισμένο, θα ενισχύει τα υπάρχοντα συστήματα, θα μειώνει το κόστος και ολοένα και περισσότερο θα αποτελεί αναγκαιότητα για την επιβίωση των επιχειρήσεων¹⁰⁴.

¹⁰² Επίσημη ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης,
http://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm, πρόσβαση (14-08-2014)

¹⁰³ Freiman, J. and Walther, M. (2002), The Impacts of Corporate Environmental Management Systems- A Comparison between EMAS and ISO 14001, Greener Management International

¹⁰⁴ Καρβούνης Σωτ. και Γεωργακέλος Δημ. (2003) Διαχείριση του Περιβάλλοντος, Επιχειρήσεις και Βιώσιμη Ανάπτυξη, Σταμούλης, Αθήνα.

Οι επιχειρήσεις πέρα από το να συνδράμουν στην προστασία του περιβάλλοντος καθώς η αλόγιστη χρήση των φυσικών πόρων μακροχρόνια αποτελεί κίνδυνο και για την δική τους επιβίωση θα πρέπει να συνυπολογίσουν ότι η έννοια της περιβαλλοντικής διαχείρισης αποκτά πρωταγωνιστικό ρόλο ειδικά στην λειτουργία τους, όπως και τις πιέσεις από κανονισμούς, την αγορά και τα ενδιαφερόμενα μέρη για επιχειρήσεις που θα λειτουργούν με γνώμονα την προστασία του περιβάλλοντος.

Με δεδομένο λοιπόν ότι τόσο τα επίσημα πρότυπα όσο και τα μη επίσημα πρότυπα λειτουργούν σε εθελοντική βάση από τις επιχειρήσεις και κανένα από αυτά δεν μπορεί να υποκαταστήσει του περιβαλλοντικούς νόμους, μας γίνεται αντιληπτό ότι αφήνεται στην στρατηγική των επιχειρήσεων να επιλέξουν με δεδομένα της ανάγκης τους αλλά και τις δυνατότητες τους σε ποιο βαθμό και πια χρονική στιγμή θα προχωρήσει σε εφαρμογή των Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, όπως επίσης και αν δομή, οι στόχοι, δυνατότητες της, το εξωτερικό τους περιβάλλον συμπεριλαμβανομένου του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος και τους πελάτες της είναι αυτά που θα δείξουν στην επιχείρηση αν πρέπει ακολουθήσει ένα πρότυπο σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης.

Μπορεί τα κόστη να είναι υψηλά αλλά ο λόγος αυτός μπορεί να αντικρουστεί από τα οφέλη που μπορεί να τους προσφέρουν και τα οποία θα μετατραπούν σε κέρδος για αυτές έστω και σε μακροχρόνια βάση.

Το υψηλό κόστος που συνδέεται με τα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης ειδικά στην περίπτωση εγγραφής σε ένα από τα πρότυπα, μπορεί να είναι απαγορευτικά για τις επιχειρήσεις, ωστόσο τα βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα πλεονεκτήματα και οφέλη που αποκομίζουν οι οργανισμοί που ήδη εφαρμόζουν Σ.Π.Δ. πρέπει να λειτουργεί ως παράδειγμα και για άλλες επιχειρήσεις. Τα Σ.Π.Δ. αποτελούν αποδοτικές επενδύσεις για τους οργανισμούς που τα εφαρμόζουν, οδηγούν σε πολυάριθμα εταιρικά οφέλη και δείχνουν να υποστηρίζουν το βασικό τους στόχο που δεν είναι άλλος από την βελτίωση της σχέσης Επιχείρησης-Περιβάλλον¹⁰⁵.

¹⁰⁵ Freimann, J and Walther, M. (2002), The Impacts of Corporate Environmental Management Systems- A Comparison EMAS and ISO 14001, Green Management International

Συμπεράσματα 3ο Κεφαλαίου

Μέσα από το κεφάλαιο που αποτυπώθηκε νωρίτερα μπορούμε να αναγνωρίσουμε ότι η μεγαλύτερη, οργανωμένη και επίσημη προσπάθεια που μπορεί να πραγματοποιήσει μια επιχείρηση που θα θελήσει να διαγράψει μια στρατηγική που θα περιλαμβάνει τον παράγοντα του φυσικού περιβάλλοντος είναι να εφαρμόσει στις εσωτερικές λειτουργίες ένα Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης.

Ακόμη τα Σ.Π.Δ. θα μπορούσαν να θεωρηθούν και ως το πρώτο βήμα που θα πρέπει να πραγματοποιήσει μια επιχείρηση προς αυτήν την νέα κατεύθυνση και αυτό γιατί την βοηθάει να είναι υπακούει στους νόμους και δεύτερον γνωρίζει ότι θα έχει κέρδη μέσα από την εφαρμογή της έστω και σε μακροχρόνια βάση.

Τα οφέλη που μπορεί να αποκομίσει μια επιχείρηση μέσα από την εφαρμογή των Σ.Π.Δ. σίγουρα είναι αξιόλογα τόσο για την εσωτερική τους λειτουργία όσο και για την ισχυροποίηση των δυνατοτήτων της για δημιουργία και αύξηση του ανταγωνιστικού της πλεονεκτήματος καθώς και την οικονομική της ανάπτυξη.

Βέβαια εξέχουσας σημασίας είναι και τα εμπόδια που μπορεί να αντιμετωπίσει μια επιχείρηση στην εφαρμογή των Σ.Π.Δ. με το κυριότερο από αυτά να είναι τα κόστη.

Με βάση τα οφέλη και τα εμπόδια, αλλά και με το δεδομένο ότι τα Σ.Π.Δ. εφαρμόζονται σε εθελοντική βάση η ευθύνη για την απόφαση την έχουν οι επιχειρήσεις, οι οποίες θα πρέπει να εξετάσουν τις εσωτερικές τους δυνατότητες και ειδικά αυτές των οικονομικών τους πόρων σε αντιστοιχία με τις ανάγκες-απαιτήσεις που προστάζει τόσο το εσωτερικό όσο και το εξωτερικό της περιβάλλον και να αποφασίσουν το πότε και σε ποιο επίπεδο θα εφαρμόσουν ένα Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης και αν πραγματικά έχουν ανάγκη να πιστοποιηθούν από ένα πρότυπο Σ.Π.Δ.

Σίγουρα τα εμπόδια που θα βρεθούν στον δρόμο για μια νέα στρατηγική είναι πολλά αλλά οι επιχειρήσεις θα πρέπει να τα υπερπηδήσουν προκειμένου να σταθούν άξια στις απαιτήσεις του μέλλοντος, αυτές όμως θα είναι θα αποφασίσουν την ακριβή στρατηγική τους ώστε σε καμία περίπτωση να μην κινδυνέψουν να βρεθούν εκτός αγοράς.

Κεφάλαιο 4

Το Φυσικό Περιβάλλον στην Ανάλυση SWOT

Οι αλλαγές που επιφέρουν οι μεταβολές του περιβάλλοντος και με δεδομένο ότι η επιχείρηση θα πρέπει να αλλάξει στρατηγική πλεύσης, θεωρείται απαραίτητο να εισάγουμε το περιβάλλον στην ανάλυση S.W.O.T.¹⁰⁶.

Σε κάθε νέα στρατηγική που θέλει να θέσει μια επιχείρηση θα πρέπει πριν από αυτή να καθορίσει κάποια πράγματα που θα την βοηθήσουν στο μέλλον προκειμένου η νέα στρατηγική να έχει επιτυχία.

Έτσι στην περίπτωση της εργασίας θα μπορούσαμε να αναφέρουμε ότι από την στιγμή που μια επιχείρηση θέλει να εφαρμόσει μια φιλοπεριβαλλοντική στρατηγική θα πρέπει πριν από αυτή να εξετάσει κάποια δεδομένα-στοιχεία που θα την βοηθήσουν να διαμορφώσει την στρατηγική προκειμένου να θέσει τους στόχους και να καθορίσει την αποστολή της, αυτά λοιπόν τα στοιχεία αναλύονται μέσα από την ανάλυση SWOT, ενώ ακόμη και την στρατηγική να εισέλθει σε μια νέα αγορά όπως αναφέρθηκε ότι μπορεί να προκύψει με την προστασία του περιβάλλοντος με φιλοπεριβαλλοντικά προϊόντα, πάλι θα πρέπει πριν προχωρήσει να εφαρμόσει ανάλυση SWOT προκειμένου να κρίνει εσωτερικά και τα εξωτερικά της στοιχεία.

4.1. Τι Είναι η Ανάλυση SWOT

Τι είναι όμως η τόσο απαραίτητη ανάλυση SWOT που οι επιχειρήσεις θα πρέπει να εφαρμόζουν ώστε να μπορούν να προβλέψουν τις δυνατότητες τους και να προσαρμοστούν στα αποτελέσματα της προκειμένου να επιτύχουν τους στόχους που θα θέσουν στην στρατηγική τους;

Η ανάλυση SWOT είναι η διαμόρφωση της στρατηγικής που ονομάζεται συχνά και στρατηγικός σχεδιασμός ή ο μακροχρόνιος σχεδιασμός και ασχολείται με την ανάπτυξη της αποστολής, των στόχων, των στρατηγικών και των πολιτικών μια επιχείρησης.

Αρχίζει με την ανάλυση της κατάστασης, δηλαδή την διαδικασία εύρεσης μια στρατηγικής εναρμόνισης ανάμεσα στις εξωτερικές ευκαιρίες και εσωτερικά δυνατά σημεία, ενώ παρακάμπτει τις εξωτερικές απειλές και εσωτερικά αδύνατα σημεία¹⁰⁷. Με ποιο απλά λόγια η ανάλυση SWOT είναι ένα επιχειρηματικό εργαλείο το οποίο οι επιχειρήσεις που επιθυμούν να εφαρμόσουν μια στρατηγική ανάλυση, αναλύουν και αναγνωρίζουν τις Επιχειρηματικές τους Δυνάμεις και Αδυναμίες καθώς και τις υπάρχουσες ή μελλοντικές Ευκαιρίες και Απειλές.

¹⁰⁶ Το αρκτικόλεξο SWOT προκύπτει από τις αγγλικές λέξεις: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (αντίστοιχα στα ελληνικά: δυνατά σημεία, αδύνατα σημεία, ευκαιρίες, απειλές).

¹⁰⁷ J. David Hunger και Thomaw L. Wheelen (2004) Εισαγωγή στο Στρατηγικό Μάνατζμεντ, μετάφραση Σπηλιώτη Χρ., Κλειδάριθμος, Αθήνα.

Οι συντάκτες του επιχειρηματικού σχεδίου οφείλουν να γνωρίζουν ότι η ανάλυση αυτή αποτελεί το πρώτο από τα στάδια προγραμματισμού και χωρίς αυτή το δεύτερο στάδιο, που είναι το πρόγραμμα δράσης δεν μπορεί σε καμία περίπτωση να είναι αποτελεσματικό και πλήρες¹⁰⁸.

4.2. Η Εισαγωγή του Φυσικού Περιβάλλοντος στην Ανάλυση SWOT

Με βάση λοιπόν τι σημαίνει ανάλυση SWOT και με τα δεδομένα που αναλύσαμε νωρίτερα σχετικά με την σημαντικότητα του Φυσικού περιβάλλοντος για τις επιχειρήσεις καθώς και τον καθοριστικό ρόλο που πρόκειται να διαδραματίσει σε αυτές τα επόμενα χρόνια μπορούμε να κατανοήσουμε την αναγκαιότητα της χρήσης της από την στιγμή που θέλουμε να ορίσουμε μια νέα στρατηγική η οποία θα περιλαμβάνει την προστασία του περιβάλλοντος τόσο για την ομαλή προσαρμογή των λειτουργιών της στις αλλαγές του περιβάλλοντος όσο και στην αλλαγή στρατηγικής στοχεύοντας νέες αγορές.

Συνεπώς η επιχείρηση χρειάζεται να γνωρίζει και να αναλύσει πολύ καλά τις συνθήκες τόσο του εσωτερικού της περιβάλλοντος με τα Δυνατά της σημεία και τις Αδυναμίες όσο και του εξωτερικού της περιβάλλοντος με τις Ευκαιρίες αλλά και τις Απειλές. Προτού προχωρήσει όμως η επιχείρηση στην παραπάνω ανάλυση θα πρέπει να κάνει πρώτα και μια αποτύπωση της κατάστασης της όπως είναι αυτή σήμερα. Η καταγραφή αυτή θα πρέπει να βασίζεται πάνω στα σημεία εκείνα που προσδιορίζουν το νέο όραμα και τους στόχους της επιχείρησης¹⁰⁹.

Σε αυτό το σημείο βέβαια πρέπει να αναγνωρίσουμε ότι η ανάλυση SWOT θα μπορούσε να γίνει πιο κατανοητή σε μια πρακτική περίπτωση όπου θα αναφερόταν σε μια συγκεκριμένη επιχείρηση που θα ανέλυε τα προσωπικά της στοιχεία, καθώς στην θεωρητική προσέγγιση που θα αποτυπωθεί πιο κάτω πολλά από τα στοιχεία μπορεί ταυτόχρονα να ανήκουν σε δυο κατηγορίες για παράδειγμα η φήμη, η οποία μπορεί για μια εταιρεία να ανήκει στα δυνατά της σημεία καθώς μπορεί να έχει κάνει διάφορες δράσεις και να έχει αποδείξει την περιβαλλοντική της ηθική ενώ αντίστοιχα για μια άλλη εταιρεία το ίδιο στοιχείο να ανήκει στα αρνητικά της καθώς παλαιότερα μπορεί να είχε μολύνει το περιβάλλον. Επίσης στην θεωρητική περίπτωση που θα προσεγγίσουμε τα στοιχεία που θα αναφερθούν δεν μπορεί να θεωρηθούν πέρα από παραδείγματα και σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να αντικατοπτρίσουν όλα τα στοιχεία που μπορεί να εμφανιστούν σε πρακτικές εφαρμογές σε επιχειρήσεις.

¹⁰⁸ Κέφης Ν. Βασιλείος και Παπαζαχαρίου Πέτρος (2009) Το επιχειρηματικό όραμα σε Business Plan, Κριτική. Αθήνα.

¹⁰⁹ J. David Hunger και Thomaw L. Wheelen (2004) Εισαγωγή στο Στρατηγικό Μάνατζμεντ, μετάφραση Σπηλιώτη Χρ., Κλειδάριθμος, Αθήνα.

4.3. Δυνάμεις-Αδυναμίες της Επιχείρησης και Φυσικό Περιβάλλον

Σε συνέχεια αυτών που έχουμε αναφέρει θα εξεταστούν κάποια βασικά στοιχεία που η επιχείρηση θα πρέπει να τα ορίσει σε κατηγορίες σε σχέση με το εσωτερικό της περιβάλλον, κοινώς η επιχείρηση θα πρέπει να κρίνει της δυνατότητες που πηγάζουν από το εσωτερικό της περιβάλλον και να απαντήσει στο ερώτημα αν αυτές οι δυνατότητες μπορούν να στηρίξουν τους νέους στόχους, σκοπούς και οράματα που θα θέσει.

Οικονομικοί πόροι της επιχείρησης: Η επιχείρηση θα πρέπει να κρίνει αν η οικονομικοί της πόροι είναι σε μέγεθος ώστε να μπορέσει να πραγματοποιήσει την προσαρμογή σε μια περιβαλλοντική στρατηγική, με δεδομένο ότι ακόμη και αν στοχεύει σε κέρδη ή μείωση στα κόστη λειτουργίας της μέσα από αυτήν, θα έλθουν σε μακροχρόνια περίοδο και θα πρέπει να γνωρίζει αν θα μπορέσει να ανταποκριθεί.

Έτσι οι οικονομικοί πόροι μιας επιχείρησης θα μπορούσαν να θεωρηθούν στα δυνατά τις σημεία στην περίπτωση που το μέγεθος των οικονομικών της πόρων είναι τέτοιο ώστε να στραφεί χωρίς κίνδυνο σε μια νέα στρατηγική που θα είναι φιλική με το περιβάλλον ακόμη και πέρα από τα δεδομένα που ορίζουν οι νόμοι, αλλά αντίστοιχα θα μπορούσε να θεωρηθεί και από τα αδύνατα της σημεία αν οι πόροι της είναι τέτοιοι που θα μπορούσαν να την θέσουν σε κίνδυνο.

Το να είναι μια επιχείρηση περιβαλλοντικά υπεύθυνη κοστίζει. Ο εξοπλισμός ελέγχου της ρυπάνσεως είναι δαπανηρός τόσο κατά την αγορά του όσο και κατά την λειτουργία του. Οι συσκευές εξαερισμού που απομακρύνουν τοξικές ουσίες από τον αέρα των χώρων εργασίας είναι ακριβές. Η σωστή διάθεση των αποβλήτων κοστίζει ακριβά και σε χρόνο και σε χρήμα. Οι προσπάθειες αυτές μειώνουν τα κέρδη της επιχείρησης και σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον θα μπορούσε να τεθεί εκτός αγοράς λόγω κόστους¹¹⁰.

Η φήμη της επιχείρησης: Η φήμη είναι ένα ακόμη στοιχείο που η επιχείρηση θα πρέπει να θέσει σε έλεγχο. Η ευαισθητοποίηση της κοινωνίας τις τελευταίες δεκαετίες η οποία αυξάνεται όλο και πιο έντονα τα τελευταία χρόνια σε σχέση με την προστασία του περιβάλλοντος μπορεί να διαδραματίσει καθοριστικό παράγοντα στην ανάπτυξη ή μη της επιχείρησης.

Η φήμη για μια επιχείρηση θα μπορούσε να θεωρηθεί θετικό στοιχείο αν η επιχείρηση σέβεται το περιβάλλον στην διαδικασία λειτουργίας-παραγωγής της ή έχει προχωρήσει και σε δράσεις για την προστασία αυτού ενώ αντίθετα σε μια περίπτωση μόλυνσης του

¹¹⁰ Καρβούνης Σωτ. και Γεωργακέλος Δημ. (2003) Διαχείριση του Περιβάλλοντος Επιχειρήσεις και Βιώσιμη Ανάπτυξη, Σταμούλης, Αθήνα.

περιβάλλοντος ή καταγγελιών για την μη Περιβαλλοντική προστασία της επιχείρησης θα την τοποθετούσαμε στα αρνητικά της σημεία.

Ακόμη και σε νέο στόχο της επιχείρησης για διεξόδου σε νέες αγορές με φιλοπεριβαλλοντικά-πράσινα προϊόντα η φήμη έχει καθοριστικό ρολό ώστε να μπορέσει να κρίνει αν είναι έτοιμη για μια τέτοια στρατηγική. Είναι φυσικό ότι μια επιχείρηση που παλαιότερα είχε κατηγορηθεί για μόλυνση του περιβάλλοντος από κάποιο ατύχημα ή ότι γενικότερα οι λειτουργίες της μόλυναν το περιβάλλον, δεν θα μπορούσε να σκεφτεί στο άμεσο μέλλον να εισέλθει σε μια αγορά με φιλοπεριβαλλοντικά προϊόντα.

Σε κάθε περίπτωση πάντως οι προσδοκίες της κοινωνίας και των καταναλωτών είναι τέτοιες που ζητούν την προστασία του περιβάλλοντος από τις επιχειρήσεις και θα πρέπει να τεθεί σε ανάλυση ώστε ακόμη και να υπάρχει κακή φήμη να γίνουν προσπάθειες για την βελτίωση της.

Το καλό όνομα μιας επιχείρησης επιτυγχάνεται και διατηρείται όταν η επιχείρηση καταφέρνει να εκπληρώσει τις ανάγκες και τις προσδοκίες όλων των ενδιαφερόμενων μερών¹¹¹.

Το Ανθρώπινο Δυναμικό: Είναι φυσικό ότι το ανθρώπινο δυναμικό έχει ιδιαίτερη σημασία σε κάθε νέα προσπάθεια μιας επιχείρησης από την κουλτούρα που επικρατεί μέσα σε αυτό μέχρι τις προσωπικές δυνατότητες των εργαζομένων.

Το ανθρώπινο δυναμικό επίσης θα πρέπει να αναλυθεί ώστε να δούμε αν οι άνθρωποι που εργάζονται στην επιχείρηση μπορούν να συμβάλουν σε αυτό το νέο όραμα-στόχο που είμαστε έτοιμοι να θέσουμε.

Θα μπορούσε θεωρηθεί δυνατό σημείο αν μέσα σε αυτό έχουμε ήδη εργαζόμενους με γνώση και ειδικευση πάνω σε περιβαλλοντικά θέματα ή ικανότητα χειρισμού των νέων μηχανημάτων ενώ θα μπορούσε να θεωρηθεί αδυναμία αν ήμασταν αναγκασμένοι για τις αλλαγές που θέλουμε να προχωρήσουμε σε νέες προσλήψεις. Αυτό το στοιχείο συνδυάζεται στο σημείο αδυναμία και με τους οικονομικούς πόρους, καθώς η επιχείρηση αν προβεί σε αναγκαίες νέες προσλήψεις θα πρέπει να υπολογίζει και την αύξηση των δαπανών.

Επίσης αύξηση των δαπανών μπορεί να προέρθει και από μια αναγκαία εκπαίδευση του υπάρχοντος ανθρώπινου δυναμικού σε σχέση με τους νέους κανόνες λειτουργίας της επιχείρησης

¹¹¹ Werther William and Chandler David (2005) Strategic corporate social responsibility: stakeholders in a global environment, Thousan Oaks, Calif

Κτηριακή Εγκατάσταση: Ίσως να φανεί υπερβολικό αλλά πολλές επιχειρήσεις έχοντας ξεκινήσει από μικρότερα μεγέθη παραγωγικής δύναμης αλλά και με μικρότερες προσδοκίες μπορεί να έχει σαν αποτέλεσμα η κτηριακή τους εγκατάσταση να μην έχει τις κατάλληλες υποδομές έτσι ώστε να μην τηρεί κάποια κριτήρια προκειμένου να βοηθήσει την επιχείρηση σε μια νέα στρατηγική.

Ενώ ταυτόχρονα μπορεί να είναι τέτοια που να μην προξενήσει προβλήματα στην περίπτωση που θέλουμε να προσαρμόσουμε την παραγωγή μας και να είναι ένα δυνατό σημείο

Τοποθεσία επιχείρησης: Ακόμη η τοποθεσία της επιχείρησης μπορεί επιφέρει προβλήματα αν είναι ευαίσθητη στις φυσικές καταστροφές που μπορεί να προξενήσουν οι αλλαγές του περιβάλλοντος με αποτέλεσμα να την εντάξουμε στα αδύνατα σημεία ή μπορεί να είναι τέτοια ώστε να μην επηρεάζεται από αυτά τουλάχιστον στο άμεσο μέλλον.

Ακόμη ένα παράδειγμα θα μπορούσε να είναι η πρόσβαση που έχει η επιχείρηση σε αυτήν την τοποθεσία στις πρώτες ύλες, αν έχει εγκατασταθεί εκεί για να έχει εύκολη πρόσβαση και αν η τοποθεσία αυτή κινδυνεύει από την μείωση των πρώτων υλών που θα προξενήσουν οι αλλαγές του περιβάλλοντος

Εξοπλισμός: Ο εξοπλισμός της επιχείρησης είναι ακόμη ένα σημαντικό στοιχείο του οποίου η επιχείρηση θα πρέπει να κρίνει τις δυνατότητες απέναντι στις αλλαγές του περιβάλλοντος, ο εξοπλισμός της επιχείρησης μπορεί να είναι ένα αδύνατο της σημείο αν οι αλλαγές του περιβάλλοντος το επηρεάζουν με τις πολύ υψηλές ή με τις πολύ χαμηλές θερμοκρασίες και δεν του επιτρέπουν να παράγει στον απόλυτο-επιθυμητό βαθμό ή μπορεί να μην έχει τις δυνατότητες καθώς είναι παλιάς τεχνολογίας να προσαρμοστεί με τα νέα δεδομένα για μια φιλική στο περιβάλλον παράγωγη.

Από την άλλη πλευρά μπορεί να καλύπτει και να ανταποκρίνεται το ίδιο σωστά στο πρόβλημα των ασυνήθιστων θερμοκρασιών αλλά και να πληροί της απαιτήσεις μιας φιλιπεριβαλλοντική παραγωγής και να ενταχθεί στα δυνατά σημεία της επιχείρησης.

4.4. Ευκαιρίες-Απειλές της Επιχείρησης και Φυσικό Περιβάλλον

Μπορεί να δημιουργείται η εντύπωση ότι τόσο η αλλαγές του Περιβάλλοντος όσο και η στροφή των επιχειρήσεων για την προστασία του, ότι είναι μια νέα απειλή και πράγματι οι εταιρείες έχουν να αντιμετωπίσουν ένα από τα μεγαλύτερα προβλήματα αλλά ταυτόχρονα με τα νέα δεδομένα που έχουν εμφανιστεί δημιουργούνται ευκαιρίες για τις επιχειρήσεις που έχουν φανεί ή θα φανούν διορατικές και μέσα από τις μελλοντικές αλλαγές και ανάγκες των καταναλωτών τους θα μπορέσουν όχι μόνο να σταθούν και να μην βγουν ζημιολόγες αλλά και να κερδίσουν από αυτές.

Φυσικές Απειλές: οι επιχειρήσεις μπορεί να επηρεαστούν από τις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής που σχετίζονται με τον καιρό ως αποτέλεσμα ξηρασίας, πλημμύρων, καταιγίδων όπως και από απρόβλεπτα καιρικά που μπορεί να πλήξουν διάφορες περιοχές¹¹².

Ακόμη η έλλειψη πρώτων υλών όπως το νερό ή ξυλεία μπορεί να καταστούν ικανές σε επιχειρήσεις που τις χρησιμοποιούν για την παράγωγή τους να δημιουργήσουν προβλήματα καθώς μια τέτοια έλλειψη θα αυξήσει το κόστος παραγωγής.

Νομικές Απειλές: ένας πολυδιάστατος κίνδυνος είναι αυτός που η επιχείρηση θα πρέπει να συμμορφώνεται στους νόμους που επιβάλλει η πολιτεία καθώς εγκυμονεί τον κίνδυνο τον προστίμων, ενώ δεν είναι λίγες οι επιχειρήσεις ειδικά στον κλάδο της Βιομηχανίας που έχουν έρθει αντιμέτωπες με μηνυτήριες αγωγές από την κοινωνία για μόλυνση που μπορεί να προκαλούν με την λειτουργία τους. Η αδυναμία της επιχείρησης να προσαρμοστεί έγκαιρα μπορεί να την εκθέσει σε όλων των ειδών τις ποινές και σε άλλα προβλήματα νομικής φύσης.

Ρυθμιστικές Απειλές: Λόγω της επιδείνωσης την κατάστασης του φυσικού περιβάλλοντος τα ρυθμιστικά μέτρα αυξάνονται σε συχνότητα αλλά και σε βαρύτητα, αν η επιχείρηση δεν είναι έτοιμη να προσαρμοστεί προκειμένου να ανταποκρίνεται στις νέες ρυθμίσεις μπορεί πέρα από τον κίνδυνο νομικής φύσης που αναλύσαμε πριν, να την θέσουν και σε κίνδυνο μειώσεως της αξίας της αφού τα περιουσιακά στοιχεία αυτής να μετατραπούν μέσα από μια ρύθμιση να σε άχρηστα για αυτήν, μπορεί για παράδειγμα κάποιες τεχνολογίες στα μηχανήματα που χρησιμοποιεί η επιχείρηση να κριθεί ότι πρέπει να καταργηθούν και να αντικατασταθούν με νεότερης τεχνολογίας μέσα από μια τέτοια ρύθμιση με αποτέλεσμα να μην μπορεί πια να τα χρησιμοποιήσει και να πρέπει να προβεί σε αγορά νέων.

¹¹² Παππης Π. Κώστας (2011) Κλιματική Αλλαγή, Διαχείριση της Εφοδιαστικής Αλυσίδας και Προσαρμογή των Επιχειρήσεων, Επίκεντρο, Θεσσαλονίκη.

Συνεπώς κάτι τέτοιο μπορεί και να μειώσει την παρούσα αξία της επιχείρησης, αφού ο μηχανολογικός εξοπλισμός της δεν θα μπορεί πλέον να της είναι χρήσιμος, και ταυτόχρονα τον αναγκασμό εξόδων για να τα αντικατάσταση του.

Ανταγωνιστικότητα: Οι επιχειρήσεις μπορεί να χάσουν το ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα αν δεν πάρουν προληπτικά μέτρα σε σχέση με τους ανταγωνιστές που θα μπορέσουν να εκμεταλλευτούν την αύξηση της ευαισθητοποίησης της κοινωνίας για προστασία του περιβάλλοντος.

Αυτό όμως μπορεί να είναι και μια νέα ευκαιρία για την επιχείρηση που θα ενεργήσει πιο γρήγορα από τους ανταγωνιστές προκειμένου να είναι αυτή που θα υπερτερήσει.

Νέα αγορά: Σχετίζεται σε κάποια μέρη με την ανταγωνιστικότητα αλλά είναι ξεχωριστή απειλή για αυτούς που δεν θα την λάβουν σοβαρά ή ευκαιρία για αυτούς που θα την λάβουν.

Η Αλλαγές τους Περιβάλλοντος έχουν ευαισθητοποίηση την κοινωνία και τους καταναλωτές αποτέλεσμα αυτού είναι όχι μόνο να ζητά πιο Περιβαλλοντικά Ηθικές επιχειρήσεις αλλά και νέα προϊόντα αποτέλεσμα αυτού είναι οι επιχειρήσεις να έχουν να αντιμετωπίσουν τον κίνδυνο παλαιών ή νέων επιχειρήσεων που θα φέρουν στην αγορά προϊόντα φιλικά προς το περιβάλλον.

Μπορεί στην αρχή να υποθέσουμε ότι η επιχείρηση δεν την ενδιαφέρει να στραφεί σε μια νέα αγορά, αυτή νέα αγορά όμως μπορεί να δημιουργήσει υποκατάστατα προϊόντα με τα δικά της τα οποία ως φιλοπεριβαλλοντικά να έχουν μεγαλύτερη ζήτηση από τους καταναλωτές.

Συνεπώς και εδώ παρατηρούμε ότι το θέμα μας δεν είναι απλά να ενεργήσουμε, αλλά να ενεργήσουμε ταχύτερα και καλύτερα από τον ανταγωνισμό προκειμένου την απειλή να την μετατρέψουμε σε ευκαιρία.

Φήμη: Μπορεί να αναλύσαμε την φήμη σαν στοιχείο Δύναμης-Αδυναμίας της επιχείρησης θα ήταν όμως σοβαρή παράληψη να μην την αναφέρουμε και εδώ.

Η Φήμη είναι η ίδια η επιχείρηση, είναι αυτή που θα μπορέσει πέρα από το να κερδίσει καταναλωτές να προσελκύσει και επενδυτές.

Ο κίνδυνος επηρεασμού της φήμης από μια εταιρεία που δεν θα λάβει σοβαρά υπόψη την προστασία του περιβάλλοντος μπορεί να είναι σε τέτοιο βαθμό που σύντομα θα προκαλέσει προβλήματα στην βιωσιμότητα της, δεν είναι λίγες οι επιχειρήσεις που μέσα από περιβαλλοντικά σκάνδαλα δέχτηκαν επίθεση από

τους καταναλωτές οι οποίοι αρνιόντουσαν να αγοράσουν προϊόντα τους.

Ενώ όπως είναι φυσικό καμία επιχείρηση δεν μπορεί να κερδίσει επενδυτές αν πρώτα δεν έχει κερδίσει τους ίδιους του πελάτες.

Βέβαια και εδώ η απειλή μπορεί να είναι μια ευκαιρία, καθώς η περιβαλλοντική ηθική μιας επιχείρησης ακόμη και πέρα από τους νόμους μπορεί να βοηθήσει αισθητά ώστε ισχυροποιηθεί η φήμη και η εικόνα της στην αγορά με αποτέλεσμα πέρα από τους καταναλωτές να μπορεί να αποδείξει και στους επενδυτές ότι αξίζει να τοποθετήσουν τα χρήματά τους.

Η διαδικασία του Στρατηγικού σχεδιασμού θα πρέπει να εστιάζει και στις ευκαιρίες και στις απειλές από το περιβάλλον. Θα πρέπει να παρέχει ένα ενοποιημένο πλαίσιο μέσα στο οποίο οι μάνατζερ θα μπορούν να εξετάζουν τις ευκαιρίες που υπάρχουν και να εκτιμούν τις δυνατότητες που η επιχείρηση μπορεί να χρησιμοποιήσει προκειμένου να αποκτήσει πλεονέκτημα απ' αυτές τις ευκαιρίες αλλά και να αναγνωρίσει αδυναμίες που πρέπει να αντιμετωπιστούν προκειμένου να επιτύχει τους σκοπούς της η επιχείρηση¹¹³.

Σίγουρα δεν υπάρχει μια σίγουρη στρατηγική προκειμένου να γνωρίζουμε ότι άμα την ακολουθήσουμε θα βγούμε κερδισμένοι το μόνο σίγουρο είναι ότι νέες αλλαγές στο περιβάλλον θα δημιουργήσουν εκπλήξεις, επομένως το να αποτιμήσουμε και να ενεργήσουμε ώστε να βελτιώσουμε τα αδύνατα μας σημεία να στηριχτούμε στα δυνατά μας, να περιορίσουμε τους κινδύνους και να αδράξουμε τις ευκαιρίες που μπορεί να κάνουν την εμφάνισή τους στο μέλλον σίγουρα είναι η καλύτερη πρακτική.

Η απάντηση στο ερώτημα σχετικά με τα νέα χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων μπορεί να συναχτεί από την απάντηση στο ερώτημα σχετικά με τις νέες προκλήσεις, δηλαδή τις νέες ευκαιρίες και απειλές, που έρχονται από το περιβάλλον τους, και τις αντίστοιχες στρατηγικές που υιοθετούνται από αυτές. Φυσικά δεν επηρεάζονται όλες οι επιχειρήσεις από το περιβάλλον με τον ίδιο τρόπο. Αυτό που μπορεί να είναι απειλή για μια επιχείρηση να είναι ευκαιρία για μια άλλη¹¹⁴.

Το στρατηγικό σχέδιο ή ανάλυση SWOT της επιχείρησης θα πρέπει πλέον να εξετάζει τις ευκαιρίες και τις απειλές που προέρχονται από το φυσικό περιβάλλον, όπως και εκείνες από το οικονομικό, το νομικό, το πολιτικό και το κοινωνικό περιβάλλον.

¹¹³ Καρβούνης Σωτ. και Γεωργακέλος Δημ. (2003) Διαχείριση του Περιβάλλοντος Επιχειρήσεων και Βιώσιμη Ανάπτυξη, Σταμούλης, Αθήνα.

¹¹⁴ Παππης Π. Κώστας(2011) Κλιματική Αλλαγή, Διαχείριση της Εφοδιαστικής Αλυσίδας και Προσαρμογή των Επιχειρήσεων, Θεσσαλονίκη, Επίκεντρο.

Συμπεράσματα 4^ο Κεφαλαίου

Σίγουρα μέσα από το κεφάλαιο μπορέσαμε να γνωρίσουμε την σημαντικότητα της SWOT ανάλυσης σαν εργαλείο για την δημιουργία της στρατηγικής των επιχειρήσεων ενώ ταυτόχρονα συνειδητοποιήσαμε την αναγκαιότητα να ενταχτεί στην ανάλυση αυτή η μεταβολή του Φυσικού Περιβάλλοντος.

Η επιχείρηση θα πρέπει να εκμεταλλευτεί και να χρησιμοποιήσει αυτό το επιχειρηματικό εργαλείο προκειμένου να ανάλυση τον ρόλο που θα διαδραματίσει το Φυσικό Περιβάλλον και οι αλλαγές του τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό της περιβάλλον.

Σίγουρα τα οφέλη και οι ευκαιρίες που θα μπορούσε να απολάβει μια επιχείρηση μέσα από μια νέα «πράσινη» στρατηγική είναι πολλά, όπως εξίσου πολλές είναι και οι απειλές που μπορεί να αντιμετωπίσει, όμως υπάρχουν και απειλές για την επιχείρηση και στην περίπτωση που δεν θα κρίνει σωστά τις εσωτερικές της δυνάμεις και τις πραγματικές της ανάγκες και προχωρήσει με λανθασμένες αποφάσεις σε μια νέα στρατηγική, η επιχείρηση θα πρέπει να ξεπερνά με μέτρο τα όρια και τις δυνατότητες που της ορίζουν το εσωτερικό της περιβάλλον, έτσι σε καμία περίπτωση μια στρατηγική για την επιχείρηση δεν θα πρέπει να βασίζεται σε βεβιασμένες ενέργειες και αποφάσεις οι οποίες δεν θα έχουν κρίνει όσο το δυνατόν καλύτερα τόσο τις εσωτερικές δυνάμεις και αδυναμίες όπως και τις ευκαιρίες και απειλές που εγκυμονεί το εξωτερικό της περιβάλλον γιατί κάτι τέτοιο θα τις προξενήσει ακόμη μεγαλύτερους κινδύνους.

Μια νέα στρατηγική για τις επιχειρήσεις θα πρέπει να έχει αναλύσει όλα τα στοιχεία πρώτου αποφασιστεί η εφαρμογή της, σε αντίθετη περίπτωση το πιθανότερο είναι να θέσουν σε κίνδυνο την ακεραιότητα της.

Κεφάλαιο 5

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη-Περιβαλλοντική Ευθύνη

Όπως έχει αποδειχθεί κατά την διάρκεια της εργασίας οι επιχειρήσεις έπρεπε αργά η γρήγορα να συνειδητοποιήσουν ότι δραστηριοποιούνται μέσα ένα ευρύ κοινωνικό σύνολο, επομένως θα πρέπει να αναγνωρίζουν την ευθύνη που τους αναλογεί απέναντι στην κοινωνία και το περιβάλλον.

Οι καταστροφικές συνέπειες στο περιβάλλον, αλλά και οι πιέσεις των ενδιαφερόμενων μερών με ποιο έντονες αυτές των καταναλωτών για ενημέρωση των λειτουργιών των επιχειρήσεων αλλά και για φιλικότερα προς το περιβάλλον προϊόντα σε συνδυασμό με τις Μ.Κ.Ο. που είχαν ενδυναμωθεί ήταν αυτά που οδήγησαν στην δημιουργία μια νέας έννοιας αυτής της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αναφέρεται στις ενέργειες των επιχειρήσεων που αποσκοπούν στην συμβολή αντιμετώπισης των περιβαλλοντικών και κοινωνικών ζητημάτων.

5.1. Ορίζοντας την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στις μέρες μας αποτελεί ένα βασικό κομμάτι του επιχειρηματικού κόσμου, όμως παρόλο που με τα χρόνια άρχισε να αποτελεί όλο και πιο σημαντική αξία και παρ'όλες τις προσπάθειες που έγιναν προκειμένου να δοθεί ένας επίσημος ορισμός, μέχρι σήμερα δεν υπάρχει ένας διεθνής και απόλυτα αποδεκτός ορισμός της Ε.Κ.Ε.

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η οικειοθελής δέσμευση των επιχειρήσεων για ένταξη στις επιχειρηματικές του πρακτικές κοινωνικών και περιβαλλοντικών δράσεων, που είναι πέρα από όσα επιβάλλονται από τη νομοθεσία και έχουν σχέση με όλους όσοι άμεσα ή έμμεσα επηρεάζονται από τις δραστηριότητες τους. **Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη**

Ενώ σύμφωνα με την πράσινη βίβλο η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι έννοια με την οποία οι επιχειρήσεις ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς προβληματισμούς στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές στους με αλλά ενδιαφερόμενα μέρη **Ευρωπαϊκή επιτροπή πράσινη Βίβλος 2001**

Η έννοια της Ε.Κ.Ε. μπορεί να περιλαμβάνει το κομμάτι της προστασίας του περιβάλλοντος ως ένα από τα κυριότερα στοιχεία της αλλά μέσα σε αυτήν είναι ενταγμένα και άλλοι κοινωνικοί προβληματισμοί, όπως μπορεί να είναι τα ανθρώπινα δικαιώματα, οικονομικά προβλήματα, ενασχόληση με τις τοπικές κοινωνίες και γενικότερα προβλήματα του κοινωνικού συνόλου, όμως είναι πολλά τα σημεία επαφής όλων των διαστάσεων της Ε.Κ.Ε με αυτήν του περιβάλλοντος.

Λόγω του θέματος της εργασίας θα επικεντρωθούμε σε αυτά που συνάδουν με το Φυσικό Περιβάλλον . Ο πυλώνας του περιβάλλοντος στην έννοια της Ε.Κ.Ε. έχει αποκτήσει τα τελευταία χρόνια κύρια σημασία σε σημείο που αναφέρεται και ως ξεχωριστή διάσταση αυτή της Εταιρικής Περιβαλλοντικής Ευθύνης

Στην προσπάθεια όμως να οριοθετηθεί η περιβαλλοντική διάσταση, είναι η λήψη μέτρων και την αποτελεσματική διαχείριση του περιβαλλοντικού κεφαλαίου και των φυσικών πόρων. Η περιβαλλοντική διαχείριση μια επιχείρησης που εφαρμόζει Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη περιλαμβάνει τα εξής¹¹⁵:

- Τη μείωση ρύπων και αποβλήτων, που ευθύνονται για την μόλυνση του περιβάλλοντος.
- Τη χρήση τεχνολογίας και συστημάτων παραγωγής που είναι φιλικά στο περιβάλλον.
- Την ανάληψη επενδύσεων για την προστασία του περιβάλλοντος. Οι επενδύσεις για το περιβάλλον χαρακτηρίζονται από την Ε.Ε. ως επενδύσεις διπλού κέρδους, επειδή προκύπτει όφελος τόσο για της επιχειρήσεις όσο και για το περιβάλλον
- Την εφαρμογή του κοινοτικού σχεδίου διαχείρισης και έλεγχου στον τομέα του περιβάλλοντος.

Συνεπώς οι προσπάθειες της επιχείρησης για μια στρατηγική με στόχο την προστασία του περιβάλλοντος πλαισιώνεται μέσα από την έννοια της Ε.Κ.Ε.

5.2. Επιχειρήσεις και Περιβαλλοντική Ευθύνη

Με τα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης τα οποία ως κυριότερη προσπάθεια των επιχειρήσεων για την προστασία του περιβάλλοντος τα αναφέραμε νωρίτερα σε ξεχωριστό κεφάλαιο, σε συνδυασμό με δράσεις της επιχείρησης πέρα από κανόνες και πρότυπα που αφορούν δραστηριότητες που αναπτύσσει η επιχείρηση εντός και εκτός των ορίων της, με σκοπό την προστασία του περιβάλλοντος μέσα από αυτές, όπως:

- Η γνώση και η πληροφόρηση της επιχείρησης για περιβαλλοντικά θέματα.
- Η αναδάσωση μιας περιοχής
- Η προσπάθεια χρήσης ανακυκλώσιμων πρώτων υλών
- Η μετατροπή των προϊόντων ή των συσκευασιών αυτών προκειμένου να αναπτύξουν τον κύκλο ζωής τους.
- Προσπάθειες ευαισθητοποίησης της κοινωνίας για περιβαλλοντικά θέματα.
- Ωθηση της κοινωνίας για συμμετοχή σε δράσεις περιβαλλοντικού σκοπού της επιχείρησης, π.χ. ενίσχυση προσπάθειας για ανακύκλωση.

¹¹⁵ Βεξεβανίδου, Μ, 2011 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, Σταμούλη, Αθήνα.

- Η παραγωγή πράσινων προϊόντων, προϊόντα που όχι μόνο έχουν παραχθεί με φιλοπεριβαλλοντικές διαδικασίες αλλά και που οι χρήσεις τους δεν επιβαρύνει το περιβάλλον.
- Οικονομική ενίσχυση ερευνητικών προγραμμάτων για την προστασία του περιβάλλοντος

Όλα αυτά και οποιαδήποτε άλλη εθελοντική δράση προσπάθεια εντός ή εκτός της επιχείρησης, πλαισιωμένη ή μη από κριτήρια και κανόνες, που θα έχει άμεσο ή έμμεσο στόχο την προστασία ή την βελτίωση του περιβάλλοντος θα μπορούσαμε να πούμε ότι είναι η περιβαλλοντική διάσταση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης .

Σε αντίθεση με τα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης όπου υπήρχε μια αμφίδρομη σχέση μεταξύ κέρδους της επιχείρησης και προστασία του περιβάλλοντος εδώ παρατηρούμε ότι υπάρχουν και δράσεις που κοστίζουν χωρίς να φαίνεται ξεκάθαρα αν μπορούν να προσφέρουν ανάλογα. Θα απαντήσουμε πολύ σύντομα ότι επιχειρήσεις που προχωρούν σε τέτοιες δράσεις έχουν ως κύριο στόχο την παράπλευρη ενίσχυση της Εταιρικής του Εικόνας που θα επιτευχθεί μέσα από την ανάδειξη του Περιβαλλοντικού τους προφίλ, θέλοντας να δείξουν μέσα από αποδείξεις ότι ενδιαφέρονται πραγματικά για το περιβάλλον και για προβλήματα που συνδέονται με αυτό και μπορεί να επιδρούν στην κοινωνία, με αποτέλεσμα να προχωρούν ακόμη και σε κινήσεις πέρα των ορίων τους.

Δεν θα πρέπει να ξεχνάμε σε όλο αυτό τα ενδιαφερόμενα μέρη αλλά και την περιβαλλοντική ευαισθησία αυτών, με το κυριότερο από αυτά να είναι οι καταναλωτές, μια συμπεριφορά που θα συνδέεται πέρα από την ευθύνη των επιχειρήσεων για αυτά που προκαλούν στο περιβάλλον αλλά και με μια γενικότερη ευθύνη περιβαλλοντικής ηθικής και βοήθειας για το περιβάλλον είναι λογικό να επιδρά θετικά στην συνείδηση των καταναλωτών με αποτέλεσμα να τους επηρεάζει και στις αγοραστικές τους αποφάσεις¹¹⁶.

Άλλωστε την περιβαλλοντική ευαισθησία που έχουμε υποστηρίξει στην αρχή της εργασίας μας προκειμένου τα τελευταία χρόνια οι πιέσεις των ενδιαφερόμενων μερών να είναι όλο και πιο έντονες προς μια τέτοια κατεύθυνση.

Όμως το ενδιαφέρον το επιχειρήσεων ακόμη και για θέματα εκτός των ορίων της επιχείρησης την οποία ενστερνίζεται η γενικότερη έννοια της Ε.Κ.Ε. δημιούργησε έντονες κριτικές και αντίθετες απόψεις με μια από τις ισχυρότερες να είναι αυτή του Milton Friedman¹¹⁷ ο οποίος υποστήριζε ότι η μόνη ευθύνη, υποχρέωση των επιχειρήσεων είναι να αυξήσει τα χρήματα των ιδιοκτητών του όχι να αναλαμβάνει να κάνει δράσεις για το καλό της κοινωνίας.

Ο Friedman στήριζε την άποψη του ότι οι επιχειρήσεις και τα στελέχη τους δεν έχουν γνώση και εμπειρία να προχωρήσουν σε δράσεις πέρα αυτών των λειτουργιών της επιχείρησης και ότι μια συμπεριφορά πέρα από κόστη για την

¹¹⁶ Werther William and Chandler David (2005) Strategic corporate social responsibility: stakeholders in a global environment, Thousand Oaks, Calif

¹¹⁷ Νομπελίστας οικονομολόγος 1976, καθηγητής του Πανεπιστημίου του Chicago

επιχείρηση θα ήταν και κίνδυνος να την αποπροσανατολίσει από τους πραγματικούς σκοπούς της. Ενώ έκρινε ότι υπάρχει και κίνδυνος κατάχρησης χρημάτων από τα στελέχη των επιχειρήσεων τα όποια με πρόσχημα τις δράσης Ε.Κ.Ε. θα μπορούσαν να απολάβουν χρήματα για προσωπικό τους όφελος.

Οι επικριτές των απόψεων αυτών ήταν πολλοί που σίγουρα δεν αναιρούν το κέρδος ως βασικό στόχο μιας επιχείρησης, άλλωστε το κέρδος είναι ο κύριος μοχλός της παραγωγικής δραστηριότητας αλλά εκφράζουν την άποψη ότι οι επιχειρήσεις θα πρέπει να συνδυάζουν το κέρδος με την αναγνώριση των ευθυνών τους. Υποστηρίζουν ότι οι επιχειρήσεις έχουν ευθύνες πέρα από την επίτευξη του κέρδους, οι ευθύνες τους κυρίως έγκεινται να περιορίσουν τις αρνητικές κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις εξαιτίας της παραγωγικής τους δραστηριότητας¹¹⁸.

5.3. Η Περιβαλλοντική Ευθύνη των επιχειρήσεων ως Μοχλός Ανάπτυξης

Όπως αποδεικνύεται ο δρόμος βελτίωσης της σχέσης των επιχειρήσεων με το περιβάλλον είναι δύσκολος και καθ'όλη την διάρκεια του θα εμφανίζονται νέες προκλήσεις που θα πρέπει να αντιμετωπιστούν.

Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να κινηθούν γρήγορα αν δεν έχουν ήδη κινηθεί ώστε να επιμερίσουν του κινδύνους που σίγουρα θα έρθουν από τις αλλαγές αυτές και μέσα από την προσαρμογή αυτή θα δουν ότι όχι μόνο ότι μπόρεσαν να επιβιώσουν αλλά τους δόθηκε η ευκαιρία να αναπτυχθούν.

Η Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη δημιουργήθηκε μέσα από την άσκηση πιέσεων των ενδιαφερόμενων μερών, ενδιαφερόμενων μερών που συνδέονται με τις επιχειρήσεις, αυτός ήταν και ο σημαντικότερος λόγος που οι επιχειρήσεις άρχισαν να ενδιαφέρονται να προωθήσουν ένα πιο κοινωνικό και περιβαλλοντικό προφίλ¹¹⁹. Ακόμη θα μπορούσε να υποστηριχτεί ότι το υψηλό επίπεδο του ανταγωνισμού είχε εξαντλήσει όλους τους τρόπους προώθησης μιας επιχείρησης με αποτέλεσμα να βρέθηκε μια νέα μορφή διαφήμισης, προώθησης και ενδυνάμωσης της αξίας της επιχείρησης.

Τα οφέλη από μια από αυτήν στρατηγική των επιχειρήσεων που υποστηρίζουμε κατά την διάρκεια της εργασίας θα μπορούσε να είναι

Βελτιωμένη Φήμη

Η βελτίωση της φήμης και της αντίληψης του εμπορικού σήματος των επιχειρήσεων από την αναγνώριση της βελτιωμένης αξίας του προϊόντος από την πλευρά του καταναλωτή, την ευαισθησία και την φροντίδα σχετικά με το περιβάλλον¹²⁰.

¹¹⁸ Παπαδόπουλος, Ιορδάνης (2002) Επιχειρηματική Ηθική: Θεωρία και Εφαρμογές, Πανεπιστημιακές Σημειώσεις Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, Αθήνα

¹¹⁹ Werther William and Chandler David (2005) Strategic corporate social responsibility: stakeholders in a global environment, Thousan Oaks, Calif

¹²⁰ Ιστοσελίδα www.crsquest.net (Πρόσβαση: 22-08-2014)

Οι πωλήσεις των επιχειρήσεων επηρεάζονται θετικά, εφόσον αυτές έχουν προβάλει μέσα από διάφορα μέσα μαζικής ενημέρωσης το κοινωνικό τους έργο, ενισχύοντας την ανταγωνιστικότητά τους έναντι επιχειρήσεων που δεν έχουν μια ολοκληρωμένη στρατηγική Ε.Κ.Ε¹²¹.

Η καλή δημοσιότητα μπορεί να έχει σεβαστά οφέλη για μια επιχείρηση όσο αυξάνεται η ευαισθησία της κοινωνίας και του καταναλωτικού κοινού σε θέματα που αφορούν τις αλλαγές του περιβάλλοντος

Συνεπώς μια τέτοια συμπεριφορά από την επιχείρηση θα ισχυροποιήσει την εικόνα της επιχείρησης και θα συμβάλει σημαντικά στην βελτιώσει της φήμης της, αφού μπορέσουμε να επιτύχουμε αυτό τότε αρχίζει ένα ντόμινο κάλυψης των σημαντικότερων ενδιαφερόμενων μερών καθώς η φήμη θα επηρεάσει την κοινωνία και συνεπώς τους καταναλωτές θετικά ώστε να κερδίσουμε μεγαλύτερο κομμάτι της αγοράς το οποίο θα έχει θετικά αποτελέσματα για τα κέρδη της τα οποία θετικά αποτέλεσμα θα καλύψουν τις προσδοκίες των μετόχων της επιχείρησης.

Η εικόνα και η φήμη μιας επιχείρησης παίζουν διαρκώς ίσως το σημαντικότερο ρόλο στο ανταγωνιστικό περιβάλλον των επιχειρήσεων.

Καθαρά έσοδα

Η εξοικονόμηση των πόρων μέσα από την περιβαλλοντική ευθύνη των επιχειρήσεων οι οποίοι μπορεί να είναι είτε μέσα από την μείωση των πρώτων υλών είτε από μείωση των δαπανών λειτουργίας, εμφανίζεται ως κέρδος για την επιχείρηση το οποίο θα μπορούσε να το επενδύσει για να ενισχύσει την ανάπτυξη της. Όπως αναλύσαμε και στο κεφάλαιο με τα Σ.Π.Δ. η σωστή περιβαλλοντική διαχείριση μπορεί να προσφέρει μεγάλη εξοικονόμηση τόσο μέσα από την εξοικονόμηση των πρώτων υλών όσο από την εξοικονόμηση των λειτουργικών δαπανών όπως το νερό και το ρεύμα.

Θετική προσοχή από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης

Πολλές επιχειρήσεις που εξασκούν πρακτικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης αντιμετωπίζουν τακτική κάλυψη από τα Μ.Μ.Ε. και με αυτόν τον τρόπο αυξάνουν την δημοτικότητα τους, δεν είναι λίγες φορές που παρατηρούμε μέσα από αυτά να καλύπτουν περιβαλλοντικές δράσεις των επιχειρήσεων σαν ένας άλλος τρόπος διαφήμισης.

Βελτιωμένος Έλεγχος Κινδύνου

Διαφάνεια και ευρύτερη ενημερότητα των χρηματοοικονομικών περιβαλλοντικών και κοινωνικών κινδύνων ώστε να ελαχιστοποιηθούν οι πιθανότητες να βρεθεί η επιχείρηση σε δυσμενή θέση¹²². Μέσα από την οργανωμένη ευαισθησία της επιχείρησης για το περιβάλλον θα περιορίσει τον κίνδυνο να έρθει αντιμέτωπη με νομικούς κινδύνους που γίνονται άλλο και πιο αυστηροί, ενώ μπορεί να την βοηθήσει σε σημαντικό βαθμό προκειμένου η

¹²¹ Kotler P. (2009), Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Πώς να προσφέρεται το καλύτερο στην εταιρεία σας και στο σκοπό της επιλογής σας. (Μετάφραση Σμαραγδή Μ.), Κέρκυρα-Economia Publishing. Αθήνα

¹²² Ιστοσελίδα www.crsquest.net (Πρόσβαση: 22-08-2014)

επιχείρηση να μην έρθει αντιμέτωπη με τους κινδύνους και τις αρνητικές συνέπειες από φυσικές καταστροφές.

Αυξημένη αποδοτικότητα

Η επένδυση στην τεχνολογία για τον έλεγχο περιβαλλοντικών κινδύνων, συχνά παράγει οφέλη μείωσης του κόστους. Οικολογική αποδοτικότητα σημαίνει να δημιουργείς περισσότερα και οδηγεί σε εξοικονόμηση εκατομμυρίων λόγω μείωσης των επιπέδων του κόστους. Ταυτόχρονα οι νέες τεχνολογίες οι οποίες μπορούν να προστεθούν στην επιχείρηση θα είναι έτοιμες να ανταποκριθούν με την μέγιστη δυνατή απόδοση τους ακόμη και στην περίπτωση ακραίων θερμοκρασιών.

Αυξημένες Πωλήσεις.

Επιτυγχάνεται η δημιουργία νέων αγορών με οργανισμούς ή καταναλωτές που επιλέγουν συνεργάτες βάσει της περιβαλλοντικής τους επίδοσης. Δεν θα πρέπει να μας διαφεύγει η αυξανόμενη ευαισθητοποίηση των καταναλωτών και της κοινωνίας για τα περιβαλλοντικά θέματα που ωθεί αυτά τα ενδιαφερόμενα μέρη να αναζητήσουν νέα προϊόντα τα οποία έχουν παραχθεί με περιβαλλοντικούς τρόπους ή η χρήση τους δεν έχει επιπτώσεις στο περιβάλλον

Δυνατότητα Ποιοτικής Αντίδρασης.

Η επιχείρηση που θα είναι περιβαλλοντική ηθική θα έχει μεγαλύτερες δυνατότητες σωστής αντίδρασης σε μια αλλαγή, όπως έχουμε αναφέρει το περιβάλλον προστάζει για ακόμη περισσότερες και πιο αυστηρές ρυθμίσεις και νόμους που μπορεί άμεσα να φέρουν νέα δεδομένα συμμόρφωσης για της επιχειρήσεις. Η επιχείρηση θα είναι πιο έτοιμη σε μια ενδεχόμενη τέτοια αλλαγή δεδομένων αν είναι όσο το δυνατόν περισσότερο περιβαλλοντικά υπεύθυνη με αποτέλεσμα τα νέα δεδομένα να μην αποσπάσουν την προσοχή από την ανάπτυξη της.

Προσέλκυση και Διατήρηση Υπαλλήλων και Στελεχών.

Ένα περιβάλλον στο εσωτερικό της επιχείρησης το οποίο δεν θα θέτει σε κίνδυνο την υγεία των εργαζομένων είναι φυσικό όχι μόνο να διατηρήσει τους εργαζόμενους μιας επιχείρησης αλλά να προσελκύσει και νέους.

Επίσης το αυξημένο ενδιαφέρον της κοινωνίας το οποίο έχουμε επισημάνει μπορεί να επηρεάσει τους εργαζόμενους σαν κομμάτι αυτής, οι οποίοι θα επιθυμούν να εργάζονται σε μια επιχείρηση που θα ενδιαφέρεται για το περιβάλλον σαν αποτέλεσμα να διατηρήσουμε εργαζόμενους αλλά και να προσελκύσουμε νέους.

Στο ίδιο σκεπτικό θα μπορούσαμε να τοποθετήσουμε ακόμη και την άποψη ότι ικανά στελέχη θα προτιμήσουν να εργάζονται σε μια επιχείρηση που ενδιαφέρεται για το περιβάλλον, βλέποντας μέσα από αυτήν την συμπεριφορά την δυνατότητα βιωσιμότητας της επιχείρησης, σε αντίθεση με μια άλλη η οποία μπορεί στο άμεσο μέλλον να έρθει αντιμέτωπη με κινδύνους για την βιωσιμότητα της αν δεν έχει προσαρμοστεί στις αλλαγές του περιβάλλοντος.

Βελτιωμένες Επενδυτικές Ευκαιρίες.

Η κοινωνική και περιβαλλοντική επίδοση των επιχειρήσεων είναι δυνατόν να επιδρά σημαντικά στην θεώρηση επενδυτικών αποφάσεων. Ίσως οι επενδυτές να μένουν αδιάφοροι από την καθαρή Περιβαλλοντική έννοια όμως παρουσιάζονται δύο πλευρές που καλύπτουν της δίκες τους προσδοκίες, η πρώτη καλύπτεται από την θετική σχέση περιβαλλοντικής ευθύνης και οικονομικής απόδοσης της, με όλα αυτά που έχουμε αναφέρει, όπως μειωμένα κόστη λειτουργίας, ικανοποίηση των πελατών ή και προσέλκυση νέων, αλλά ταυτόχρονα επηρεάζονται και από την πλευρά τόσο πόσο εκτιθέμενη είναι η επιχείρηση στις αλλαγές του περιβάλλοντος αφού μια επιχείρηση η οποία δεν θα έχει προχωρήσει σε προσαρμογή στις αλλαγές του περιβάλλοντος σημαίνει ότι σύντομα θα αναγκαστεί να το κάνει το αποτέλεσμα αυτού είναι ότι η επενδυτές θα αποφύγουν να επενδύσουν σε κάποια επιχείρηση που σε σύντομο χρονικό διάστημα θα πρέπει να προχωρήσει σε μεγάλες δαπάνες για την προσαρμογή της που θα έχει σαν αποτέλεσμα την παράταση απόσβεσης της επένδυσής τους.

Χαμηλότερα Κόστη Υγείας

Η ασθένεια αποτελεί ένα στοιχείο κόστους για της επιχειρήσεις ενώ είναι πλέον αποδεκτό ότι ένα υγιέστερο εργατικό δυναμικό είναι συχνά πιο παραγωγικό και αποτελεσματικό¹²³.

Δικαιώματα Εκπομπών.

Σύμφωνα με το χρηματιστήριο των ρύπων, που λειτουργεί στην Ε.Ε. κάθε εταιρεία που είναι εισαγμένη της δύνονται δικαιώματα εκπομπών, τα οποία αν τα ξεπεράσει είναι αναγκασμένη να αγοράσει με τιμές πολύ υψηλές, ενώ στην περίπτωση που καταφέρει να μειώσει το επίπεδο των ρύπων που παράγει να το δημιουργήσει σε ευκαιρία για κέρδη καθώς μέσα από το χρηματιστήριο θα είναι αυτή που θα τα πουλήσει σε κάποια άλλη εταιρεία. Τα έσοδα από την πώληση των «δικαιωμάτων» δημιουργούν κέρδη στην επιχείρηση.

Άδεια λειτουργίας

Η Περιβαλλοντική ηθική και η φήμη που διατηρεί μια επιχείρηση μπορούν να την βοηθήσουν σε σημαντικό βαθμό προκειμένου να εκδώσει η να διατηρήσει την άδεια λειτουργίας της. Η γνώμη που έχουν τα ενδιαφερόμενα μέρη, όπως το κράτος ή η τοπική κοινωνία για την περιβαλλοντική επίδοση μιας επιχείρησης είναι σε θέση να επηρεάσει σε ουσιαστικό επίπεδο την άδεια λειτουργίας της.

Συνειδητοποιούμε ότι η στρατηγική της επιχείρησης για την προστασία του περιβάλλοντος έχει για αυτήν πολλά οφέλη, μπορεί κατά κύριο λόγο αυτά τα οφέλη να μην έχουν άμεσα αποτελέσματα κερδοφορίας και μια τέτοια στρατηγική να αναγκάσει την επιχείρηση σε επιπλέον έξοδα, αλλά είναι τόσο σημαντικά για αυτήν προκειμένου να θέσουν ισχυρές βάσεις για την βιωσιμότητα της στο άμεσο μέλλον, βάσεις που θα την προστατέψουν από κινδύνους που θα προκύψουν και ταυτόχρονα να της προσφέρουν δυνατότητα να αυξήσει την ανταγωνιστικότητά της και γενικότερα θα την ωθήσουν για την ανάπτυξη της.

¹²³ Ιστοσελίδα www.crsquest.net (Πρόσβαση: 22-08-2014)

Συμπεράσματα 5^ο Κεφαλαίου

Τα πλαίσια μιας Περιβαλλοντικά Ηθικής στρατηγικής για τις Επιχειρήσεις παρατηρούμε πως δεν έχει όρια, σίγουρα όπως αναλύσαμε στα προηγούμενα κεφάλαια οι επιχειρήσεις θα πρέπει καταρχάς να υπακούν στους νόμους και σαν δεύτερο βήμα να εφαρμόζουν Σ.Π.Δ. προκειμένου να θέσουν τις βάσεις για μια νέα Περιβαλλοντικά Ηθική στρατηγική, αλλά σίγουρα δεν μπορούμε να πούμε πως θα ήταν εύκολο να οριοθετήσουμε όλες τις προσπάθειες και δράσεις των επιχειρήσεων που θα έχουν ως σκοπό την προστασία του περιβάλλοντος.

Με δεδομένο πως όλες αυτές οι προσπάθειες βασίζονται σε εθελοντική βάση πέρα από κανόνες και πρότυπα, από αυτές που θα τους προσφέρουν άμεσα αποτελέσματα μέχρι αυτές που θα τους προσφέρουν έμμεσα, από αυτές που θα τους προσφέρουν μείωση εξόδων και αύξηση στα κέρδη μέχρι αυτές που θα τους προσφέρουν άυλα μακροχρόνια οφέλη, η επιχείρηση είναι αυτή που ανάλογα με τις δυνατότητες της και με γνώμονα πάντα τους οικονομικούς της πόρους θα θέσει τους δικούς της στόχους προκειμένου να τους πετύχει.

Ίσως οι περισσότερες προσπάθειες να μην μπορούν να αποτυπωθούν με οικονομικά αποτελέσματα αλλά παρατηρούμε πως μια σωστή στρατηγική που θα δημιουργήσει μια Περιβαλλοντικά Ηθική επιχείρηση θα μπορούσε να προσφέρει σε αυτήν παράπλευρα σημαντικά οφέλη. Οφέλη που στο ισχυρό ανταγωνιστικό περιβάλλον των επιχειρήσεων προστάζουν απαραίτητα προκειμένου η επιχείρηση να θωρακίσει την οντότητα της, να αυξήσει την αποδοτικότητα της καθώς και να μπορέσει να δημιουργήσει μια ισχυρή φήμη για αυτήν. Όλα αυτά θα έχουν σαν αποτέλεσμα να λειτουργήσουν ως μοχλός ανάπτυξης για την επιχείρηση ώστε να μπορέσει να αυξήσει το μερίδιό της στην αγορά να μεγιστοποιήσει τα κέρδη να επιτύχει την αναγκαία οικονομική ανάπτυξη.

Συνοψίζοντας μας γίνεται κατανοητό ότι η οικονομική επιτυχία μιας επιχείρησης δεν εξαρτάται μόνο από μια στρατηγική μεγιστοποίησης βραχυπρόθεσμων κερδών αλλά και από την προστασία του περιβάλλοντος και την προώθηση της περιβαλλοντικής ευθύνης, συμπεριλαμβανομένων και των συμφερόντων της κοινωνίας και των καταναλωτών.

Συμπεράσματα Θεωρητικού Μέρους

Με στοιχεία που αναλύθηκαν στο θεωρητικό μέρος γίνεται εμφανές ότι οι αλλαγές του περιβάλλοντος έχουν επηρεάσει ήδη τις επιχειρήσεις, το θεσμικό πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης το οποίο κάθε κράτος μέλος θα πρέπει να το ενσωματώνει στην εθνική του νομοθεσία είναι τέτοιο ώστε να μπορέσει να ελέγξει τις λειτουργίες των επιχειρήσεων και ειδικά των βιομηχανικών. Το θεσμικό πλαίσιο αλλά και οι κυρώσεις που απορρέουν από αυτό για μια επιχείρηση η οποία δεν θα το υπακούει, θα γίνονται όλο και πιο αυστηρές με τα χρόνια και σε καμία περίπτωση η επιχείρηση δεν θα πρέπει να συνεχίσει να μένει εκτεθειμένη μέσα από τις λειτουργίες της οι οποίες μπορούν να την φέρουν απέναντι στην βαρύτητα των νομών, κάτι το οποίο σίγουρα θα της κοστίσει την οικονομική της αξία αλλά θα κλονίσει την φήμη της και μπορεί να θέσουν σε κίνδυνο ακόμη και την βιωσιμότητα της.

Τα οικονομικά μοντέλα που χρησιμοποιούνται για να στηρίξουν τις αποφάσεις μιας στρατηγικής των επιχειρήσεων βασίζονται σε συνθήκες και υποθέσεις που αντανakλούν την παρούσα κατάσταση των επιχειρήσεων και σίγουρα ο σκοπός αυτών είναι το κέρδος, όμως μας έγινε κατανοητό πως το φυσικό περιβάλλον θα πρέπει να μπει σαν μεταβλητή στην στρατηγική τους καθώς τα κράτη, οι κοινωνίες, οι αγορές, οι καταναλωτές αφυπνίζονται όλο και περισσότερο ενώ ακόμη και οι άμεσες επιδράσεις των αλλαγών του περιβάλλοντος στο εσωτερικό της επιχείρησης όπως πίεση των μετόχων, των ιδιοκτητών, των εργαζομένων αλλά και η απόδοση των μηχανημάτων τους ή η έλλειψη πρώτων υλών τις περισσότερες φορές τις έχουν ήδη αγγίξει.

Θα πρέπει καταρχήν οι επιχειρήσεις να προσαρμοστούν στις αλλαγές του περιβάλλοντος προκειμένου να προστατέψουν την δική τους βιωσιμότητα αφού όπως αναφέραμε προβλήματα που σχετίζονται με την λειτουργία τους είναι ένας μελλοντικός κίνδυνος για αυτές ενώ οι δυνατότητες για κέρδη μέσα από εξοικονόμηση ενέργειας, πρώτων υλών κ.α. είναι σε σεβαστό επίπεδο ώστε να τα υπολογίζουν.

Παράλληλα θα πρέπει να δουν τις ευκαιρίες που δημιουργούν οι αλλαγές αυτές όπως οι νέες αγορές ή η ισχυροποίηση της φήμης τους ώστε να τις εκμεταλλευτούν και να μπορέσουν να θέσουν νέους στόχους για το μέλλον.

Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να μετριάσουν τις αρνητικές τους επιδράσεις στο περιβάλλον και να υπερπηδήσουν τα εμπόδια που μπορεί να προκύψουν καθώς θα πρέπει συνειδητοποιήσουν ότι η χρονική στιγμή του “μπορώ ή βρίσκομαι εκτός αγοράς” δεν φαντάζει πολύ μακριά. Δεν είναι μόνο η ανάγκη να υπακούν τους νόμους αλλά η κάλυψη των προσδοκιών όλων των ενδιαφερόμενων μερών τα όποια τις περισσότερες φορές συνδέονται άμεσα με την ανάπτυξη της επιχείρησης.

Σίγουρα τα εμπόδια είναι πολλά με το ισχυρότερο από αυτά να είναι τα κόστη για με τέτοια στρατηγική αλλά σε καμία περίπτωση δεν θα πρέπει να μεταφράζονται από αυτές σαν αιτιολογία προκειμένου να αποβάλουν από την στρατηγική τους την μεταβλητή του περιβάλλοντος.

Θα πρέπει να είναι αυτές που όπως κρίνουν το οικονομικό, πολιτικό, νομικό κλίμα που υπάρχει έτσι να κρίνουν και τον παράγοντα του Φυσικού Περιβάλλοντος και μέσα από τις εσωτερικές του δυνάμεις να προσπαθούν ανάλογα με τις δυνατότητες τους για μια συνεχή βελτίωση τις γενικότερης δραστηριότητας τους με στόχο να ισχυροποιήσουν την οικονομική τους αξία και να μπορέσουν να είναι νικητές σε αυτή την μάχη.

Τα οφέλη που θα μπορούσε να αποκομίσει μια επιχείρηση μέσα από μια νέα στρατηγική με γνώμονα την προστασία του περιβάλλοντος αλλά και την προσαρμογή της στις αλλαγές αυτού είναι παράπλευρα και ίσως ακόμη και η διεθνής βιβλιογραφία να μην έχει μπορέσει να τα αποτυπώσει στον μέγιστο βαθμό, όμως ακόμη και αυτά που ξεχωρίζουν και τα αναφέραμε είναι εξίσου σημαντικά προκειμένου να αποδείξουν σε μια επιχείρηση ότι μια σωστή «πράσινη» στρατηγική έχει να τους αποφέρει σεβαστά κέρδη, κέρδη που τις περισσότερες περιπτώσεις είναι άυλα, αλλά άμεσα ή έμμεσα θα βοηθήσουν στο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και στην οικονομική ανάπτυξη που έχει ανάγκη η επιχείρηση.

Βέβαια δημιουργώντας και εφαρμόζοντας μια νέα στρατηγική στην επιχείρηση με σκοπό την αντιμετώπιση των ενδεχόμενων απειλών από τις αλλαγές του περιβάλλοντος, δεν θα σημαίνει πολλά αν η επιχείρηση δεν φροντίσει να το κάνει καλύτερα αλλά και γρηγορότερα από τους ανταγωνιστές της, αυτό σημαίνει ότι μια επιχείρηση θα πρέπει πέρα από το σκοπό να βγει νικητής μέσα από την μείωση των κινδύνων που θα επιφέρουν οι αλλαγές του περιβάλλοντος να κερδίσει και την μάχη μέσα από την ανακάλυψη των ευκαιριών που βρίσκονται μέσα σε αυτούς τους κινδύνους και να είναι αυτή που θα τους μετατρέψει σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της.

Αν ενεργήσουμε όλοι τότε παύουμε να έχουμε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα αλλά αν δεν ενεργήσουμε καθόλου το μόνο σίγουρο είναι ότι θα έχουμε ανταγωνιστικό μειονέκτημα.

Ερευνητικό Μέρος



Κεφάλαιο 6: Τα Χαρακτηριστικά της Έρευνας

Κεφάλαιο 7: Κύριο μέρος-αποτελέσματα της έρευνας



Κεφάλαιο 6

Τα Χαρακτηριστικά της Έρευνας

Στην συγκεκριμένη ενότητα θα αποτυπωθούν τα αναφερόμενα αποτέλεσμα της έρευνας που πραγματοποιήθηκε, προκειμένου να στηρίξουμε ότι αναφέρθηκε στο θεωρητικό κομμάτι αλλά και να απαντήσουμε σε απορίες που αναπτύχθηκαν κατά την θεωρητική προσέγγιση του θέματος. Έχοντας στο μυαλό μας όλα αυτά που αναφέρθηκαν κατά την διάρκεια του θεωρητικού μέρους ξεχωρίσαμε το ενδιαφερόμενο μέρος των καταναλωτών συνεπώς και της κοινωνίας ως το σημαντικότερο προκειμένου να προσδώσει ανάπτυξη σε μια νέα στρατηγική των επιχειρήσεων για την προστασία του περιβάλλοντος, δεν θα μπορούσαμε όμως να αμελήσουμε και την γνώμη των επιχειρήσεων καθώς αυτές είναι που θα πρέπει να κρίνουν τους κινδύνους, τις ευκαιρίες και να αποφασίσουν αν θα στραφούν σε μια νέα στρατηγική που θα περιλαμβάνει το περιβάλλον κάτι το οποίο γνωρίζουμε ότι θα έχει και μεγάλα έξοδα για αυτές. Ταυτόχρονα, συνειδητοποιώντας μέσα από το θεωρητικό μέρος την βαρύτητα της κρατικής πολιτικής αποφασίστηκε να αποτυπωθεί και η γνώμη και από αυτό το ενδιαφερόμενο μέρος.

Συνεπώς μέσα στην έρευνα μας θα εξετάσουμε την άποψη:

- A) Των καταναλωτών
- B) Των επιχειρήσεων
- Γ) Της κρατικής πολιτικής

6.1. Ο Σκοπός της Έρευνας

Έτσι θα προσπαθήσουμε να κατανοήσουμε αν όλα αυτά που υποστηρίζονται στο θεωρητικό μέρος αντικατοπτρίζουν ρεαλιστικά τους καταναλωτές. Θα προσπαθήσουμε να δούμε αν πραγματικά οι καταναλωτές έχουν αυξήσει το ενδιαφέρον τους για την προστασία του περιβάλλοντος τι γνώμη έχουν για τις επιχειρήσεις για την ευθύνη στην μόλυνση και στην προστασία του περιβάλλοντος, ενώ ακόμη θα δούμε αν πραγματικά μια στρατηγική των επιχειρήσεων Περιβαλλοντικά Ηθική μπορεί να τους επηρεάσει στις αγοραστικές τους αποφάσεις και αν υπάρχει πραγματική ανάγκη για “πράσινα” προϊόντα

Ταυτόχρονα με τους καταναλωτές θα προσπαθήσουμε να δούμε μέσα και από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε επιχειρήσεις, αν οι επιχειρήσεις έχουν αρχίσει να εμπεριέχουν τον παράγοντα του Φυσικό Περιβάλλον στην στρατηγική τους, αν το θεωρούν αναγκαίο να το υπολογίζουν, ποιοι είναι οι λόγοι που τους ωθούν σε κάτι τέτοιο, ποια η γνώμη τους για τα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης και γενικότερα για την Περιβαλλοντική Ηθική, αν εκτιμούν και οι ίδιες ότι μπορεί να τους προσφέρει οφέλη αλλά και την άποψη τους για την κρατική πολιτική που ασκείται σε αυτές σε σχέση με την προστασία του Περιβάλλοντος.

Ενώ τέλος θα προσπαθήσουμε μέσα από επικοινωνία που πραγματοποιήθηκε με εκπρόσωπο του Υπουργείου Περιβάλλοντος,

Ενέργειας και Κλιματικής Αλλαγής, να αποτυπώσουμε την άποψη της κρατικής πολιτικής για την σχέση Επιχείρησης και Περιβάλλοντος. Πάλι σε μια προσπάθεια να στηρίξουμε αυτά που αναφέρθηκαν στο θεωρητικό μέρος ή για να απαντήσουμε στις απορίες που δημιουργήθηκαν, αυτήν την φορά βέβαια μια άλλη πλευρά, αυτή του κράτους.

6.2. Μεθοδολογία της Έρευνας

Η έρευνα μας και για τα 3 μέρη πραγματοποιήθηκε μέσα από την συλλογή και επεξεργασία δεδομένων από ερωτηματολόγια τα οποία δημιουργήθηκαν μετά από 3μηνη θεωρητική προσέγγιση του θέματος της εργασίας ώστε να μπορέσουμε να πλαισιώσουμε όσο τον δυνατόν πιο καλά και το ερευνητικό κομμάτι.

Η έρευνες πραγματοποιήθηκαν σχεδόν παράλληλα και στα 3 μέρη κατά το χρονικό διάστημα Ιουλίου-Αυγούστου του 2014.

6.2.1. Καταναλωτές

Όσον αφορά τους καταναλωτές μετά την δημιουργία ερωτηματολογίου, πραγματοποιήθηκε μια δοκιμαστική συμπλήρωση από άτομα στενού κύκλου, φίλους και συγγενείς προκειμένου να εντοπίσουμε λάθη παραλήψεις καθώς και αν είναι κατανοητό σε κάποιον. Αφού έγιναν οι κατάλληλες διορθώσεις και κρίθηκε ολοκληρωμένο και έτοιμο ξεκίνησε η διαδικασία της διανομής. Η αρχική διανομή έγινε μέσα από τεχνολογικά μέσα όπως ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail) και κοινωνικά δίκτυα (social media). Κατά την διάρκεια της έρευνας αυτής παρατηρήθηκε μια έντονη συμμετοχή σε ηλικίες από 18 μέχρι 35 μια μέση συμμετοχή σε ηλικίες 36 έως 55 και μια μικρή συμμετοχή σε ηλικίες άνω των 55. Θεωρήθηκε φυσιολογική μια τέτοια κατανομή βάση των χρηστών των νέων τεχνολογιών. Το αποτέλεσμα αυτού ήταν σαν δεύτερο βήμα η έρευνα να επικεντρωθεί στις ηλικίες που εντοπίστηκε πρόβλημα συμμετοχής δηλαδή αυτές των άνω των 55 κυρίως αλλά και σε ηλικίες 36-55, προκειμένου να βελτιώσουμε την ομοιομορφία του δείγματος.

Συνεπώς με προσωπική επικοινωνία μέσα από συναντήσεις αλλά και από επικοινωνία τηλεφωνική έγινε προσπάθεια να γίνει πιο ομοιόμορφη η ηλικιακή κατανομή των συμμετεχόντων .

Τα ερωτηματολόγια που συλλέχτηκαν μέσα από τις νέες τεχνολογίες ήταν πλήθος 156 και κρίθηκαν έγκυρα για αξιολόγηση 148. Ο αρχικός στόχος ήταν να συλλέξουμε συνολικά 200 ερωτηματολόγια όπου με το δεύτερο βήμα, δηλαδή αυτό της προσωπικής επαφής επιτεύχθηκε.

Το ερωτηματολόγιο των καταναλωτών χωρίζεται σε 4 θεματικές ενότητες οι οποίες ήταν ορατές για του συμμετέχοντες. α) Δημογραφικά στοιχεία, β) Η άποψη τους για το Περιβάλλον, γ) Η άποψη τους για τις Επιχειρήσεις και το Περιβάλλον και δ) Τα φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα.

6.2.2. Επιχειρήσεις

Για τις επιχειρήσεις έγινε προσπάθεια να βρεθεί μια βάση στην οποία έπρεπε να στηριχτεί η έρευνα προκειμένου όλες να ανήκουν στην ίδια κατηγορία αλλά και στο ίδιο μέγεθος ώστε να μην έχουμε αλλά κριτήρια που θα μπορούσαν να επηρεάσουν την άποψη τους, σε συνάρτηση με το ότι κατά κύριο λόγο οι περιβαλλοντικές ευθύνες αλλά και οι νόμοι στοχεύουν αυτές του κλάδο της βιομηχανίας αποφασίστηκε η κατηγορία, ενώ για να επιλύσουμε το πρόβλημα του μεγέθους αποφασίστηκε να στραφούμε στις 100 πιο κερδοφόρες βιομηχανίες του 2012 που ήταν και η τελευταία διαθέσιμη λίστα.

Αρχικό μας βήμα για την έρευνα για τις επιχειρήσεις ήταν να βρούμε ένα δίαυλο επικοινωνίας με αυτές, η προσπάθεια για κάτι τέτοιο στράφηκε στις επίσημες ιστοσελίδες των επιχειρήσεων αυτών, κυρίως μέσα από ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail) επικοινωνίας καθώς και με φόρμες άμεσης επικοινωνίας που είχαν αυτές οι ιστοσελίδες απευθυνθήκαμε σε 68 επιχειρήσεις. Η επικοινωνία ήταν να σταλεί ένα αρχικό mail όπου θα εξηγούσαμε το θέμα της εργασίας καθώς και την ανάγκη να συμβάλουν σε αυτό, ελάχιστες ήταν αυτές που απάντησαν. Μετά από λίγες μέρες στάλθηκε σε όλες όπου δεν είχαν απαντήσει, την επιστολή που είχε ετοιμάσει η επιβλέπουσα της εργασίας η κα. Καραγεώργου Β. μαζί με το ερωτηματολόγιο. Η ανταπόκριση ήταν αισθητά μεγαλύτερη, καθώς ακόμη και αυτές που δεν θέλησαν να συμμετέχουν στην έρευνα επικοινωνήσαν στέλνοντας τους λόγους που δεν θα ήθελαν. Το αποτέλεσμα συνολικά ήταν να συγκεντρωθούν 11 απαντημένα ερωτηματολόγια.

Εδώ αξίζει να αναφέρουμε ότι σε συνέχεια των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου των επιχειρήσεων, είχαν την δυνατότητα να σχολιάσουν προαιρετικά όποια ερώτηση επιθυμούσαν.

6.2.3. Κρατικός Φορέας.

Δεν θα υπήρχε πιο αρμόδιος από το Υπουργείο Περιβάλλοντος, Ενέργειας και Κλιματικής Αλλαγής, όπου υπήρξε επικοινωνία με την κα Πούλη Σταυρούλα προϊσταμένη συντονιστικού γραφείου αντιμετώπισης περιβαλλοντικών ζημιών. Η αρχική επικοινωνία ήταν τηλεφωνική και σεβόμενος της θέσης της ζήτησα να πραγματοποιήσουμε μια συνάντηση προκειμένου να της απευθύνω κάποιες ερωτήσεις. Η ίδια μου είπε να τις στείλω αυτές της ερωτήσεις μέσω mail και θα προσπαθήσει να ανταποκριθεί στις προσδοκίες μου αναπτύσσοντας όσο το δυνατόν στις απαντήσεις της σαν να πραγματοποιούσαμε προσωπική συνάντηση.

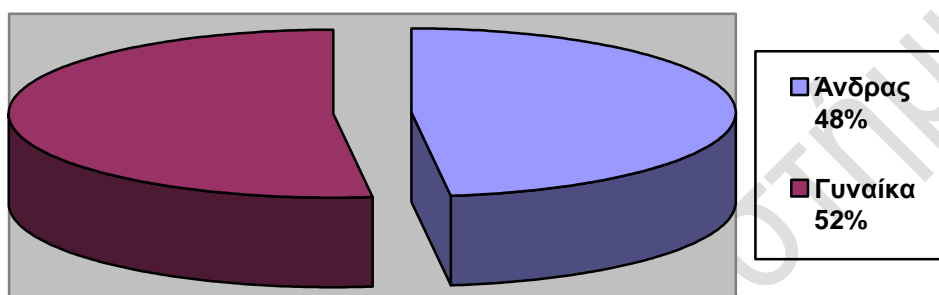
Και έτσι έγινε, μετά από λίγες μέρες απάντησε σε ότι είχε ρωτηθεί ενώ ανέπτυξε αρκετά τις απαντήσεις της σε κάποιες από αυτές.

6.3. Το Προφίλ του Δείγματος

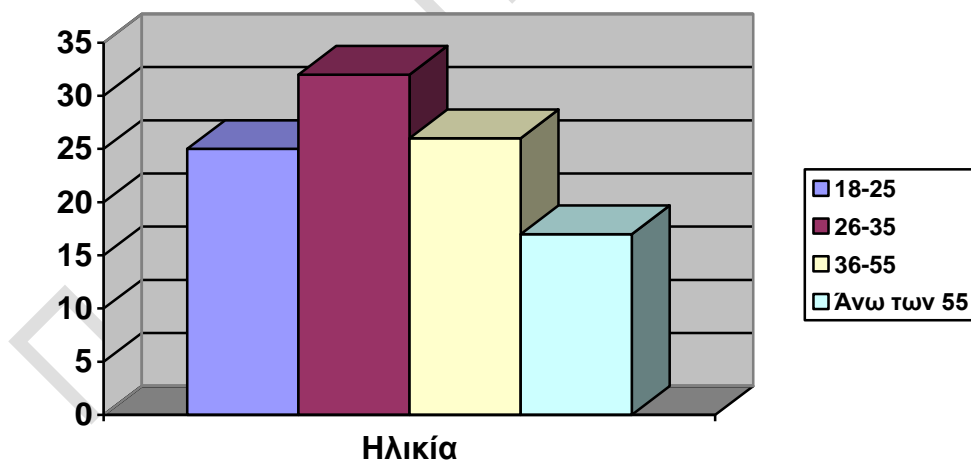
6.3.1 Καταναλωτές

Όπως αναφέρθηκε το σύνολο των ερωτηματολογίων που συλλέχθηκαν ήταν 200, τα αποτελέσματα που αφορούν τους καταναλωτές αποτυπώνονται επί τις 100, π.χ. αν σε μια απάντηση έχουμε 20 καταναλωτές που στηρίζουν, σημαίνει 10% .

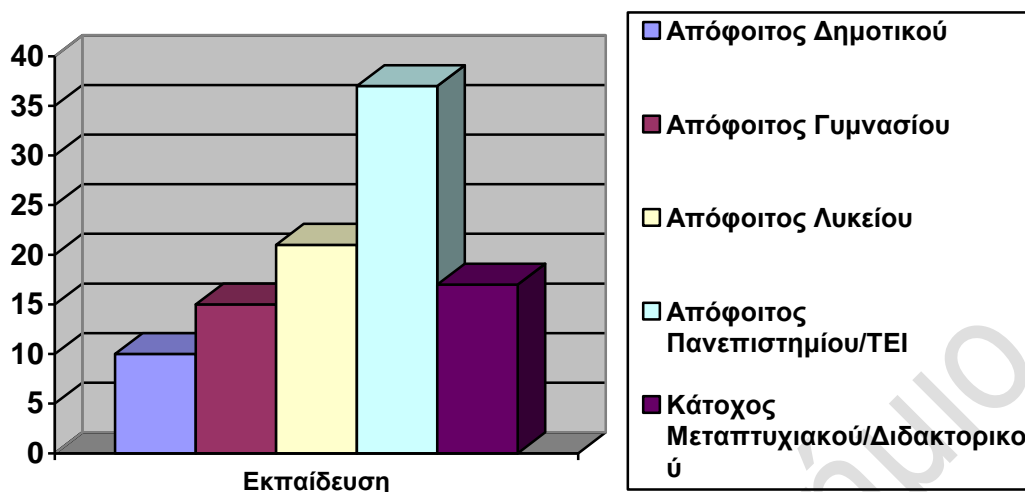
Διάγραμμα 1: Κατανομή συχνοτήτων για το φύλο του ερωτώμενου.



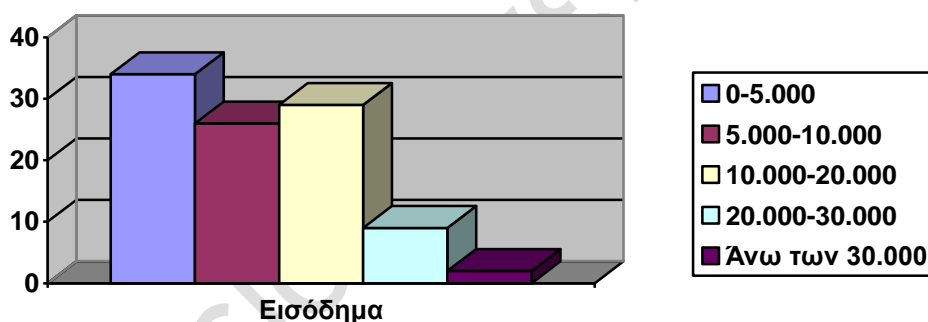
Διάγραμμα 2: Κατανομή συχνοτήτων για την ηλικία του ερωτώμενου.



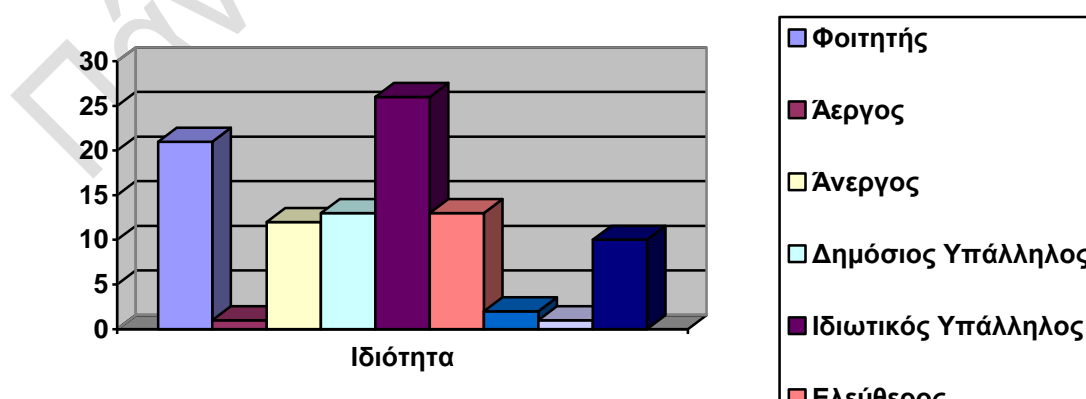
Διάγραμμα 3: Κατανομή συχνοτήτων για την εκπαίδευση του ερωτώμενου



Διάγραμμα 4: Κατανομή συχνοτήτων για το ετήσιο εισόδημα του ερωτώμενου.



Διάγραμμα 5: Κατανομή συχνοτήτων για την ιδιότητα του ερωτώμενου.



Όσο αφορά τον τόπο καταγωγής του δείγματος των καταναλωτών, να αναφέρουμε ότι το 67% κατοικεί στην Αθήνα ενώ το υπόλοιπο 33% προέρχεται από 24 διαφορετικούς νομούς της Ελλάδος.

6.3.2. Επιχειρήσεις

Όπως αναφέρθηκε το προφίλ του δείγματος των επιχειρήσεων ανήκει στις 100 πιο κερδοφόρες βιομηχανικές επιχειρήσεις που έχουν έδρα στην Ελλάδα. Το πλήθος των επιχειρήσεων είναι 11 όπου κρίθηκε ότι είναι καλύτερο να αποτυπωθούν οι απαντήσεις στους στην έρευνα επί του απόλυτου αριθμού. Ο παρακάτω πίνακας της κατατάσσει βάση της σειράς που απάντησαν στην έρευνα.

Πίνακας 1: Προφίλ των επιχειρήσεων της έρευνας

A/A	Επωνυμία Βιομηχανίας	Κλάδος που δραστηριοποιείται	Θέση κατάταξης βάση κερδοφορίας
1	Καρέλιας	Προϊόντα Καπνού	3 ^η
2	Αλουμίνιον	Επεξεργασίας Μετάλλου	4 ^η
3	Isomat	Χημικά προϊόντα	54 ^η
4	Fibran	Τομέας Πλαστικών	99 ^η
5	Alfa-Κακουτάρης	Παραγωγή Τροφίμων	88 ^η
6	Halcor	Επεξεργασίας Μετάλλου	
7	Φάνης-Megara Resins	Χημικά προϊόντα	80 ^η
8	Κρι-Κρι	Παράγωγή Τροφίμων	31 ^η
9	Αθηναϊκή ζυθοποιία	Παραγωγή Ποτών	5 ^η
10	Nestle Ελλάς	Παραγωγή Τροφίμων	9 ^η
11	Vivechrom	Χημικά προϊόντα	70 ^η

6.2.3. Κρατικός Φορέας

Όπως αναφέραμε ως κρατικό φορέα στην έρευνα της εργασίας είναι το Υπουργείο Περιβάλλοντος, Ενέργειας και Κλιματικής Αλλαγής, όπου έπειτα από επικοινωνία με την κα Πούλη Σταυρούλα προϊσταμένη συντονιστικού γραφείου αντιμετώπισης περιβαλλοντικών ζημιών απάντησε στις ερωτήσεις που της τέθηκαν

Κεφάλαιο 7

Κύριο μέρος-αποτελέσματα της έρευνας

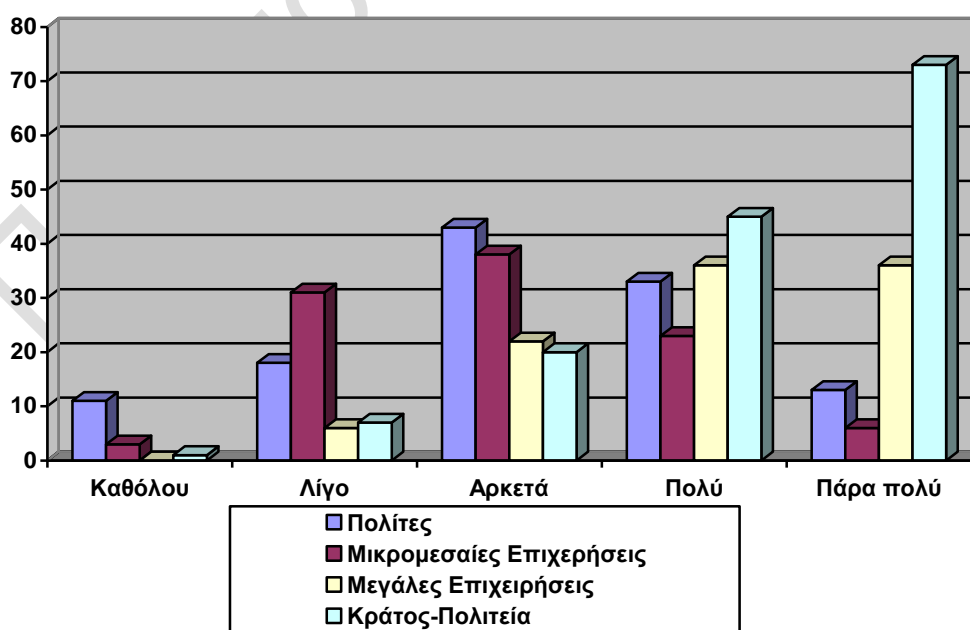
Στο κύριο κομμάτι της έρευνας θα ξεκινήσουμε με βάση του καταναλωτές, εδώ αξίζει να αναφέρουμε ότι πολλές ερωτήσεις μεταξύ των 3 μερών που εξετάζουμε επιλέξαμε να κοινές ώστε να μπορέσουμε να συγκρίνουμε τις απόψεις τους.

Επίσης σε κάποια από τα αποτελέσματα της έρευνας αποτυπώνουμε ταυτόχρονα πέρα από τα διαγράμματα και πίνακες προκειμένου να υπάρξει καλύτερη ανάγνωση και κατανόηση των αποτελεσμάτων.

7.1. Αποτέλεσμα από την Έρευνα στους Καταναλωτές-Κοινωνία.

Οι αρχικές ερωτήσεις προς τους καταναλωτές έχουν ως σκοπό να αποτιμήσουμε την άποψη τους για και την σχέση τους με αυτό, ενώ στην συνέχεια προσπαθούμε να δούμε τι γνώμη έχουν για τις προσπάθειες των επιχειρήσεων για την προστασία του περιβάλλοντος, ποιον θεωρούν ότι έχει την ευθύνη για την μόλυνση και την προστασία του, αν επηρεάζονται από τις φιλοπεριβαλλοντικές δράσεις των επιχειρήσεων και την άποψη τους για τα οικολογικά προϊόντα.

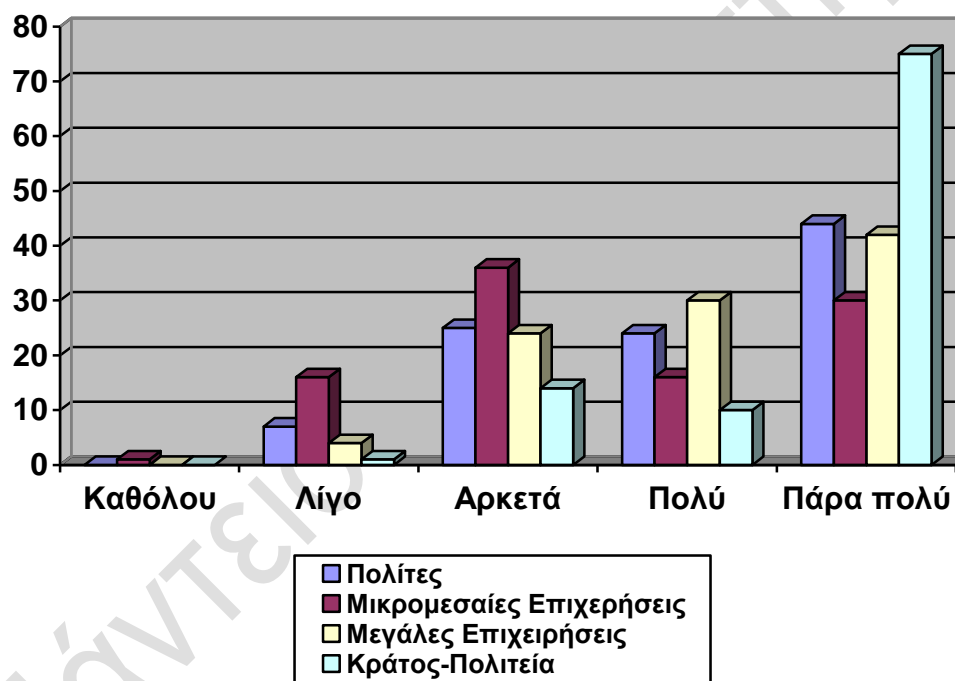
Διάγραμμα 6: Κατανομή συχνοτήτων ποιον θεωρούν οι καταναλωτές πως έχει ευθύνη για την μόλυνση του περιβάλλοντος



Πίνακας 2: Κατανομή συχνοτήτων ποιων θεωρούν οι καταναλωτές πως έχει ευθύνη για την μόλυνση του περιβάλλοντος

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
Πολίτες	0%	11%	43%	33%	13%
Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις	3%	31%	38%	23%	6%
Μεγάλες Επιχειρήσεις	0%	6%	22%	36%	36%
Κράτος Πολιτεία	1%	7%	20%	28%	45%

Διάγραμμα 7: Κατανομή συχνοτήτων για την άποψη των ερωτηθέντων σχετικά με το ποιος πως έχει ευθύνη για την προστασία του περιβάλλοντος



Πίνακας 3: Κατανομή συχνοτήτων με την άποψη των ερωτηθέντων σχετικά με το ποιος πως έχει ευθύνη για την προστασία του περιβάλλοντος

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
Πολίτες	0%	7%	25%	24%	44%
Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις	1%	16%	36%	16%	30%
Μεγάλες Επιχειρήσεις	0%	4%	24%	30%	42%
Κράτος Πολιτεία	0%	1%	14%	10%	75%

Παρατηρούμε με τις 3 περάνω ερωτήσεις μια αξιόλογη αυτοκριτική των καταναλωτών δηλαδή και της κοινωνίας-πολιτών καθώς όχι μόνο δεν αποποιούνται τις προσωπικές τους ευθύνες απέναντι στην προστασία και την μόλυνση του περιβάλλοντος αλλά αποδέχονται ένα μεγάλο μερίδιο ευθύνης, είναι πραγματικά ενδιαφέρουσα αυτή η άποψη καθώς μας δείχνει να καταλάβουμε ότι η κοινωνία-καταναλωτές είναι σε σημαντικό επίπεδο ευαισθητοποιημένη και αναγνωρίζουν ότι τους αναλογεί μερίδιο προκειμένου καταβάλουν προσπάθειες για την προστασία του περιβάλλοντος.

Στην συνέχεια βλέπουμε ότι μικρομεσαίες επιχειρήσεις δεν απέχουν τόσο στο μερίδιο ευθύνης για την μόλυνση όσο και για την ευθύνη προστασία σας στα μάτια των καταναλωτών, και ίσως ακόμη και αυτές θα έπρεπε να συνειδητοποιήσουν ότι η κοινωνία ζητεί να συμμορφωθούν.

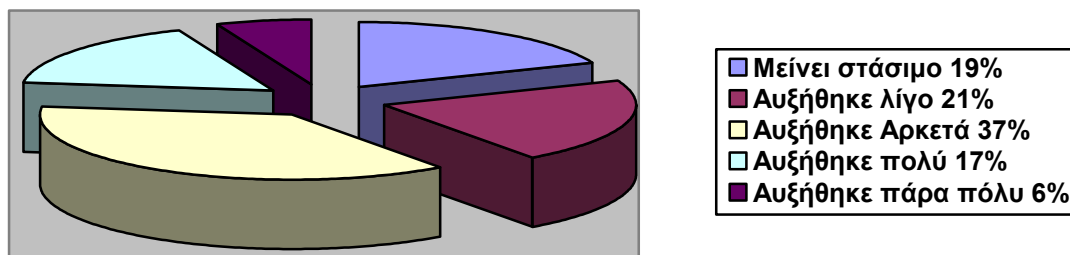
Είναι λογικό στις μεγάλες επιχειρήσεις να αναλογεί ένα τεράστιο ο μερίδιο ευθύνης καθώς ένα ποσοστό 96% τους αποδίδει ευθύνες από αρκετά μέχρι και παρά πολύ.

Από το μερίδιο ευθυνών δεν θα μπορούσε να γλυτώσει το κράτος-πολιτεία που του αναλογεί ένα σεβαστό επίπεδο ευθύνης για την μόλυνση του περιβάλλοντος, αλλά πραγματικά αξιόλογο το μεγαλύτερο ποσοστό σε αντιστοιχία με τις μεγάλες επιχειρήσεις καθώς 75% πιστεύει ότι έχει πάρα πολύ μεγάλη ευθύνη για την προστασία του.

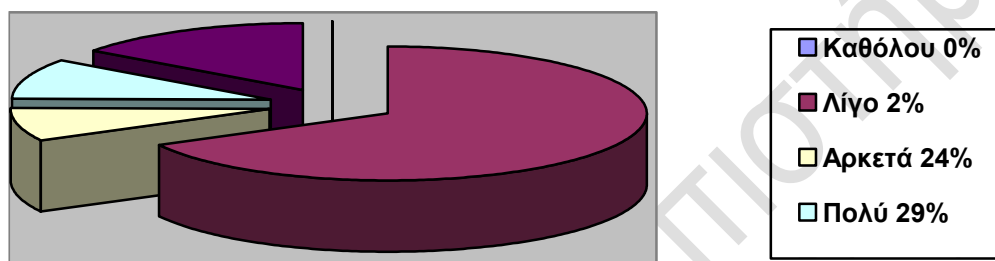
Αξίζει να παρατηρήσουμε ότι στο θέμα προστασίας οι κοινωνία-καταναλωτές ζητούν με αποτέλεσμα ρίχνουν και το μεγαλύτερο μέρος τις ευθύνες στην πολιτεία η οποία θα πρέπει να λάβει τα ανάλογα μετρά.

Στις ανάλογες ερωτήσεις προς την **κα Πούλη Σταυρούλα (προϊσταμένη ΣΥΓΑΠΕΖ)**, μας ανέφερε ότι μερίδιο ευθύνης έχουν όλοι, βέβαια διαφέρει ο βαθμός ευθύνης, συνεχίζοντας μας αναφέρει ότι οι επιχειρήσεις θα πρέπει να σέβονται και να εφαρμόζουν την νομοθεσία, το κράτος θα πρέπει να κωδικοποιήσει την περιβαλλοντική νομοθεσία και να εκπαιδεύει αποτελεσματικά τους πολίτες και να ενημερώνει τις επιχειρήσεις, να κάνει απλοποίηση των διαδικασιών και να ελέγχει συστηματικά την εφαρμογή.

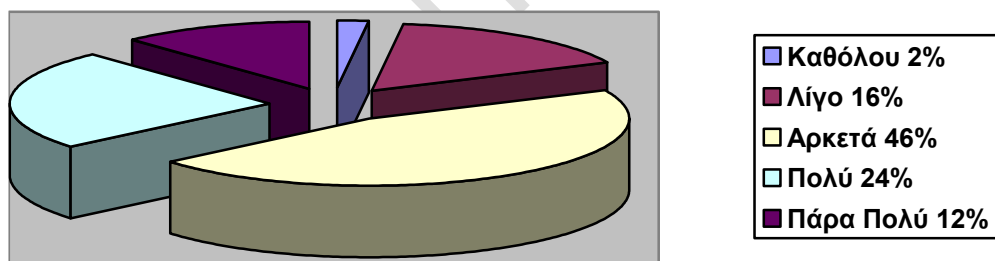
Διάγραμμα 8: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με το αν το προσωπικό ενδιαφέρον των ερωτηθέντων για την προστασία του περιβάλλοντος τα τελευταία χρόνια έχει:



Διάγραμμα 9: Κατανομή συχνοτήτων αν πιστεύουν οι ερωτηθέντες πως θα μπορούσε ο καθένας μας να συμβάλει στην προστασία του περιβάλλοντος



Διάγραμμα 10: Κατανομή συχνοτήτων για το αν η προσωπική συμπεριφορά των ερωτηθέντων περιλαμβάνει προσπάθειες-ενέργειες για την προστασία του περιβάλλοντος (π.χ. ανακύκλωση, μείωση κατανάλωσης ρεύματος)

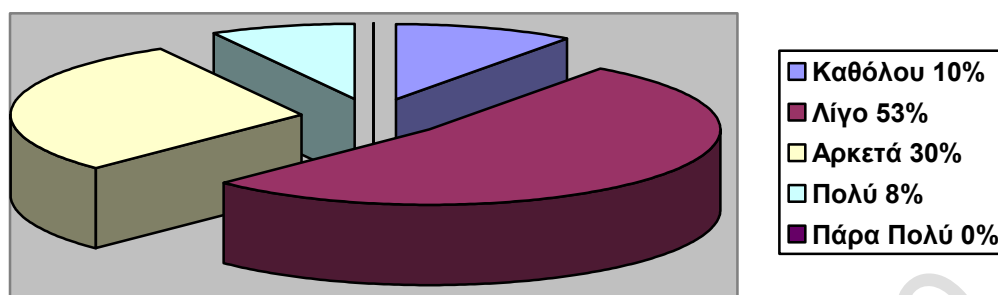


Με τις τρεις πιο πάνω ερωτήσεις θεωρείτε ότι αποτυπώνεται πλήρως η σχέση μεταξύ κοινωνίας-καταναλωτών και περιβάλλον, παρατηρείται πράγματι ένα ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την προστασία του περιβάλλοντος. Παρατηρούμε την ευαισθητοποίηση που έχει αυξηθεί τα τελευταία χρόνια όπως αναφέραμε στο θεωρητικό κομμάτι της εργασίας μας.

Αξιόλογα ποσοστά παρατηρούνται και στην πεποίθηση ότι μπορούν να συμβάλουν κάτι το οποίο καθρεπτίζει την γενικότερη συμπεριφορά τους για την προστασία του περιβάλλοντος ενώ υψηλό ποσοστό αναφέρονται και στις προσωπικές προσπάθειες για την προστασία του περιβάλλοντος.

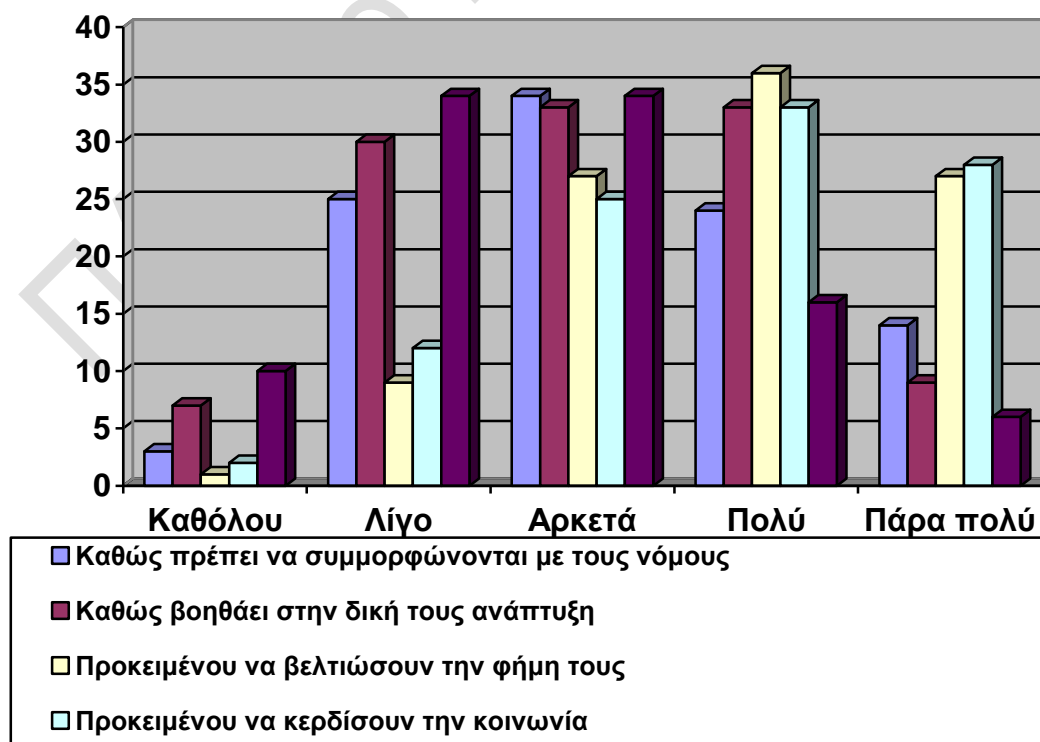
Αυτό μας δείχνει ότι η κοινωνία-καταναλωτές έχουν εντάξει στην καθημερινότητα την προστασία του περιβάλλοντος και ότι θα προχωρούσαν και σε μεγαλύτερες κινήσεις στις προσπάθειες στους να προστατέψουν το περιβάλλον αν μπορούσαν.

Διάγραμμα 11: Κατανομή συχνοτήτων κατά πόσο πιστεύουν οι ερωτηθέντες πως οι επιχειρήσεις έχουν αυξήσει το ενδιαφέρον τους για την προστασία του περιβάλλοντος



Ίσως να μην επικροτούν τις επιχειρήσεις για τις προσπάθειες τους καθώς μπορεί να πιστεύουν ότι μπορούν περισσότερο αλλά σίγουρα έχουν λάβει μια θετική άποψη για προσπάθειες των επιχειρήσεων προς την κατεύθυνση αυτή, αφού μόνο το 10% θεωρεί ότι επιχειρήσεις δεν έχουν αυξήσει καθόλου το ενδιαφέρον τους για την προστασία του περιβάλλοντος, αντιθέτως ένα μεγάλο ποσοστό των ερωτηθέντων απάντησε θετικά ότι οι επιχειρήσεις προσπαθούν στις μέρες μας να προστατέψουν το περιβάλλον, αλλά σίγουρα θα επιθυμούσαν να γίνουν μεγαλύτερες προσπάθειες

Διάγραμμα 12: Κατανομή συχνοτήτων γιατί θεωρούν οι ερωτηθέντες ότι οι επιχειρήσεις κινούνται προς την κατεύθυνση να προστατεύουν το περιβάλλον.



Πίνακας 4: Κατανομή συχνοτήτων γιατί θεωρούν οι ερωτηθέντες ότι οι επιχειρήσεις κινούνται προς την κατεύθυνση να προστατεύουν το περιβάλλον.

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
Καθώς πρέπει να συμμορφώνονται με τους νόμους	3%	25%	34%	24%	14%
Καθώς βοηθάει στην δική τους ανάπτυξη	7%	30%	33%	22%	9%
Προκειμένου να βελτιώσουν την φήμη τους	1%	9%	27%	36%	27%
Προκειμένου να κερδίσουν την κοινωνία	2%	12%	25%	33%	28%
Η ανάγκη για προστασία του περιβάλλοντος βοηθάει στην αύξηση του ενδιαφέροντος τους	10%	34%	34%	16%	6%

Η ανάλυση των παραπάνω δεδομένων μας δείχνει ότι οι καταναλωτές έχουν σοβαρή άποψη σχετικά με του παράγοντες που ωθούν τις επιχειρήσεις να περιλάβουν στην στρατηγική τους την προστασία του περιβάλλοντος .

Αφού η βαρύτητα που δίνουν σε κάθε έναν από αυτούς, συμφωνεί σε σημαντικό βαθμό με την γνώμη των επιχειρήσεων που θα αποτυπωθεί σε παρόμοια ερώτηση στην συνέχεια.

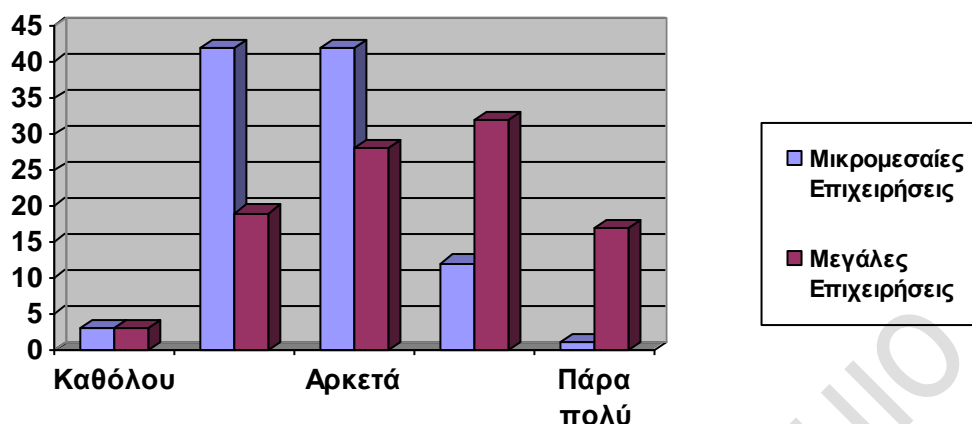
Με την δυνατότητα βελτίωσης της φήμης αλλά και την ευκαιρία μέσα από αυτήν την στρατηγική να κερδίσουν την κοινωνία να καταγράψουν τα πιο θετικά αποτελέσματα.

Ακολουθεί η υποχρέωση που έχουν μέσα από την επιβολή της νομοθεσίας να προστατεύουν το περιβάλλον.

Παρόμοια ποσοστά με την νομοθεσία δίνουν και στην βοήθεια που μπορεί να υπάρξει για ανάπτυξη των επιχειρήσεων.

Ενώ αν και τελευταίο σημειώνει σοβαρά θετικά ποσοστά, ότι η ανάγκη για προστασία του περιβάλλοντος βοηθάει στην αύξηση του ενδιαφέροντος τους.

Διάγραμμα 13: Κατανομή συχνοτήτων για το αν θεωρούν οι ερωτηθέντες πως μια τέτοια συμπεριφορά ακολουθείται από:



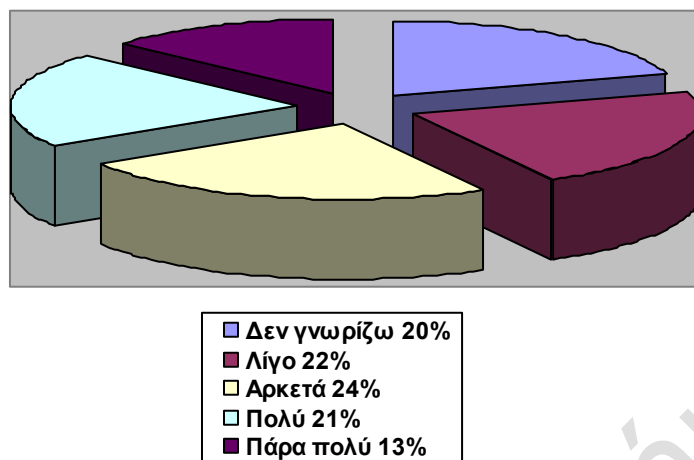
Πίνακας 5: Κατανομή συχνοτήτων για το αν θεωρούν οι ερωτηθέντες πως μια τέτοια συμπεριφορά ακολουθείται από:

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις	3%	42%	42%	12%	1%
Μεγάλες Επιχειρήσεις	3%	19%	28%	32%	17%

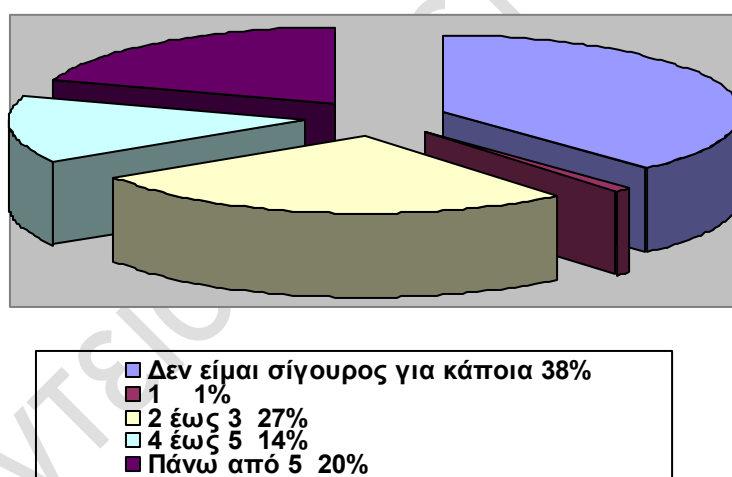
Βλέπουμε ότι οι καταναλωτές έχουν ξεχωρίσει τις μεγάλες επιχειρήσεις που ίσως με το βάρος της μεγαλύτερης ευθύνης για την μόλυνση και την προστασία του περιβάλλοντος αλλά και την καλύτερη οικονομική τους δυνατότητα έχουν αρχίσει να ενδιαφέρονται για το περιβάλλον. Η συγκεκριμένη ήταν μια ερώτηση που ίσως δεν περιμέναμε οι καταναλωτές να υποστηρίξουν-αναγνωρίσουν αυτές τις προσπάθειες καθώς οι μεγάλες επιχειρήσεις έχουν μεγάλο μερίδιο στην μόλυνση του περιβάλλοντος και αυτό ίσως να επηρέαζε την άποψη τους, όμως μας διαψεύδουν δείχνοντας ότι μάλλον είναι οι καλύτεροι κριτές.

Αντιθέτως βλέπουμε ότι οι μικρές επιχειρήσεις δεν έχουν δείξει ανάλογες προσπάθειες προκειμένου να της αντιληφτεί οι κοινωνία.

Διάγραμμα 14: Κατανομή συχνοτήτων κατά πόσο γνωρίζουν οι ερωτηθέντες τι είναι Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη



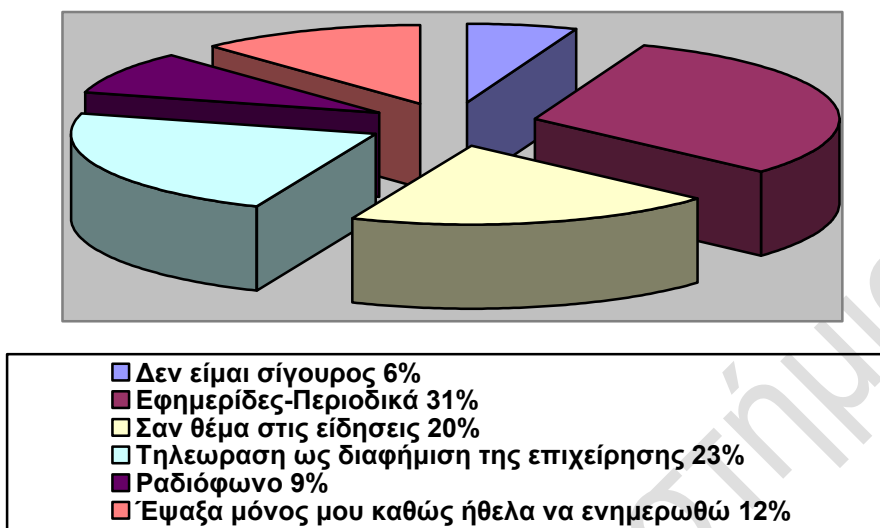
Διάγραμμα 15: Κατανομή συχνοτήτων για το πόσες Επιχειρήσεις γνωρίζουν οι ερωτηθέντες, που εφαρμόζουν Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη:



Με τις δυο τελευταίες ερωτήσεις οι καταναλωτές μας γνωστοποιούν ότι μεγάλο ποσοστό τους δεν γνωρίζει τι είναι η έννοια της Εταιρικής Περιβαλλοντικής Ευθύνης, αλλά αξιόλογο ποσοστό δείχνει να γνωρίζει.

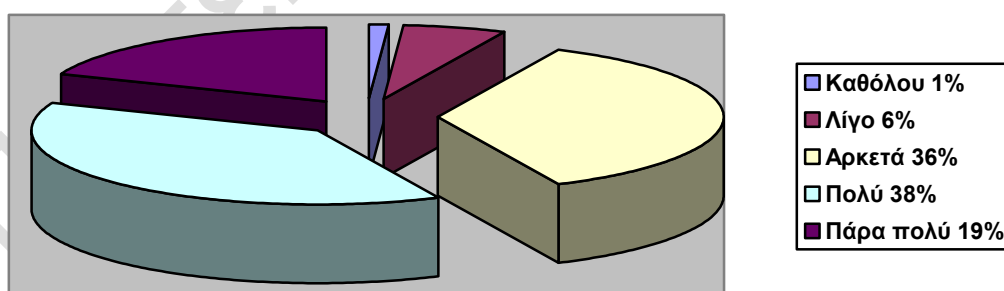
Αξίζει να παρατηρήσουμε ότι ενώ μόνο το 20% γνωρίζει τι εννοούμε με τον όρο Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη σχεδόν διπλασιάζεται στο αν γνωρίζει κάποια επιχείρηση που να την εφαρμόζει. Βέβαια οφείλουμε να σημειώσουμε ότι κανένας καταναλωτής δεν είναι υποχρεωμένος να θυμάται ποιες επιχειρήσεις και με ποιους τρόπους εφαρμόζουν αλλά το υποσυνείδητο του σίγουρα έχει δημιουργήσει μια καλή εικόνα για την επιχείρηση που εφαρμόζει Εταιρική Κοινωνική-Περιβαλλοντική Ευθύνη.

Διάγραμμα 16: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με το από που θυμούνται οι ερωτώμενοι να έχουν ενημερωθεί για κάποια περιβαλλοντική δράση μιας επιχείρησης.



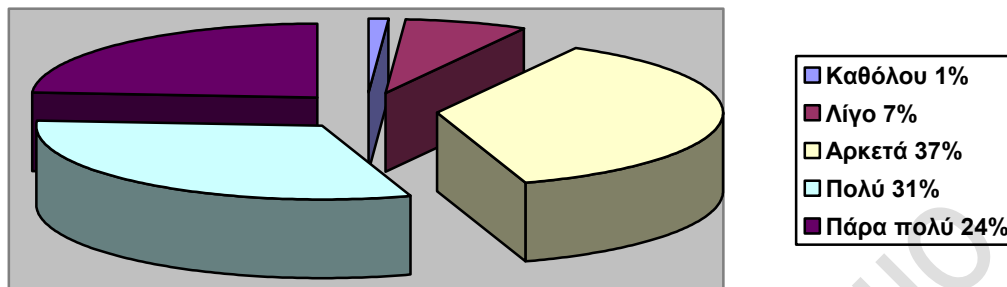
Η συγκεκριμένη ερώτηση έρχεται να υποστηρίξει έντονα ότι μια επιχείρηση που εφαρμόζει Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη έχει θετική αντιμετώπιση από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης κάτι το οποίο αναφέρθηκε και ως ένα από τα οφέλη μιας Περιβαλλοντικά ηθικής επιχείρησης.

Διάγραμμα 17: Κατανομή συχνοτήτων κατά πόσο το ενδιαφέρον μιας επιχείρησης για την προστασία του περιβάλλοντος θεωρούν ότι θα επηρέαζε του ερωτώμενους προκειμένου να δημιουργήσουν θετική εικόνα για αυτήν.



Οι καταναλωτές δείχνουν να επηρεάζονται έντονα προκειμένου να δημιουργήσουν θετική εικόνα για τις επιχειρήσεις που είναι πρόθυμες να προστατέψουν το περιβάλλον, κάτι το οποίο συνδυάζεται με την βελτίωση φήμης που αναλύσαμε στο θεωρητικό μέρος της παρούσας εργασίας ως σημαντικό όφελος που θα μπορούσαν να αποκτήσουν οι επιχειρήσεις

Διάγραμμα 18: Κατανομή συχνοτήτων για το αν οι ερωτώμενοι θα προτιμούσαν μια επιχείρηση που θα γνώριζαν πως είναι περιβαλλοντικά ηθική σε σχέση με κάποια ανταγωνιστική της για την οποία δεν θα γνώριζαν κάτι ανάλογο;

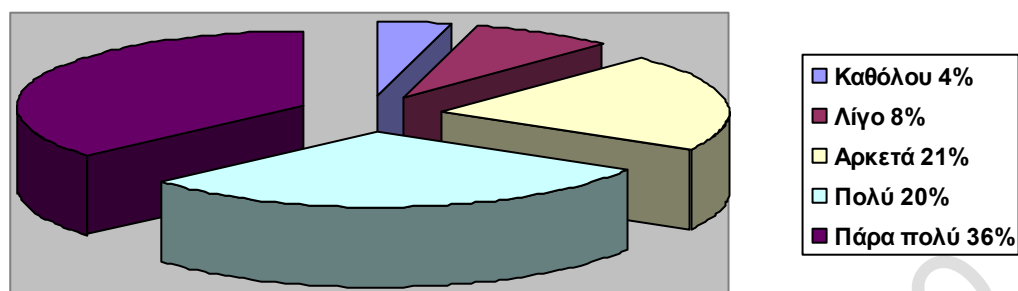


Αξιόλογα ποσοστά σημειώνονται σε ένα από τα σημαντικότερα ερωτήματα που προσπαθούμε να υποστηρίξουμε κατά την διάρκεια της εργασίας μας, παρατηρούμε ότι 99% των καταναλωτών θα προτιμούσαν μια περιβαλλοντικά ηθική επιχείρηση σε σχέση με κάποια η οποία δεν έχει προβεί σε ανάλογες ενέργειες.

Είναι μια από τις σημαντικότερες ερωτήσεις της εργασίας όσο αφορά τις προτιμήσεις των καταναλωτών, της οποίας τα αποτελέσματα έρχονται να στηρίξουν έντονα τόσο την ανάγκη των καταναλωτών για περιβαλλοντικά ηθικές επιχειρήσεις αλλά και την προθυμία τους να επικροτήσουν αυτές τις προσπάθειες. Όπως αναφέραμε και στο θεωρητικό μέρος οι καταναλωτές επιθυμούν οι επιχειρήσεις να είναι ευαισθητοποιημένες απέναντι στο περιβάλλον και είναι έτοιμοι την ηθική δέσμευση για προστασία του περιβάλλοντος να την ανταποδώσουν στις επιχειρήσεις που θα την εφαρμόσουν.

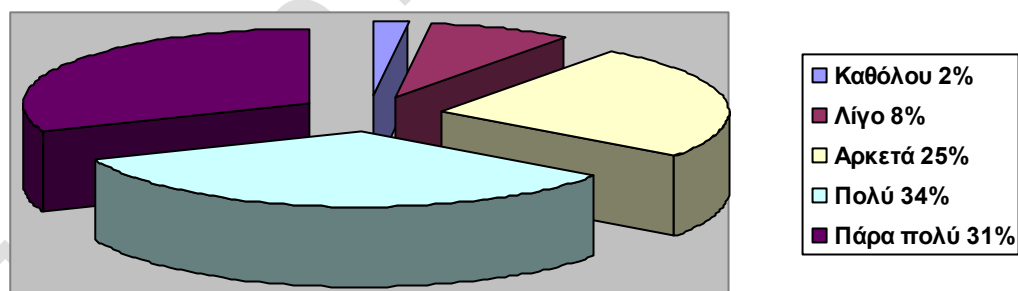
Η προτίμηση των καταναλωτών είναι από τα κύρια στοιχεία προκειμένου να αποκτήσει η επιχείρηση ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και οφείλουμε να παραδεχτούμε ότι το αποτέλεσμα της παρούσας ερώτησης το υποστηρίζει ατράνταχτα για μια Περιβαλλοντικά Ηθική επιχείρηση.

Διάγραμμα 19: Κατανομή συχνοτήτων για το αν οι ερωτώμενοι θα είχαν μια συμπεριφορά μπουκοτάζ απέναντι σε κάποια εταιρεία που θα άκουγαν πως μόλυνε ή δεν είναι ηθική προς το περιβάλλον;



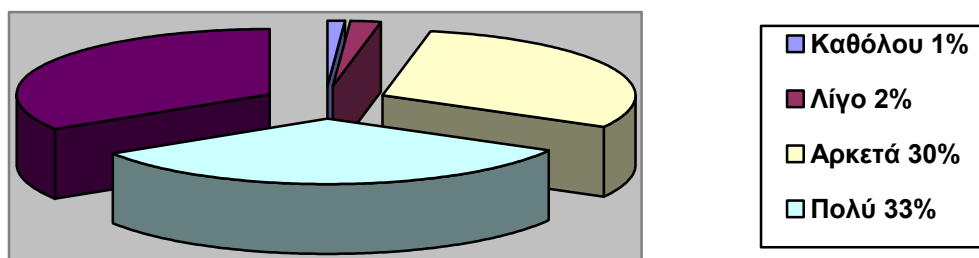
Εξίσου σημαντική ερώτηση για την βιωσιμότητα της επιχείρησης είναι και αυτή, με το αποτέλεσμα να αποδεικνύει ότι οι καταναλωτές όχι μόνο επικροτούν τις Περιβαλλοντικά Ηθικές επιχειρήσεις αλλά είναι έτοιμοι να τιμωρήσουν επιχειρήσεις οι οποίες δεν σέβονται το περιβάλλον, ένα συνεχόμενο μπουκοτάζ των καταναλωτών απέναντι σε μια επιχείρηση είναι σίγουρο ότι θα βλάψει την φήμη της, θα μειώσει την ανταγωνιστική της αξία, ενώ θα μπορούσε να την θέσει ακόμη και εκτός αγοράς και να θέσει σε κίνδυνο ακόμη και την βιωσιμότητα της.

Διάγραμμα 20: Κατανομή συχνοτήτων κατά πόσο οι ερωτώμενοι αν είχαν επιλογή, θα προτιμούσαν να εργαστούν σε μια εταιρεία που φημίζετε για τις περιβαλλοντικές στις δράσεις-προσπάθειες σε σχέση με κάποια αντίστοιχη που δεν προχωρά σε κάτι παρόμοιο

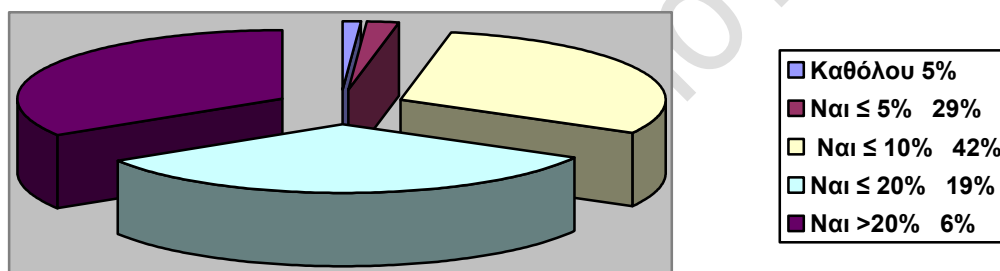


Σε συνέχεια των παραπάνω ερωτήσεων οι καταναλωτές καλούνται να απαντήσουν σε μια ακόμη τοποθέτηση του θεωρητικού μέρους. Οι καταναλωτές πέρα από το να προτιμήσουν μια Περιβαλλοντικά Ηθική επιχείρηση για την κάλυψη των αναγκών τους σε σχέση με κάποια ανταγωνιστική, αποδεικνύουν ότι θα την επέλεγαν ακόμη και για την εργασία τους. Αυτό έρχεται να υποστηρίξει ότι μια επιχείρηση που θα είναι περιβαλλοντικά ηθική θα έχει την δυνατότητα να προσελκύσει αλλά και να διατηρήσει τους εργαζόμενους και τα στελέχη της κάτι το οποίο υποστηρίξαμε σαν ένα ακόμη πλεονέκτημα για τις επιχειρήσεις που θα εντάξουν στην στρατηγική τους τον παράγοντα περιβάλλον.

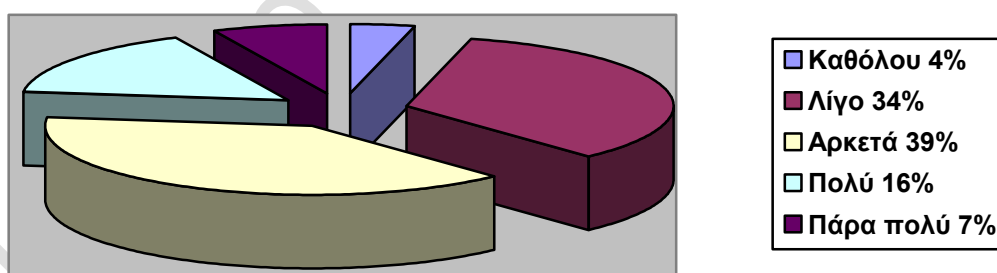
Διάγραμμα 21: Κατανομή συχνοτήτων κατά πόσο οι ερωτώμενοι θα αγόραζαν ένα προϊόν που είναι φιλικό προς το περιβάλλον (οικολογικό-πράσινο προϊόν) σε σχέση με κάποιο ανταγωνιστικό



Διάγραμμα 22: Κατανομή συχνοτήτων κατά πόσο οι ερωτώμενοι θα αγόραζαν ένα οικολογικό-πράσινο προϊόν στην περίπτωση που θα ήταν ακριβότερο και μέχρι τι ποσοστό πιο ακριβό θα ήταν διαθέσιμο να προσφέρουν.



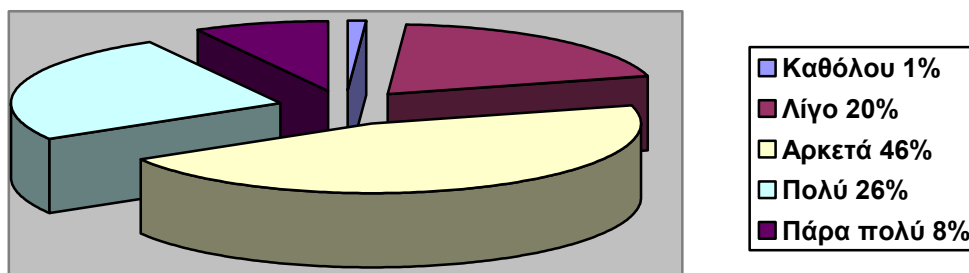
Διάγραμμα 23: Κατανομή συχνοτήτων για το αν πιστεύουν οι ερωτώμενοι πως τα πράσινα-οικολογικά προϊόντα είναι ακριβότερα



Σχολιάζοντας τις τρεις παραπάνω ερωτήσεις θα αναφερθούμε σε ακόμη μια έντονη προθυμία των καταναλωτών να στηρίξει τα οικολογικά-πράσινα προϊόντα ενώ μεγάλο ποσοστό της τάξεως του 96% θα ήταν διαθέσιμος να καταβάλει ακόμη και μεγαλύτερο αντίτιμο για την απόκτηση τους σε αντίθεση με κάποιο ανταγωνιστικό το οποίο θα ήταν συμβατό.

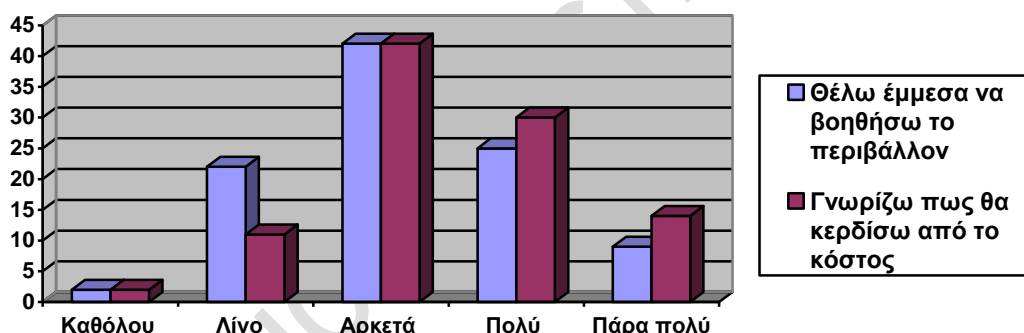
Βέβαια οι ίδιοι καταναλωτές είναι αυτοί που θεωρούν ότι το σύνολο των οικολογικών πράσινων προϊόντων είναι πιο ακριβά σε σχέση με αντίστοιχα συμβατικά προϊόντα.

Διάγραμμα 24: Κατανομή συχνοτήτων για το αν πιστεύουν οι ερωτώμενοι πως όταν προτιμούν οικολογικά-πράσινα προϊόντα συνεισφέρουν θετικά στην προστασία του περιβάλλοντος



Συνδυάζοντας την ευαισθητοποίηση των καταναλωτών αλλά και το μεγάλο ποσοστό που αναφέραμε στην προθυμία τους να επιλέξουν οικολογικά-πράσινα προϊόντα, έρχεται να τοποθετηθεί η συγκεκριμένη ερώτηση, καθώς οι καταναλωτές πιστεύουν σε έντονο βαθμό ότι επιλέγοντας οικολογικά προϊόντα συνεισφέρουν στην προστασία του περιβάλλοντος.

Διάγραμμα 25: Κατανομή συχνοτήτων για το όταν οι ερωτώμενοι αγοράζουν ένα προϊόν (π.χ. πλυντήριο, air condition) ενεργειακής κατανάλωσης Α, το κάνουν καθώς.

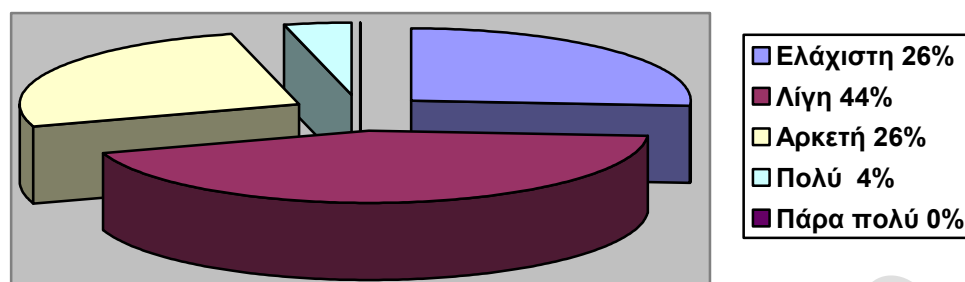


Πίνακας 6: Κατανομή συχνοτήτων για το όταν οι ερωτώμενοι αγοράζουν ένα προϊόν (π.χ. πλυντήριο, air condition) ενεργειακής κατανάλωσης Α, το κάνουν καθώς

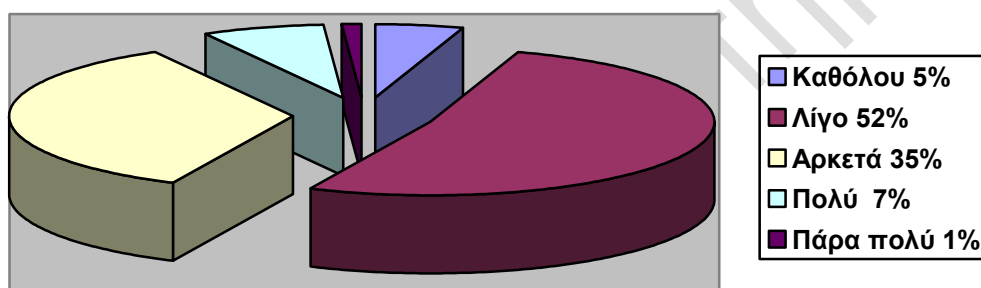
	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Θέλω έμμεσα να βοηθήσω το περιβάλλον	2%	22%	42%	25%	9%
Γνωρίζω πως θα κερδίσω από το κόστος κατανάλωσης	2%	11%	42%	30%	14%

Εδώ παρατηρούμε ότι οι καταναλωτές στρέφονται στα οικολογικά-πράσινα προϊόντα για δυο λόγους σχεδόν ισάξιους, αποδέχονται σε σημαντικό βαθμό ότι το προσωπικό τους όφελος είναι σημαντικό για την επιλογή τους, αλλά στηρίζουν αυτήν τους την επιλογή και στο ενδιαφέρον τους για την προστασία του περιβάλλοντος.

Διάγραμμα 26: Κατανομή συχνοτήτων σε τι επίπεδο πιστεύουν οι ερωτώμενοι ότι είναι πληροφόρηση για τα πράσινα-οικολογικά προϊόντα



Διάγραμμα 27: Κατανομή συχνοτήτων για το αν τα οικολογικά-πράσινα προϊόντα που υπάρχουν στην αγορά καλύπτουν τις ανάγκες των ερωτηθέντων ώστε να μη χρησιμοποιούν συμβατά



Οι καταναλωτές δείχνουν να υποστηρίζουν ότι τα οικολογικά προϊόντα υπάρχουν στην αγορά, αλλά δεν είναι σε σημαντικό επίπεδο ώστε να καλύψουν τις ανάγκες τους προκειμένου να μην αναζητούν συμβατά προϊόντα, φαίνεται να υποστηρίζουν ότι υπάρχει ένα κενό.

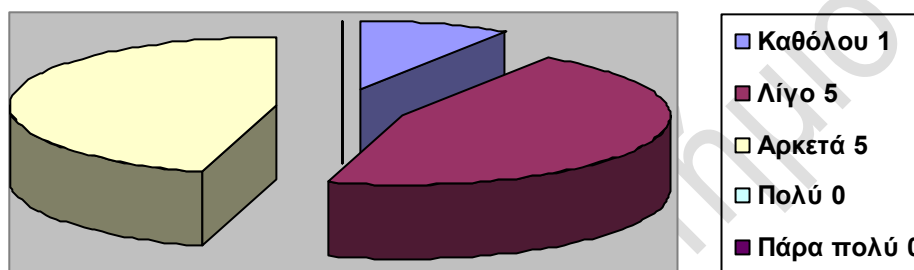
Όσον αφορά τα πράσινα-οικολογικά προϊόντα η **κα Πούλη Σταυρούλα (προϊσταμένη ΣΥΓΑΠΕΖ)** μας απάντησε ότι οι προτιμήσεις των καταναλωτών μπορούν πραγματικά να βοηθήσουν σε κάποιο βαθμό την προστασία του περιβάλλοντος, ενώ επισήμανε ότι η ενημέρωση για αυτά τα προϊόντα είναι σε χαμηλό επίπεδο στην χώρα μας με αποτέλεσμα οι καταναλωτές να μην έχουν ιδιαίτερα ισχυρό κίνητρο.

Κάνοντας ένα τελευταίο σχόλιο σχετικά με του ερωτώμενους και τα πράσινα προϊόντα μπορούμε να συνειδητοποιήσουμε την απειλή ή την ευκαιρία ανάλογα με την αντίδραση που θα έχει μια επιχείρηση σχετικά με την νέα αγορά που προβλέπεται να μεγαλώσει στα επόμενα χρόνια. Τα ποσοστά υποστήριξης αλλά και επιθυμίας χρήσης των ερωτώμενων για αυτά τα προϊόντα είναι τέτοια που καμία επιχείρηση δεν μπορούν να την αφήσουν ανεπηρέαστη, ίσως να είναι μια νέα ευκαιρία για την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος για αυτές τις επιχειρήσεις που θα προσαρμοστούν γρηγορότερα στις νέες ανάγκες που επιτάσσουν οι καταναλωτές, το σίγουρο πάντως είναι πως μια επιχείρηση η οποία δεν θα υπολογίσει με σοβαρότητα αυτήν την νέα αγορά θα έχει να αντιμετωπίσει μια μεγάλη απειλή.

7.2 Αποτελέσματα από την Έρευνα σε Επιχειρήσεις

Σε συνέχεια της έρευνας προχωράμε στις ερωτήσεις που θέσαμε σε 11 επιχειρήσεις σχετικά με την σχέση τους με το Φυσικό Περιβάλλον. Καθώς το δείγμα των επιχειρήσεων είναι σχετικά μικρό θεωρήθηκε καλύτερα να αποτυπωθούν οι απαντήσεις με τον απόλυτο αριθμό τους.

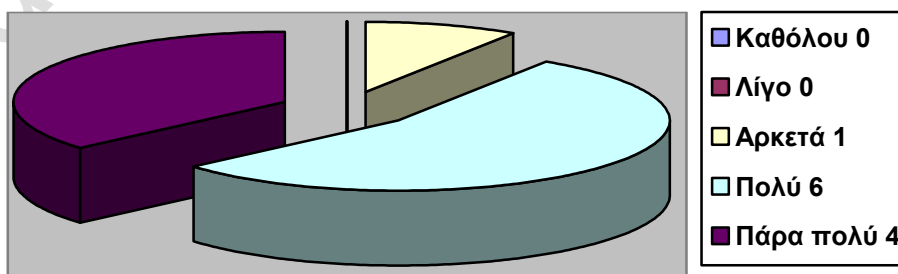
Διάγραμμα 28: Κατανομή συχνοτήτων για το αν πιστεύουν οι ερωτηθέντες επιχειρήσεις πως οι επιχειρήσεις έχουν εντάξει στην στρατηγική τους τον παράγοντα του Φυσικού Περιβάλλοντος τα τελευταία χρόνια.



Σημαντική αυτοκριτική παρατηρείται και από την πλευρά των επιχειρήσεων οι οποίες υποστηρίζουν ότι μπορεί οι Επιχειρήσεις να έχουν εντάξει το Φυσικό Περιβάλλον στην στρατηγική τους αλλά δεν υποστηρίζουν ότι κάτι τέτοιο πραγματοποιείται σε έντονα επίπεδα.

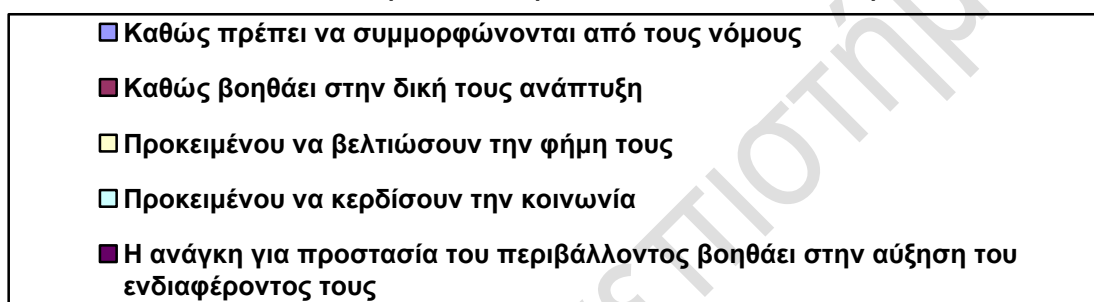
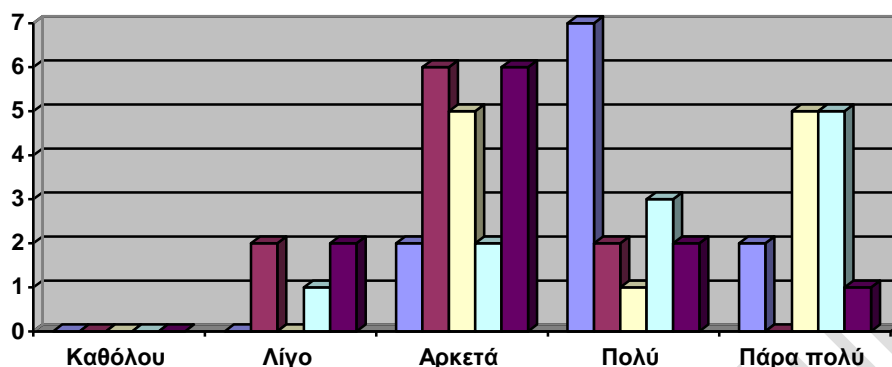
Η κα Πούλη Σταυρούλα (προϊσταμένη ΣΥΓΑΠΕΖ) υποστήριξε ότι υπάρχουν επιχειρήσεις που με σοβαρότητα και στόχο κάνουν επενδύσεις σε περιβαλλοντικές υποδομές, αλλά ένα σημαντικός αριθμός και παρά το γεγονός ότι υπάρχει διάχυση της πληροφορίας δεν αναλαμβάνει το πραγματικό κόστος (δηλαδή το περιβαλλοντικό)

Διάγραμμα 29: Κατανομή συχνοτήτων κατά πόσο οι επιχειρήσεις της έρευνας πιστεύουν ότι είναι αναγκαία να υπολογίζει η επιχείρηση το Φυσικό Περιβάλλον και να το ενσωματώνει στην στρατηγική της για δικό της όφελος



Σε αντίθεση με την προηγούμενη ερώτηση εμφανίζεται η ανάγκη να υπολογίζει μια επιχείρηση το Φυσικό Περιβάλλον για δικό της όφελος καθώς όχι απλώς βλέπουμε μια θετική γνώμη αλλά ο βαθμός είναι τέτοιος που δείχνει ότι οι επιχειρήσεις έχουν κατανοήσει την Επιχειρηματική ανάγκη που υποστηρίξαμε κατά την διάρκεια του θεωρητικού μέρους.

Διάγραμμα 30: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με το λόγο που θεωρούν οι επιχειρήσεις της έρευνας ότι αυξάνεται το ενδιαφέρον για την προστασία του περιβάλλοντος από τις επιχειρήσεις.



Πίνακας 7: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με το ενδιαφέρον για την προστασία του περιβάλλοντος από τις επιχειρήσεις πιστεύετε ότι αυξάνεται.

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Καθώς πρέπει να συμμορφώνονται από τους νόμους	0	0	3	6	2
Καθώς βοηθάει στην δική τους ανάπτυξη	0	2	6	3	0
Προκειμένου να βελτιώσουν την φήμη τους	0	0	5	1	5
Προκειμένου να κερδίσουν την κοινωνία	0	1	2	3	5
Η ανάγκη για προστασία του περιβάλλοντος βοηθάει στην αύξηση του ενδιαφέροντος τους		2	6	2	1

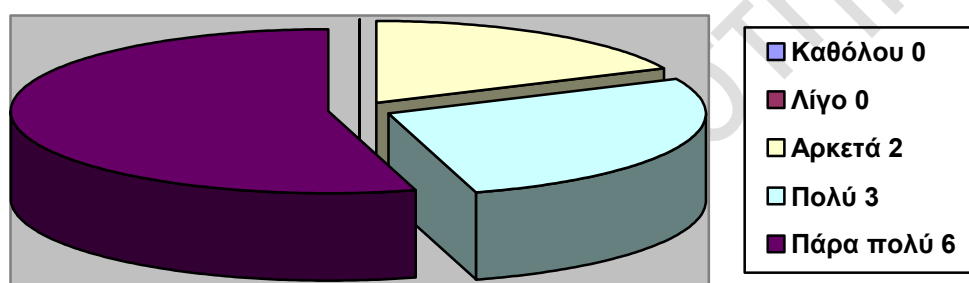
Οι επιχειρήσεις υποστηρίζουν έντονα ότι οι προσπάθειες να είναι περιβαλλοντικά ηθικές επηρεάζονται σε σημαντικό βαθμό καθώς πρέπει να συμμορφώνονται στους νόμους.

Ίσως πιο διστακτικά αλλά σε σεβαστό επίπεδο οι προσπάθειες τους αυτές πραγματοποιούνται καθώς θεωρούν ότι θα τους βοηθήσει στην δική τους ανάπτυξη.

Η βελτίωση της φήμη τους θεωρείται από αυτές ότι είναι ένα κριτήριο το οποίο τις ωθεί να κινηθούν έντονα προς αυτήν την κατεύθυνση, συνδυαζόμενο βέβαια και με την θέληση τους να κερδίσουν τη γνώμη της κοινωνίας.

Ενώ, η γενικότερη ανάγκη για προστασία του περιβάλλοντος μπορεί να μην είναι στα ίδια επίπεδα με τα προηγούμενα κριτήρια αλλά δείχνει ένα πραγματικό ενδιαφέρον ευαισθητοποίησης των επιχειρήσεων καθώς θεωρείται από αυτές σοβαρός λόγος.

Διάγραμμα 31: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με το πόσο σημαντικά θεωρούν τα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης οι επιχειρήσεις της έρευνας.

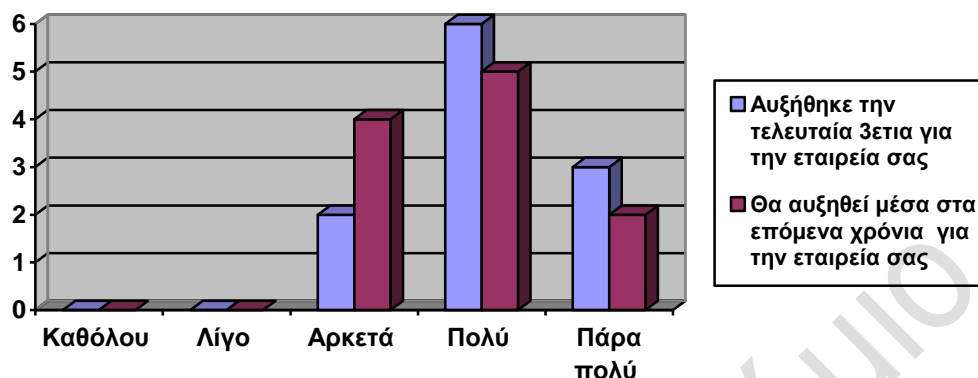


Μια σχεδόν ομόφωνη απάντηση από τις επιχειρήσεις οι οποίες πιστεύουν ότι τα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης είναι σημαντικά για την λειτουργία των επιχειρήσεων με 6 από τις 11 επιχειρήσεις της έρευνας μας να θεωρεί ότι είναι πάρα πολύ σημαντικά για αυτές.

Σε αυτό το σημείο να αναφέρουμε ότι όλες οι επιχειρήσεις της έρευνας μας εφαρμόζουν Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης με κάποιες από αυτές να έχουν το πιστοποιημένο σύστημα ISO 14001 (6 επιχειρήσεις) ενώ μόλις μια ταυτόχρονα με το I.S.O. 14001 διατηρούσε και το E.M.A.S. Ίσως τα υψηλότερα κόστη για την εφαρμογή του προτύπου E.M.A.S. σε σχέση με το I.S.O. να ήταν ο λόγος που μόνο μια επιχείρηση από αυτές που ερευνήσαμε κατέχει πιστοποίηση E.M.A.S.

Εντύπωση εξίσου μας έκανε ότι η καπνοβιομηχανία Καρέλιας η οποία κατέχει την 3^η θέση στις πιο κερδοφόρες βιομηχανικές επιχειρήσεις της Ελλάδας, δεν χρησιμοποιεί κάποιο από τα πρότυπα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, σε αυτό θα μπορούσε να μας απαντήσει ίσως ο τομέας που τοποθετείται η συγκεκριμένη βιομηχανία καθώς και οι συνεργαζόμενοι πελάτες και προμηθευτές. Ίσως η εξάρτηση των καταναλωτών από τα τσιγάρα σαν το μοναδικό προϊόν που παράγει και εμπορεύεται η συγκεκριμένη βιομηχανία να μην έχει την ανάγκη για τα οφέλη που αναφέραμε στο θεωρητικό μέρος που μπορεί να της προσφέρει ένα πιστοποιημένο σύστημα, όπως και να έχει είναι τροφή για σκέψη.

Διάγραμμα 32: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με το αν στις επιχειρήσεις της έρευνας η εφαρμογή λειτουργιών Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης θεωρείτε ότι αυξήθηκε τα τελευταία 3 χρόνια και αν θα αυξηθεί τα επόμενα 3 χρόνια:



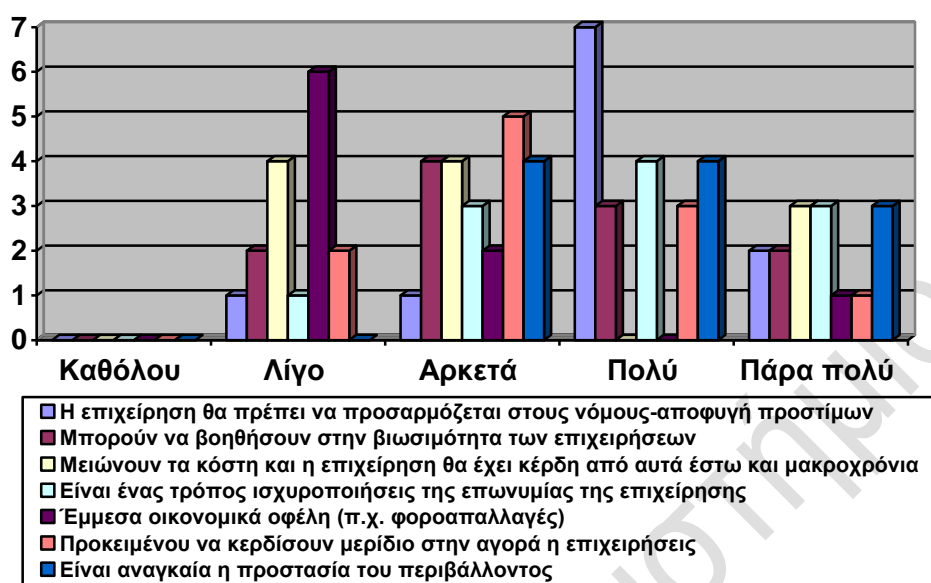
Πίνακας 8: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με το αν στις επιχειρήσεις της έρευνας η εφαρμογή λειτουργιών Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης θεωρείτε ότι αυξήθηκε τα τελευταία 3 χρόνια και αν θα αυξηθεί τα επόμενα 3 χρόνια

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Αυξήθηκε την τελευταία 3ετία για την εταιρεία σας	0	0	2	6	3
Θα αυξηθεί μέσα στα επόμενα χρόνια για την εταιρεία σας	0	0	4	5	2

Αξιολογώντας τα αποτελέσματα έχουμε και εδώ καθώς όλες οι επιχειρήσεις υποστηρίζουν ότι τα τελευταία 3 χρόνια έχει αυξηθεί έντονα το ενδιαφέρον τους για τα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης ενώ πιστεύουν ότι το ενδιαφέρον τους αυτό θα αυξηθεί περισσότερο στα επόμενα 3.

Θα μπορούσε αυτή η ερώτηση να μας απαντήσει όπως έχει υποστηριχτεί ότι διανύουμε μια περίοδο που επιπτώσεις από τις αλλαγές του περιβάλλοντος έχουν ήδη κάνει την εμφάνισή τους πείθοντας έτσι σε σημαντικό βαθμό τις επιχειρήσεις να καταβάλουν μια από τις μεγαλύτερες προσπάθειες για την δική τους προσαρμογή σε αυτές αλλά και την προστασία του περιβάλλοντος και αυτή δεν είναι άλλη από την εφαρμογή Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης.

Διάγραμμα 33: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με λόγο για των οποίων η επιχείρησης της έρευνας εφαρμόζουν τα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης.



Πίνακας 9: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με λόγο για των οποίων η επιχείρησης της έρευνας εφαρμόζουν τα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης.

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Η επιχείρηση θα πρέπει να προσαρμόζεται στους νόμους-αποφυγή προστίμων	0	1	1	7	2
Μπορούν να βοηθήσουν στην βιωσιμότητα των επιχειρήσεων	0	2	4	3	2
Μειώνουν τα κόστη και η επιχείρηση θα έχει κέρδη από αυτά έστω και μακροχρόνια	0	4	4	0	3
Είναι ένας τρόπος ισχυροποιήσεις της επωνυμίας της επιχείρησης	0	1	3	4	3
Έμμεσα οικονομικά οφέλη (π.χ. φοροαπαλλαγές)	1	5	4	1	0
Προκειμένου να κερδίσουν μερίδιο στην αγορά η επιχειρήσεις	0	2	5	3	1
Είναι αναγκαία η προστασία του περιβάλλοντος	0	0	4	4	3

Διπλωματική Εργασία Δημητρακόπουλου Ιωάννη Π.Μ.Σ Περιβαλλοντική Διακυβέρνηση και Βιώσιμη Ανάπτυξη

Οι επιχειρήσεις υποστηρίζουν σε σημαντικό βαθμό ότι τα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης εφαρμόζονται από αυτές καθώς πρέπει να προσαρμόζονται στους νόμους και για να αποφύγουν πρόστιμα.

Βέβαια αξιόλογα είναι και τα αποτελέσματα που θέλουν την εφαρμογή τους καθώς μπορεί να βοηθήσουν και τις ίδιες στην βιωσιμότητα τους καθώς μπορούν να μειώσουν τα κόστη τους και να δουν έστω και μακροχρόνια κέρδη από την εφαρμογή τους.

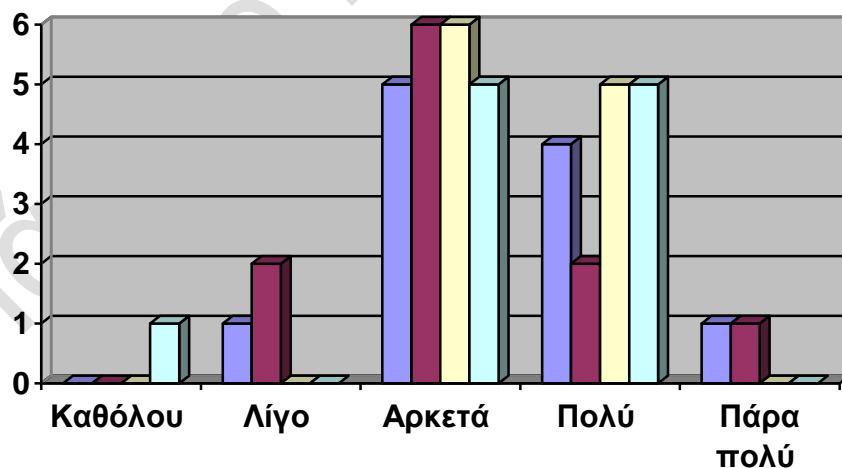
Το κριτήριο να ισχυροποιήσουν την επωνυμία τους παρατηρούμε να παίζει καθοριστικό ρόλο για την εφαρμογή Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης.

Λιγότερο βλέπουμε να επιδρούν σαν κίνητρο τα έμμεσα οικονομικά οφέλη (π.χ. φοροαπαλλαγές)

Ενώ για άλλη μια φορά αποτυπώνεται ότι η αύξηση μεριδίου στην αγορά διαδραματίζει ένα σημαντικό παράγοντα ακόμη και για την εφαρμογή Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης.

Οι επιχειρήσεις μας εκπλήσσουν ξανά στην ευαισθητοποίηση που δείχνουν για το περιβάλλον καθώς υποστηρίζουν ότι η εφαρμογή Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης καθορίζεται σημαντικά από την ανάγκη να το προστατέψουν.

Διάγραμμα 34: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με το τι θεωρούν εμπόδιο οι επιχειρήσεις της έρευνας για την εφαρμογή Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης:



- Τα κόστη για την εφαρμογή τους
- Η πολυπλοκότητα των λειτουργιών τους
- Η διαθεσιμότητα ανθρωπίνων και τεχνολογικών πόρων
- Η ελλιπής ενημέρωση των εργαζομένων

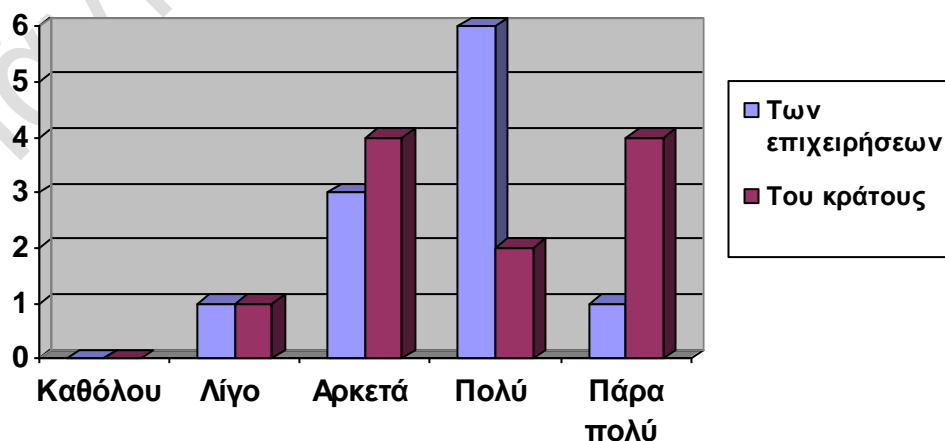
Πίνακας 10: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με το τι θεωρούν εμπόδιο οι επιχειρήσεις της έρευνας για την εφαρμογή Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης:

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Τα κόστη για την εφαρμογή τους	0	1	5	4	1
Η πολυπλοκότητα των λειτουργιών τους	0	2	6	2	1
Η διαθεσιμότητα ανθρωπίνων και τεχνολογικών πόρων	0	0	6	5	0
Η ελλιπής ενημέρωση των εργαζομένων	1	0	5	5	0

Όπως υποστηρίχτηκε και στο θεωρητικό μέρος της εργασίας, τα κόστη για την εφαρμογή Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης είναι ένα μεγάλο εμπόδιο για αυτές, ενώ οι περισσότερες υποστηρίζουν ότι εξίσου σημαντικό εμπόδιο είναι και η πολυπλοκότητα των λειτουργιών τους, η διαθεσιμότητα ανθρωπίνων και τεχνολογικών πόρων αλλά και η ελλιπής ενημέρωση των εργαζομένων.

Είναι πραγματικά ενδιαφέρον να αποτυπώνονται σε ρεαλιστική βάση και μέσα από την γνώμη των κύριων ενδιαφερομένων ότι υποστηρίχτηκε μέσα από το θεωρητικό κομμάτι.

Διάγραμμα 35: Κατανομή συχνοτήτων για την άποψη των επιχειρήσεων της έρευνας σχετικά με αν θεωρούν ότι η Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη είναι ευθύνη των επιχειρήσεων ή του κράτους ώστε να υπάρχει ένα είδος έλεγχου.



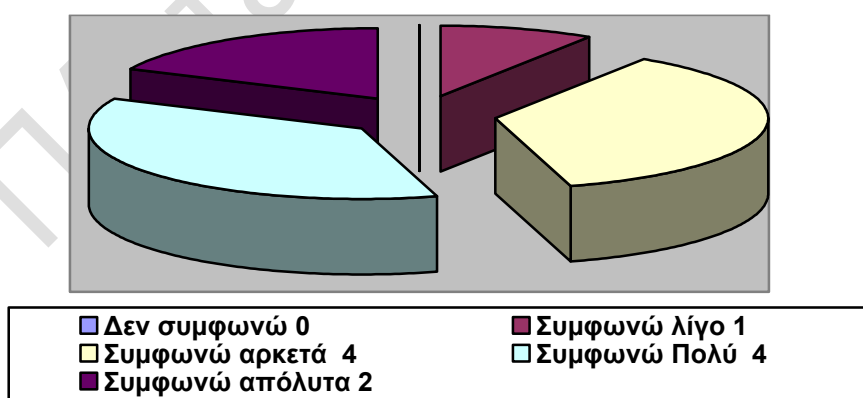
Πίνακας 11: Κατανομή συχνοτήτων για την άποψη των επιχειρήσεων της έρευνας σχετικά με αν θεωρούν ότι η Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη είναι ευθύνη των επιχειρήσεων ή του κράτους ώστε να υπάρχει ένα είδος έλεγχου.

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Των επιχειρήσεων	0	1	3	6	1
Του κράτους	0	1	4	2	4

Για άλλη μια φορά οι επιχειρήσεις αποδεικνύονται έτοιμες να αναλάβουν τις ευθύνες τους καθώς πιστεύουν ότι το μεγαλύτερο βάρος για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη-Περιβαλλοντική Ευθύνη είναι ευθύνη δική τους ενώ δείχνουν να αναζητούν ένα είδος έλεγχου υποστηρίζοντας ότι το κράτος έχει σημαντική ευθύνη προς αυτήν την κατεύθυνση .

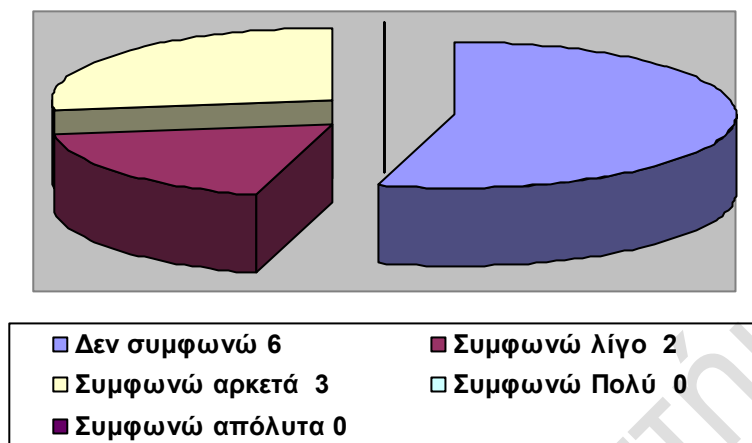
Η κα **Πούλη Σταυρούλα (προϊσταμένη ΣΥΓΑΠΕΖ)** σχολίασε ότι η ευθύνη των επιχειρήσεων είναι πάρα πολύ μεγάλη αλλά σίγουρα και το κράτος έχει την δική του, υποστηρίζοντας ότι το κράτος ήδη δίνει κίνητρα σε όσους εφαρμόζουν για παράδειγμα περιβαλλοντικά συστήματα διαχείρισης και η περιβαλλοντική τους αδειοδότηση διαρκεί για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα. Το κράτος θα πρέπει να διενεργεί τους ελέγχους που είναι αρμόδιο να διενεργήσει.

Διάγραμμα 36: Κατανομή συχνοτήτων για αν οι επιχειρήσεις τις έρευνας πιστεύουν ότι μια επιχείρηση που εφαρμόζει Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη μπορεί να δει έστω και μακροχρόνια κέρδη από αυτήν την στρατηγική.

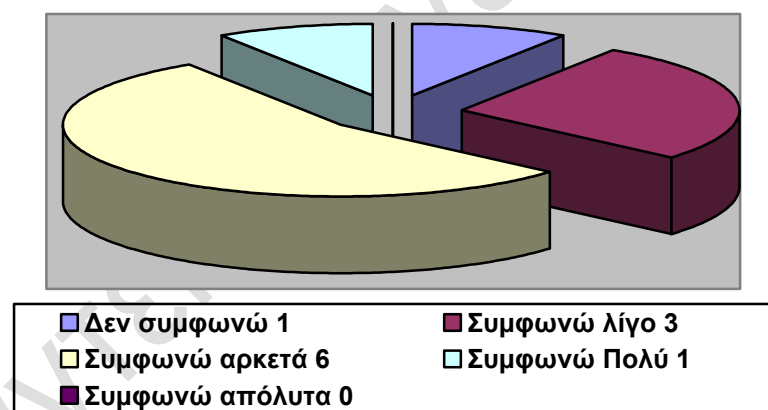


Άλλη μια υποστήριξη σε αυτά που αποτυπώθηκαν στο θεωρητικό μέρος έρχεται να επαληθευτεί με αυτήν την ερώτηση, καθώς οι ίδιες οι επιχειρήσεις θεωρούν ότι μια επιχείρηση που εφαρμόζει Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη-Περιβαλλοντική Ευθύνη μπορεί να δει έστω και μακροχρόνια κέρδη από αυτήν την στρατηγική.

Διάγραμμα 37: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με αν οι επιχειρήσεις της έρευνας συμφωνούν στην άποψη ότι οι επιχειρήσεις είναι πολύ απασχολημένες και έχουν σημαντικότερα προβλήματα από το να εφαρμόζουν Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη στην στρατηγική τους



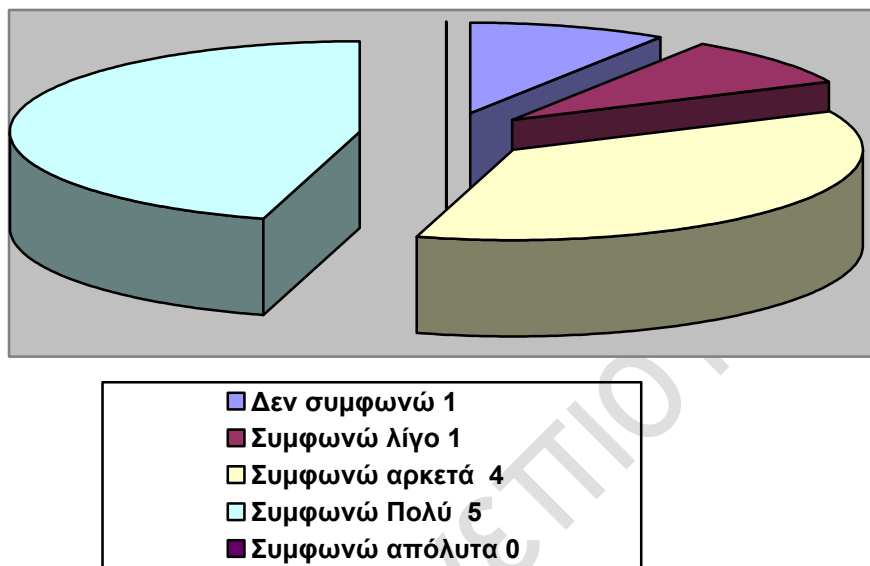
Διάγραμμα 38: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με αν οι επιχειρήσεις της έρευνας συμφωνούν στην άποψη ότι η Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη είναι μόνο για υγιείς-κερδοφόρες επιχειρήσεις καθώς και για μεγάλου μεγέθους αφού τα κόστη απομακρύνουν τους υπόλοιπους.



Συνδυάζοντας τις δυο παραπάνω ερωτήσεις παρατηρούμε ότι μπορεί οι επιχειρήσεις να μην αποδέχονται την λογική ότι θα πρέπει να απορρίψουν εταιρική περιβαλλοντική ευθύνη καθώς έχουν σημαντικότερα προβλήματα αλλά συμφωνούν πως τα κόστη είναι σε τέτοια επίπεδα ώστε να είναι εφικτή πιο εύκολα για υγιείς-κερδοφόρες επιχειρήσεις.

Η κα Πούλη Σταυρούλα (προϊσταμένη ΣΥΓΑΠΕΖ) σχολίασε: πιστεύω ότι οι επιχειρήσεις έχουν περιθώρια να κάνουν περιβαλλοντικές επενδύσεις. Κάποιες από αυτές θα προσφέρουν και όφελος π.χ. εξοικονόμηση ενέργειας. Όμως αν μπορούσε να σκεφτεί κάποιος επιχειρηματίας με όρους αειφορίας θα έβλεπε ότι τον συμφέρει σε βάθος χρόνου: για παράδειγμα πως θα αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό μεγάλων επιχειρήσεων αν δεν εφαρμόσει περιβαλλοντική διαχείριση; Πως θα αντιμετωπίσει μια κατάσταση name-fame-shame;

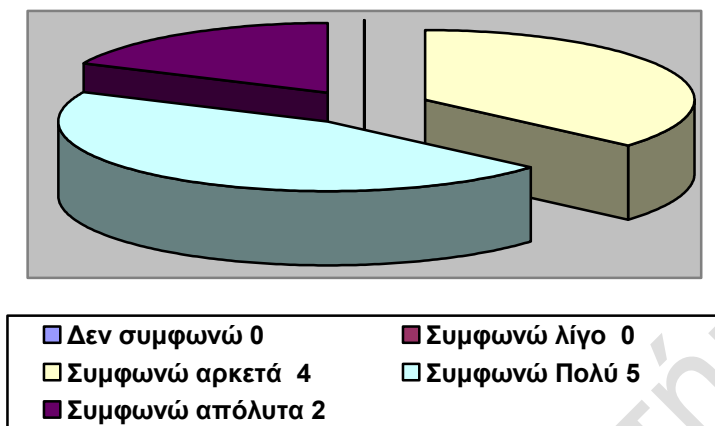
Διάγραμμα 39: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με αν οι επιχειρήσεις της έρευνας συμφωνούν στην άποψη ότι η Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη είναι απαραίτητη για την προστασία του περιβάλλοντος καθώς έχει προληπτικό χαρακτήρα σε αντίθεση με τους νόμους που στο μεγαλύτερο ποσοστό τους έχουν κατασταλακτικό χαρακτήρα για την προστασία του περιβάλλοντος



Η κα **Πούλη Σταυρούλα** απάντησε ότι συμφωνεί αρκετά με αυτήν την άποψη, σχολιάζοντας ότι: «Η νομοθεσία μας στηρίζεται στο ευρωπαϊκό περιβαλλοντικό κεκτημένο ως επί το πλείστον και τα προβλήματα όντως έχουν ήδη δημιουργηθεί. Θα ήθελα όμως να σημειώσω ότι ο νόμος 1650/1986 για την προστασία του περιβάλλοντος ήταν ένας νόμος πλαίσιο που έθετε τις βάσεις για την ανάπτυξη μιας ορθής περιβαλλοντικής πολιτικής ήδη από το 1986. Ο νόμος ελάμβανε υπόψη την αρχή της πρόληψης, την ισόρροπη ανάπτυξη, την διατήρηση της οικολογικής ισορροπίας, προέβλεπε την αποτροπή και την αποκατάσταση της ρύπανσης».

Συνεχίζοντας σχολίασε ότι η υπάρχουσα νομοθεσία αρκεί σε πολλά σημεία, αλλά το μεγαλύτερο πρόβλημα το οποίο θα πρέπει να επιλυθεί είναι η εφαρμογή τους από τις επιχειρήσεις, εκεί είναι το μεγαλύτερο κενό και θα πρέπει όλοι να στραφούν σε αυτήν την κατεύθυνση.

Διάγραμμα 40: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με αν οι επιχειρήσεις της έρευνας συμφωνούν στην άποψη ότι θα μπορούσε μια επιχείρηση να καταστραφεί από τους νόμους-πρόστιμα στην περίπτωση που δεν έχει εντάξει στην στρατηγική της την προστασία του περιβάλλοντος



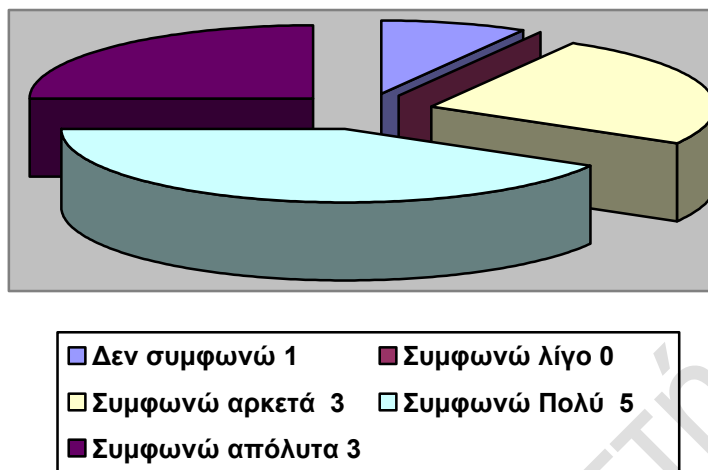
Ακόμη ένας κίνδυνος για τις επιχειρήσεις που δεν θα λάβουν σοβαρά στην στρατηγική τους την προστασία του περιβάλλοντος έρχεται να αποκτήσει ιδιαίτερη σημασία από τις απαντήσεις των επιχειρήσεων, καθώς όλες σε υψηλό επίπεδο πιστεύουν ότι τα πρόστιμα από τους νόμους θα μπορούσαν να αποβούν μοιραία και για την βιωσιμότητα της επιχείρησης.

Σε παρόμοια ερώτηση η κα **Πούλη Σταυρούλα (προϊσταμένη ΣΥΓΑΠΕΖ)** σχολίασε ότι ενδεχομένως μια επιχείρηση να κλείσει αν προκαλέσει ζημιά με υψηλό κόστος που σημαίνει όμως ότι δεν έλαβε τα κατάλληλα μέτρα για πολύ χρονικό διάστημα ή ότι συνέβη ένα μεγάλο ατύχημα. Αυτά τα συμβάντα δεν είναι όμως τα πιο συνηθισμένα. Περισσότερο βλέπουμε πλημμελή εφαρμογή την καθημερινή ρουτίνα.

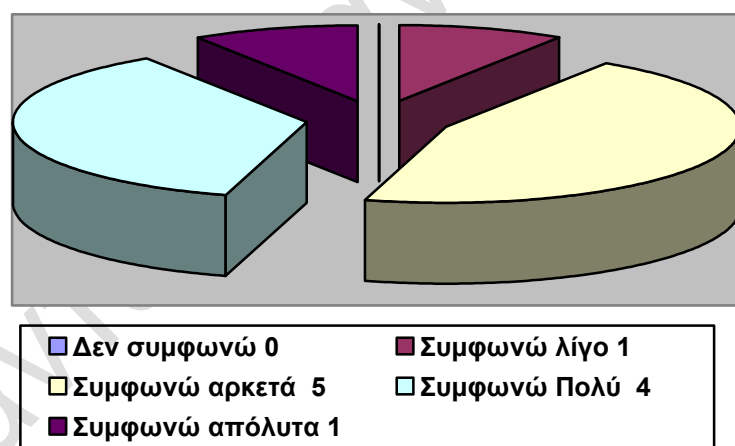
Ενώ στην συνέχεια, τέθηκε στην κα. **Πούλη Σταυρούλα** το κάτωθι ερώτημα, η Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη των επιχειρήσεων εξ ορισμού έχει εθελοντικό χαρακτήρα, θα μπορούσε όμως να υπάρχει η υποχρέωση από το κράτος ώστε να απαιτεί έκθεση-αποτελέσματα των επιχειρήσεων και να ορίσει επιδόσεις στις οποίες θα πρέπει να ανταποκρίνονται οι επιχειρήσεις

Η απάντηση της κας **Πούλη Σταυρούλας** ήταν ότι ήδη υπάρχει αυτή η υποχρέωση για τις δραστηριότητες που αδειοδοτούνται περιβαλλοντικά από την Διοίκηση και αναφέρονται ρητά στην Απόφαση Έγκρισης Περιβαλλοντικών Όρων. Επίσης υπάρχει η ετήσια υποχρέωση για υποβολή έκθεσης από τους παραγωγούς επικινδύνων αποβλήτων. Το θέμα είναι πόσες επιχειρήσεις τηρούν αυτούς τους όρους.

Διάγραμμα 41: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με το αν πιστεύουν οι επιχειρήσεις της έρευνας ότι θα έπρεπε να υπάρχει από το κράτος ένα σύστημα επιβράβευσης των περιβαλλοντικά ηθικών επιχειρήσεων.



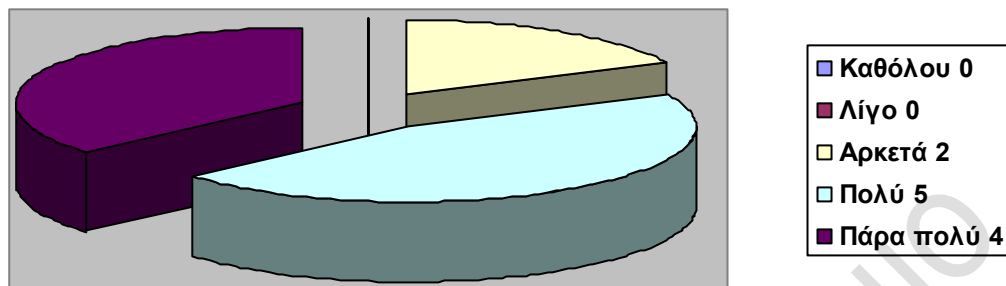
Διάγραμμα 42: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με αν οι επιχειρήσεις της έρευνας συμφωνούν στην άποψη ότι αν υπήρχε από το κράτος ένα σύστημα επιβράβευσης θα ωθούσε τις εταιρείες ώστε να ενσωματώσουν στην στρατηγική τους την προστασία του περιβάλλοντος



Σχολιάζοντας τις 2 παραπάνω ερωτήσεις, οι επιχειρήσεις βλέπουμε να αναζητούν κάποια επιβράβευση από το κράτος για τις φιλοπεριβαλλοντικές τους προσπάθειες και θεωρούν ότι αν υπήρχε από το κράτος ένα σύστημα επιβράβευσης θα τις ωθούσε ώστε να ενσωματώσουν στην στρατηγική τους την προστασία του περιβάλλοντος

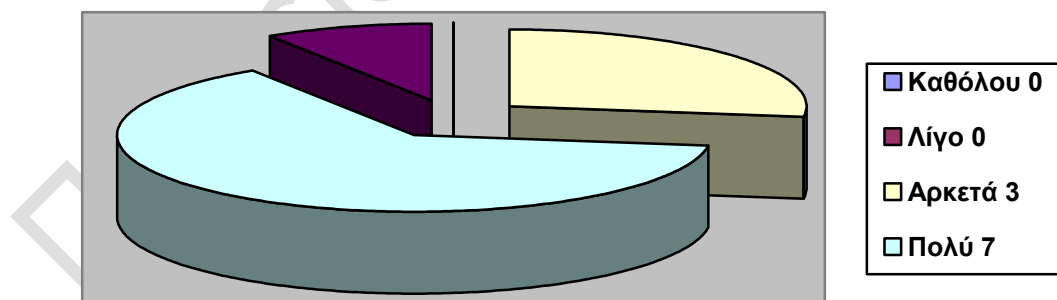
Η κα Πούλη Σταυρούλα (προϊσταμένη ΣΥΓΑΠΕΖ) υποστηρίζει ότι ήδη σε αυτόν το τομέα έχουν «ιδρυθεί» πολλές πρωτοβουλίες- τα κριτήρια τους βέβαια θα πρέπει να εξεταστούν. Δεν πιστεύει ότι προσθέτει κάτι ένα κρατικό σύστημα αλλά σίγουρα είναι μια καλή ιδέα καθώς θα μπορούσε να δημιουργήσει κάποιο κίνητρο για τις επιχειρήσεις.

Διάγραμμα 43: Κατανομή συχνοτήτων για το αν οι επιχειρήσεις της έρευνας θεωρούν ότι θα μπορούσε ο παράγοντας περιβάλλον και μια σωστή στρατηγική που θα τον περιλαμβάνει να δράση ως μοχλός ανάπτυξης για τις επιχειρήσεις



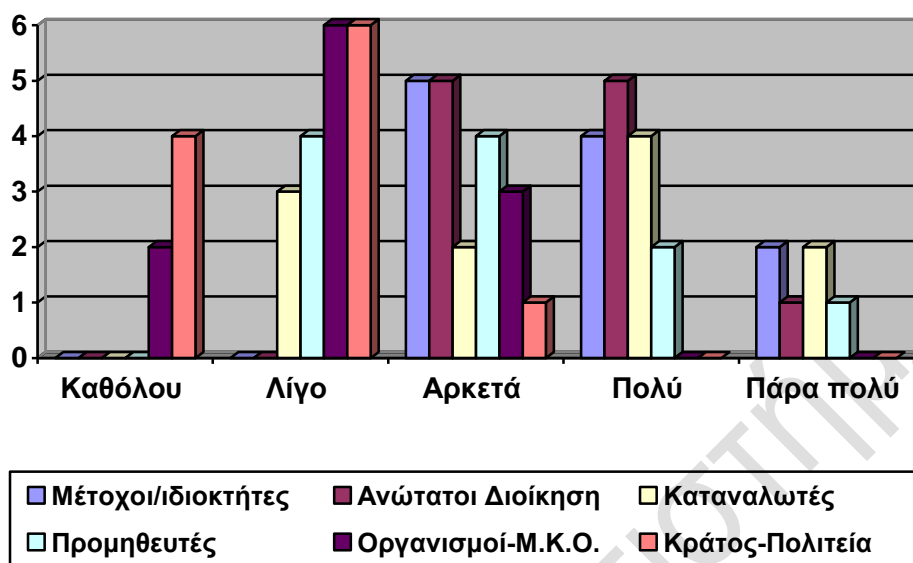
Αξιόλογα και σε αυτήν την ερώτηση τα θετικά αποτελέσματα, οι επιχειρήσεις ανεξαρτήτως τους διάφορους λόγους που μπορεί να τις κατευθύνει ώστε να εντάξουν στην στρατηγική τους το φυσικό περιβάλλον και ανεξάρτητως των εμποδίων που μπορεί να αντιμετωπίσουν σε αυτήν την νέα τους στρατηγική, αναγνωρίζουν ότι μια σωστή στρατηγική που θα περιλαμβάνει το περιβάλλον μπορεί να λειτουργήσει ως μοχλός ανάπτυξης για εκείνες, όλες οι επιχειρήσεις τις έρευνας συμφώνησαν σε αυτό με τις περισσότερες να στηρίζουν έντονα αυτήν την άποψη.

Διάγραμμα 44: Κατανομή συχνοτήτων για το αν οι επιχειρήσεις της έρευνας θεωρούν ότι θα μπορούσε η εφαρμογή της Εταιρικής Περιβαλλοντικής Ευθύνης από μια επιχείρηση να δημιουργήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα



Θετική ανταπόκριση βλέπουμε σε ένα ακόμη στοιχείο που προσπαθούμε να υποστηρίξουμε μέσα από την εργασία μας, καθώς οι επιχειρήσεις υποστηρίζουν ότι η περιβαλλοντική τους ηθική θα μπορούσε να δημιουργήσει σε αυτές ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Διάγραμμα 45: Κατανομή συχνοτήτων για το ποια από τα ενδιαφερόμενα μέρη θεωρούν οι επιχειρήσεις της έρευνας ότι πιέζει σε μια επιχείρηση προκειμένου να εφαρμοστεί Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη από μια επιχείρηση



Πίνακας 12: Κατανομή συχνοτήτων για το ποια από τα ενδιαφερόμενα μέρη θεωρούν οι επιχειρήσεις της έρευνας ότι πιέζει σε μια επιχείρηση προκειμένου να εφαρμοστεί Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη από μια επιχείρηση

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
Μέτοχοι/ιδιοκτήτες	0	0	5	4	2
Ανώτατοι Διοίκηση	0	0	5	5	1
Καταναλωτές	0	3	2	4	2
Προμηθευτές	0	4	4	2	1
Οργανισμοί-Μ.Κ.Ο.	2	6	3	0	0
Κράτος-Πολιτεία	4	6	1	0	0

Σε αυτήν την ερώτηση έρχεται να συνδεθεί το κομμάτι των ενδιαφερόμενων μερών το οποίο αποτυπώθηκε στο δεύτερο κεφάλαιο της εργασίας μας, παρατηρούμε όπως υποστηρίξαμε ότι οι μέτοχοι-ιδιοκτήτες πιέζουν σε έντονο βαθμό προκειμένου μια επιχείρηση να είναι περιβαλλοντικά ηθική. Μπορεί όπως είναι φυσικό ο κύριος σκοπός των μετόχων-ιδιοκτητών μιας επιχείρησης να είναι η μεγιστοποίηση των κερδών τους, αλλά για να πιέζουν προκειμένου μια επιχείρηση να εφαρμόζει μια στρατηγική με γνώμονα το περιβάλλον σημαίνει ότι έχουν αναγνωρίσει-προβλέψει ότι μέσα από αυτήν η επιχείρηση θα διαχειριστεί καλύτερα ενδεχόμενους κινδύνους που θα προκύψουν, θα βελτιώσει την φήμη της, θα κερδίσει μεγαλύτερο μερίδιο στην αγορά και πολλά άλλα που θα θωρακίσουν την επένδυσή τους σε αυτές και άμεσα η έμμεσα θα τους προσφέρουν κέρδη.

Διπλωματική Εργασία Δημητρακόπουλου Ιωάννη
Π.Μ.Σ Περιβαλλοντική Διακυβέρνηση και Βιώσιμη Ανάπτυξη

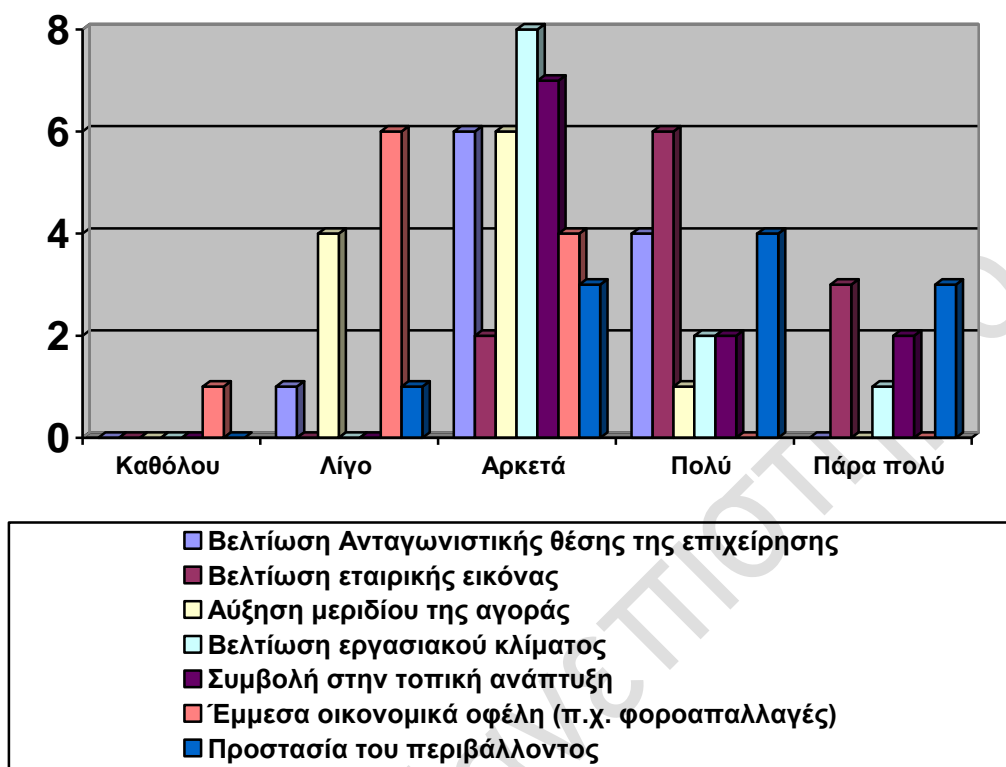
Στο ίδιο κλίμα κινείται και η πίεση από την ανώτατη διοίκηση σε μια επιχείρηση, η οποία ως αρμόδια γνωρίζει καλύτερα τα έξοδα που προβλέπει μια τέτοια στρατηγική αλλά τα παραβλέπει μπροστά στα ενδεχόμενα οικονομικά ή μη κέρδη.

Οι καταναλωτές μπορεί να μην ασκούν άμεσα ιδιαίτερη πίεση αλλά η κάλυψη των προσδοκιών τους όπως έχουμε αναφέρει κατά την διάρκεια της εργασίας σε συνδυασμό με την αυξανόμενη ευαισθητοποίηση τους για προστασία του περιβάλλοντος και ως ένα από τα κυριότερα ενδιαφερόμενα μέρη για την οικονομική ανάπτυξη των επιχειρήσεων σίγουρα διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στην γενικότερη εφαρμογή περιβαλλοντικής στρατηγικής.

Οι Οργανισμοί-Μ.Κ.Ο. είναι σε χαμηλά επίπεδα σχετικά με τις πιέσεις που ασκούν, αλλά σε καμία περίπτωση δεν μπορούν να θεωρηθούν αμελητέα, καθώς πολλές φορές είναι αυτές που επηρεάζουν την γνώμη της κοινωνίας.

Επίσης σε χαμηλά επίπεδα πιέσεων είναι και το Κράτος-Πολιτεία ενώ θα τα περιμέναμε πιο έντονα τα αποτελέσματα, αλλά τα προαναφερόμενα σχόλια της **κας Πούλη Σταυρούλας (προϊσταμένη ΣΥΓΑΠΕΖ)** τα οποία εστίαζαν ότι το κράτος θα πρέπει να κωδικοποιήσει την περιβαλλοντική νομοθεσία, να ενημερώνει τις επιχειρήσεις, να κάνει απλοποίηση των διαδικασιών και να ελέγχει συστηματικά την εφαρμογή ίσως μας απαντούν ότι υπάρχει ένα κενό πίεσης από το υπουργείο συνεπώς και από το κράτος-πολιτεία σχετικά με το να πιέζει τις επιχειρήσεις να είναι περιβαλλοντικά ηθικές.

Διάγραμμα 46: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με το που θεωρούν οι επιχειρήσεις της έρευνας ότι συμβάλουν οι Πρακτικές της Εταιρικής Περιβαλλοντικής Ευθύνης.



Πίνακας 13: Κατανομή συχνοτήτων σχετικά με το που θεωρούν οι επιχειρήσεις της έρευνας ότι συμβάλουν οι Πρακτικές της Εταιρικής Περιβαλλοντικής Ευθύνης.

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Βελτίωση Ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησης	0	1	6	4	0
Βελτίωση εταιρικής εικόνας	0	0	2	6	3
Αύξηση μεριδίου της αγοράς	0	4	6	1	0
Βελτίωση εργασιακού κλίματος	0	0	8	2	1
Συμβολή στην τοπική ανάπτυξη	0	0	7	2	2
Έμμεσα οικονομικά οφέλη (π.χ. φοροαπαλλαγές)	1	6	4	0	0
Προστασία του περιβάλλοντος	0	1	3	4	3

Συνοψίζοντας ότι αναφέραμε στο θεωρητικό κομμάτι αλλά και σε προηγούμενες ερωτήσεις αποτυπώνεται ότι οι επιχειρήσεις της έρευνας υποστηρίζουν ότι οι πρακτικές της Εταιρικής Περιβαλλοντικής Ευθύνης

συμβάλουν σημαντικά προκειμένου η επιχείρηση να επιτύχει βελτίωση ανταγωνιστικής της θέσης ακόμη πιο σημαντικά συμβάλει στην βελτίωση εταιρικής εικόνας της ενώ ακολουθεί η συμβολή για αύξηση μεριδίου της στην αγορά.

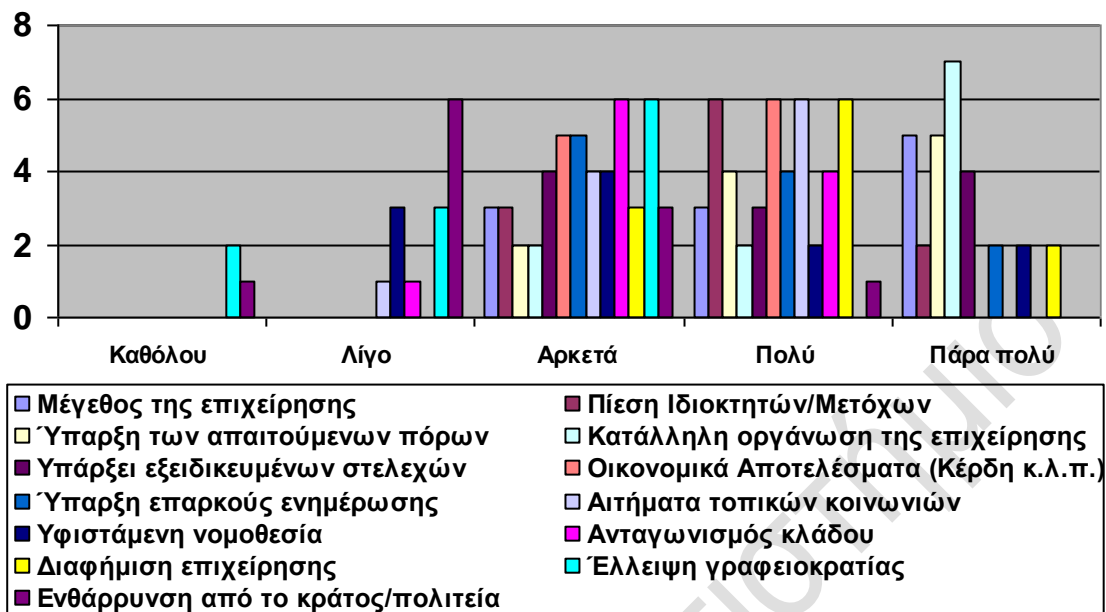
Αυτό που δεν έχει σχολιαστεί μέχρι και δημιουργεί ιδιαίτερα θετικές εντυπώσεις είναι ότι οι επιχειρήσεις της έρευνας, στηρίζουν ότι πρακτικές της Εταιρικής Περιβαλλοντικής Ευθύνης μπορούν να συμβάλουν σε σημαντικό βαθμό στην βελτίωση εργασιακού κλίματος. Θέλοντας να συνδυάσουμε ξανά το θεωρητικό μέρος και σε αυτό το σημείο να αναφέρουμε ότι η βελτίωση εργασιακού κλίματος σημαίνει και αύξηση της παραγωγικότητας των εργαζομένων, συνεπώς ένα ακόμη στοιχείο που επιβεβαιώνεται για τα οφέλη που μπορεί να προσφέρει σε μια επιχείρηση μια στρατηγική φιλική προς το περιβάλλον.

Αναμενόμενα θετικά αποτελέσματα έχουμε από τις απαντήσεις των επιχειρήσεων της έρευνας σχετικά με την συμβολή στην τοπική κοινωνία, αξίζει βέβαια να αναφέρουμε ότι η συμβολή που μπορεί να προσφέρει μια επιχείρηση στην τοπική κοινωνία από τον σεβασμό της για το περιβάλλον είναι λογικό να αποτρέπει τις ενδεχόμενες αντιδράσεις της κοινωνίας αυτής αφού στην περίπτωση που μια επιχείρηση δεν σέβεται και μολύνει το περιβάλλον η τοπική κοινωνία είναι αυτή που θα αντιδράσει πρώτη καθώς τίθεται σε κίνδυνο ακόμη και η υγεία των ανθρώπων που την αποτελούν φτάνοντας σε πολλές περιπτώσεις και σε μηνυτήριες αγωγές από πλευρά τους, κάτι το οποίο αναφέραμε ότι αποτελεί κίνδυνο για μια επιχείρηση καθώς και τα δικαστικά έξοδα είναι σημαντικά αλλά ακόμη πιο σημαντικό είναι ότι μέσα από μια καταγγελία και δικαστικές διαμάχες υπάρχει μεγάλος κίνδυνος να φθαρεί η προσωπική της φήμη, να καταστραφεί η εικόνα της και τα αποτελέσματα σε κάτι τέτοιο θα είναι να μειωθεί την ανταγωνιστική της αξία.

Οι επιχειρήσεις δεν στηρίζουν ότι οι πρακτικές αυτές θα συμβάλουν έντονα σε έμμεσα οικονομικά οφέλη (π.χ. φοροαπαλλαγές) αλλά δεν τα αποκλείουν. Ίσως εδώ θα έπρεπε να δούμε το βάρος που μπορεί να έχει για κάτι τέτοιο η κρατική πολιτική της χώρας καθώς το σύστημα που εφαρμόζει να μην προβλέπει ιδιαίτερες φοροαπαλλαγές για μια περιβαλλοντικά ηθική επιχείρηση.

Ενώ τέλος όπως είναι λογικό και το αναγνωρίζουν και οι επιχειρήσεις της έρευνας οι πρακτικές αυτές συμβάλλουν σημαντικά στην προστασία του περιβάλλοντος.

Διάγραμμα 47: Κατανομή συχνοτήτων από ποιους παράγοντες θεωρούν οι επιχειρήσεις της έρευνας ότι ενθαρρύνονται οι δράσεις Εταιρικής Περιβαλλοντικής Ευθύνης ενθαρρύνεται από του παράγοντες



Πίνακας 14: Κατανομή συχνοτήτων από ποιους παράγοντες θεωρούν οι επιχειρήσεις της έρευνας ότι ενθαρρύνονται οι δράσεις Εταιρικής Περιβαλλοντικής Ευθύνης ενθαρρύνεται από του παράγοντες

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Μέγεθος της επιχείρησης	0	0	3	3	5
Πίεση Ιδιοκτητών/Μετόχων	0	0	3	6	2
Υπαρξη των απαιτούμενων πόρων	0	0	2	4	5
Κατάλληλη οργάνωση της επιχείρησης	0	0	2	2	7
Υπάρξει εξειδικευμένων στελεχών	0	0	4	3	4
Οικονομικά Αποτελέσματα (Κέρδη κ.λ.π.)	0	0	5	6	0
Υπαρξη επαρκούς ενημέρωσης	0	0	5	4	2
Αιτήματα τοπικών κοινωνιών	0	1	4	6	0
Υφιστάμενη νομοθεσία	0	3	4	2	2
Ανταγωνισμός κλάδου	0	1	6	4	0
Διαφήμιση επιχείρησης	0	0	3	6	2
Έλλειψη γραφειοκρατίας	2	3	6	0	0
Ενθάρρυνση από το κράτος/πολιτεία	1	6	3	1	0

Όπως έχουμε υποστηρίξει το μέγεθος μια επιχείρησης παίζει πρωταγωνιστικό ρόλο προκειμένου μια επιχείρηση να στραφεί σε δράσεις Περιβαλλοντικής ευθύνης, αυτό βλέπουμε να υποστηρίζουν έντονα και οι επιχειρήσεις της έρευνας της εργασίας.

Σε συνέχεια με το μέγεθος της επιχείρησης έρχεται και το στοιχείο των απαιτούμενων πόρων, που επίσης οι επιχειρήσεις υποστηρίζουν σαν ένα από τους σημαντικούς παράγοντες προκειμένου να μπορέσουν να στραφούν σε πρακτικές περιβαλλοντικής ευθύνης

Ένα στοιχείο το οποίο δεν έχουμε συναντήσει και παρατηρούμε να υποστηρίζουν οι επιχειρήσεις να έχει σημαντικό ρόλο είναι αυτό της κατάλληλης οργάνωσης που θα πρέπει να έχει μια επιχείρηση. Είναι λογικό πως μια επιχείρηση δεν θα πρέπει να αντιμετωπίζει προβλήματα σε όλο το φάσμα του εσωτερικού της περιβάλλοντος, μόνο τότε θα κρίνει ότι μπορεί να βασιστεί στις δυνάμεις αυτού, προκειμένου να ασχοληθεί με πρακτικές πέρα από τους κύριους σκοπούς και όρια της.

Η ύπαρξη ειδικευμένων στελεχών καταγράφει σημαντικά θετικά αποτελέσματα, όπως αποτυπώθηκε και στο θεωρητικό μέρος η έλλειψη εξειδικευμένων στελεχών θα σήμαινε για την επιχείρηση νέες προσλήψεις και εκπαίδευση των εργαζομένων της, κάτι τέτοιο βέβαια συνδέεται με ένα ακόμη έξοδο για την επιχείρηση με αποτέλεσμα να τις αποθαρρύνει να στραφούν σε τέτοιες πρακτικές ή αντιθέτως να συμβάλει σε σημαντικό βαθμό η ύπαρξη εξειδικευμένων στελεχών.

Επίσης τα οικονομικά αποτελέσματα που παρουσιάζει μια επιχείρηση διαδραματίζουν εξίσου σημαντικό ρόλο στην ενθάρρυνση ή μη για δράσεις Περιβαλλοντικής Ευθύνης. Έχουμε αναφέρει ότι η επιθυμία μιας επιχείρησης να είναι περιβαλλοντικά ηθική θα έχει ως αποτέλεσμα να έχει σημαντικά έξοδα ειδικά κατά το διάστημα της προσαρμογής της, κάτι τέτοιο σημαίνει ότι αν τα οικονομικά αποτελέσματα σε μια επιχείρηση δεν είναι τέτοια που να της επιτρέπουν να αφιερώσει μέρος των κερδών της προς αυτήν την κατεύθυνση σίγουρα δεν μπορούν να την ενθαρρύνουν για τέτοιες πρακτικές.

Συνδυάζοντας με την προηγούμενη ερώτηση που αναφερόταν στην συμβολή στην τοπική κοινωνία, παρατηρούμε ότι τα αιτήματα από αυτήν και η ανάγκη κάλυψης των προσδοκιών της συμβάλουν σημαντικά προκειμένου μια επιχείρηση να είναι περιβαλλοντικά ηθική.

Ίσως να μην καταγράφονται αξιόλογα αποτελέσματα από την συμβολή της νομοθεσίας για τέτοιες πρακτικές αλλά θα πρέπει να ξεχωρίσουμε ότι μια περιβαλλοντικά ηθική επιχείρηση έχει την υποχρέωση να υπακούει στους νόμους αλλά το μεγαλύτερο μέρος μιας τέτοιας συμπεριφοράς αναφέραμε πως βασίζεται στον εθελοντισμό των επιχειρήσεων για δράσεις και πρακτικές πέρα από νόμους-κανόνες και όρια, ίσως αυτό απαντάει στην μικρή συμβολή της υφιστάμενη νομοθεσίας καθώς η υπακοή στους νόμους είναι ένα μικρό κομμάτι στην ευρύτερη έννοια της Περιβαλλοντικής Ηθικής μια επιχείρησης.

Διπλωματική Εργασία Δημητρακόπουλου Ιωάννη
Π.Μ.Σ Περιβαλλοντική Διακυβέρνηση και Βιώσιμη Ανάπτυξη

Ο ανταγωνισμός καταγράφει και αυτός σημαντικά αποτελέσματα προκειμένου να ενθαρρύνει μια επιχείρηση για δράσεις Περιβαλλοντικής Ηθικής.

Ενώ από τα πιο αξιόλογα θετικά αποτελέσματα είναι ο ρόλος που μπορεί να διαδραματίσει η περιβαλλοντική ηθική μιας επιχείρησης ως τρόπος διαφήμισης προκειμένου να στραφούν οι επιχειρήσεις σε αυτές τις πρακτικές.

Η έλλειψη γραφειοκρατίας δεν σημειώνει ιδιαίτερα αποτελέσματα, ίσως όπως αναφέραμε μας απαντάει σε αυτό ότι η περισσότερες προσπάθειες των επιχειρήσεων πηγάζουν από το εσωτερικό της επιχείρησης και να μην συνδέεται σε έντονο επίπεδο με γραφειοκρατία.

Επίσης χαμηλά αποτελέσματα αποτυπώνονται και στην ενθάρρυνση από το κράτος πολιτεία. Μέσα από τις απαντήσεις της **κας Πούλη Σταυρούλας (προϊσταμένη ΣΥΓΑΠΕΖ)** μας έγινε κατανοητό ότι το κράτος δεν ακολουθεί κάποιο συγκροτημένο σύστημα έλεγχου ή ενθάρρυνσης για τέτοιες πρακτικές, άρα λογικές φαίνονται οι απόψεις των επιχειρήσεων της έρευνας σχετικά με το παρόν ερώτημα.

Συμπεράσματα Ερευνητικού Μέρους

Στα πλαίσια της έρευνας συνειδητοποιήσαμε ότι η κοινωνία-καταναλωτές είναι οι καλύτεροι και οι πιο σημαντικοί κριτές, όχι μόνο έχουν ευαισθητοποιηθεί για την προστασία του περιβάλλοντος τα τελευταία χρόνια αλλά με πράξεις που εντάσσονται στην καθημερινότητα τους προσπαθούν και από την δική τους πλευρά προς την κατεύθυνση αυτή. Αυτή η ευαισθητοποίηση τους θεωρούν ότι θα αυξηθεί ακόμη περισσότερο τα επόμενα χρόνια και πιστεύουν ότι ακόμη και οι ίδιοι έχουν ευθύνη για την μόλυνση αλλά και την προστασία του περιβάλλοντος. Αυτός μάλλον είναι και ο λόγος που δίνουν τόσο μεγάλη αξία στα οικολογικά προϊόντα τα οποία φαίνεται να τα προτιμούν για την κάλυψη των αναγκών τους.

Αναγνωρίζουν πλήρως την ευθύνη τόσο του κράτους όσο και των επιχειρήσεων για την προστασία περιβάλλοντος, και δείχνουν να πιέζουν με τις δίκες τους δυνατότητες προκειμένου οι επιχειρήσεις να εντάξουν στην στρατηγική τους την προστασία του περιβάλλοντος.

Βέβαια δίνουν ένα μεγαλύτερο βάρος ευθύνης στο κράτος για την προστασία του περιβάλλοντος μάλλον λόγω ότι θεωρούν ότι θα έπρεπε να υπάρχει από αυτό ένα καλύτερο σύστημα έλεγχου για την προστασία του.

Παρότι αποτιμούν ότι πολλές κινήσεις των επιχειρήσεων για την προστασία του περιβάλλοντος πραγματοποιούνται προκειμένου να ενισχύσουν την φήμη τους και να κερδίσουν μερίδιο από την αγορά, δείχνουν να μην τους απασχολεί αν αυτό θα μπορούσε να προσφέρει θετικά προς το περιβάλλον. Σε συνέχεια αυτών είναι έτοιμοι να επικροτήσουν τις επιχειρήσεις που κινούνται προς αυτήν την κατεύθυνση δείχνοντας τους με την προτίμησή τους σε σχέση με κάποια ανταγωνιστική επιχείρηση ενώ ταυτόχρονα θα τιμωρούσαν μια επιχείρηση η οποία δεν θα ήταν περιβαλλοντικά ηθική μέσα από μια συμπεριφορά μπούκοτάζ απέναντι της.

Μια συμπεριφορά μπούκοτάζ από τους καταναλωτές απέναντι σε μια επιχείρηση θα της δημιουργήσει σημαντικές ζημιές, ακόμη και αν αυτή η συμπεριφορά δεν είναι για μεγάλο χρονικό διάστημα, μπορεί να προξενήσει μείωση της αξίας της φήμης μιας επιχείρησης και να βλάψει σε σημαντικό βαθμό την εταιρική της εικόνα. Η φήμη μιας επιχείρησης δημιουργείται μέσα από μακροχρόνιες προσπάθειες και ένα περιβαλλοντικό της λάθος μπορεί να την κατακερατίζει.

Η κάλυψη των προσδοκιών των ενδιαφερόμενων μερών της κοινωνίας και των καταναλωτών είναι τα σημαντικότερα προκείμενα να προσδώσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και οικονομική ανάπτυξη στην επιχείρηση και οι προσδοκίες αυτές που αποτυπώθηκαν φαίνεται να μην αφήνουν περιθώρια σε καμία επιχείρηση να μην εντάξει στην στρατηγική της τις αλλαγές του περιβάλλοντος.

Οι καταναλωτές είναι αυτοί που θα μπορέσουν μέσα από την προτίμησή τους να δώσουν την ευκαιρία για αύξηση του μεριδίου στην αγορά για την

επιχείρηση και η αύξηση αυτή είναι που θα μπορέσει να καλύψει τον αρχικό σκοπό της επιχείρησης ο οποίος είναι η μεγιστοποίηση των κερδών της. Με την επίτευξη της κάλυψης των προσδοκιών των καταναλωτών και την μεγιστοποίηση των κερδών της θα καλυφθούν και οι προσδοκίες και άλλων ενδιαφερόμενων μερών όπως η ανώτατη διοίκηση, οι ιδιοκτήτες και οι μέτοχοι. Ενώ εξίσου σημαντικό πλεονέκτημα είναι ότι μια επιχείρηση η οποία θα μπορέσει να κερδίσει τους καταναλωτές θα σημαίνει ότι έχει μια καλή επιχειρηματική εικόνα που σε συνδυασμό με την κερδοφορία της θα μπορέσει να προσελκύσει επενδυτές.

Εξίσου σημαντική παράμετρος είναι η νέα αγορά που φαίνεται να αναπτύσσεται μέσα από τις προτιμήσεις των καταναλωτών για τα οικολογικά προϊόντα, κάτι που θα πρέπει επίσης να συνυπολογίσουν οι επιχειρήσεις στην νέα στρατηγική τους, καθώς μπορεί να είναι μια ευκαιρία να φέρουν αυτές στην αγορά οικολογικά προϊόντα ή μπορεί να λειτουργήσει και σαν απειλή αν την αμελήσουν και κάποια ανταγωνιστική επιχείρηση πράξει γρηγορότερα και καλύτερα.

Κατά την ανάλυση των επιχειρήσεων στο ερευνητικό μέρος μπορέσαμε να γνωρίσουμε σε ικανό βαθμό την άποψη των επιχειρήσεων, τα αποτελέσματα ήρθαν για άλλη μια φορά να επιβεβαιώσουν τόσο το θεωρητικό μέρος όσο και των σκοπό της εργασίας.

Οι επιχειρήσεις λοιπόν πράγματι τα τελευταία χρόνια έχουν αποβάλει την αρχική τους λογική ότι το περιβάλλον δεν θα πρέπει να υπολογίζεται από αυτές και καταβάλουν προσπάθειες προκειμένου να ενταχθεί σαν σημαντική μεταβλητή στην δημιουργία της στρατηγικής τους.

Αναγνωρίζουν απόλυτα την αναγκαιότητα να στραφούν μέσα από την στρατηγική τους στην προστασία του περιβάλλοντος και υποστηρίζουν ότι αυτό θα μπορούσε να τους προσφέρει τόσο μείωση των εξόδων τους όσο οικονομική ανάπτυξη.

Ταυτόχρονα δηλώνουν ότι οι προσπάθειες τους για την προστασία του περιβάλλοντος επηρεάζονται σημαντικά από την αναγκαιότητα υπακοής τους νόμους οι οποίες θα μπορούσαν να μετατραπούν και σε απειλή για την βιωσιμότητα τους.

Έχουν ήδη εφαρμόσει σε σημαντικό βαθμό κατά την διάρκεια των τελευταίων ετών Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης και αποδέχονται ότι η εφαρμογή τους πέρα από την βοήθεια που τους προσφέρει να είναι σωστές απέναντι στους νόμους και να αποφεύγουν τις κυρώσεις μπορεί να τους βοηθήσουν στην θωράκιση της βιωσιμότητας τους αλλά και έμμεσα ή άμεσα κέρδη με το σημαντικότερο από αυτά να είναι η ισχυροποίηση της εικόνας τους.

Βέβαια είναι οι ίδιες που έχουν ήδη αντιμετωπίσει τα εμπόδια για την εφαρμογή των Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης με το σημαντικότερο να θεωρούν ότι είναι τα κόστη, αλλά δεν δίνουν λίγο βάρος και σε εμπόδια

όπως η πολυπλοκότητα των λειτουργιών τους, η διαθεσιμότητα ανθρωπίνων και τεχνολογικών πόρων αλλά και η ελλιπής ενημέρωση των εργαζομένων.

Αξίζει να παρατηρήσουμε ότι οι επιχειρήσεις που αναλύσαμε εφαρμόζουν όλες Σ.Π.Δ αλλά ενώ ανήκουν στις 100 πιο κερδοφόρες επιχειρήσεις στην Ελλάδα μόνο 6 στις 11 είναι αυτές διατηρούν κάποιο πρότυπο Σ.Π.Δ., κάτι το οποίο μας δείχνει ότι πάρα την αξιόλογη κερδοφορία τους τα κριτήρια εφαρμογής ενός πρότυπου συστήματος και τα μεγαλύτερα κόστη ίσως να είναι και ο λόγος που τις απομακρύνουν, να θυμηθούμε σε αυτό το σημείο ότι σε σχέση ότι το E.M.A.S. είναι πιο ακριβό από το I.S.O. 14001 ότι μόνο μια επιχείρηση της έρευνας είναι αυτή που έχει πιστοποίηση E.M.A.S.

Οι επιχειρήσεις δείχνουν πέρα από τα Σ.Π.Δ. να αποδέχονται πως μια Περιβαλλοντικά Ηθική επιχείρηση που θα δράσει πέρα από κανόνες και όρια των νόμων ακόμη και αν αυτό θα έχει μεγάλα κόστη, θα μπορέσει να δει μέσα από αυτήν την στρατηγική αξιόλογα πλεονεκτήματα τα οποία θα μπορέσουν να προσφέρουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και οικονομική ανάπτυξη.

Κρίνουν πως εφαρμόζοντας μια στρατηγική που θα ενσωματώσουν σε αυτήν τον παράγοντα του φυσικού περιβάλλοντος μπορεί να λειτουργήσει ο μοχλός ανάπτυξης ώστε να ισχυροποιήσουν την επιχειρηματική τους εικόνα και θα μπορέσουν να απολάβουν κέρδη που μπορεί να μην είναι πάντα οικονομικά αλλά βελτιώνουν την αποδοτικότητα της επιχείρησης και την αξία της.

Τα κέρδη μέσα από την στρατηγική των επιχειρήσεων που θα προσαρμοστούν στις αλλαγές και που θα σέβονται το περιβάλλον είναι παράπλευρα και δείχνουν να το έχουν αντιληφτεί.

Ίσως για αυτό παρατηρούμε ότι πέρα από το κράτος και την κοινωνία που θέλουν τις επιχειρήσεις να σέβονται και να προστατεύουν το περιβάλλον, να πιέζουν σε σημαντικό βαθμό ακόμη και οι μέτοχοι, ιδιοκτήτες και η ανώτατη διοίκηση. Θα πρέπει να αναγνωρίσουμε πως σίγουρα σε αυτά τα ενδιαφερόμενα μέρη ο σκοπός τους δεν είναι άλλος από το την αύξηση των κερδών τους και σίγουρα η περιβαλλοντική τους ευαισθησία δεν είναι αυτό που τους ωθεί ώστε να επιθυμούν η επιχείρηση να εφαρμόσει μια «πράσινη» στρατηγική, αλλά έχουν αναγνωρίσει ότι το ανταγωνιστικό περιβάλλον του επιχειρηματικού κόσμου δεν αφήνει κανένα περιθώριο ώστε μια επιχείρηση να μην στραφεί εκεί, έχουν δει ότι μέσα από μια τέτοια στρατηγική, μπορούν να αυξήσουν ακόμη περισσότερο τα οικονομικά αποτελέσματα και ταυτόχρονα θα μπορέσει η επιχείρηση να αντιμετωπίσει τους κινδύνους που θα έρθουν με αποτέλεσμα να προστατεύεται η επένδυσή τους.

Όπως καταλαβαίνουμε οι επιχειρήσεις θα πρέπει αντιληφτούν όλα τα νέα δεδομένα που εμφανίζονται μέσα από τις αλλαγές του περιβάλλοντος και την ανάγκη προστασίας του. Από όπου και να έρχονται οι πιέσεις θα πρέπει να δομήσουν την στρατηγική τους ώστε να μπορέσουν να αντιμετωπίσουν τις απειλές αλλά και να εκμεταλλευτούν τις ευκαιρίες.

Θα πρέπει μέσα από μια σωστή στρατηγική να μπορέσουν να προσαρμοστούν προκειμένου να θωρακίσουν την βιωσιμότητα τους καθώς οι

κίνδυνοι είναι πολλοί, ταυτόχρονα όμως με αυτό θα πρέπει να βρουν τις ευκαιρίες που εμφανίζονται και να μπορέσουν να τις εκμεταλλευτούν.

Οι κίνδυνοι όμως εμφανίζονται ακόμη και στην περίπτωση που μια επιχείρηση αλλάξει στρατηγική και προστατεύει το περιβάλλον καθώς τα οικονομικά κόστη φαίνεται να είναι σε σημαντικό επίπεδο και θα μπορούσαν να πλήξουν και πάλι την επιχείρηση. Έτσι οι επιχειρήσεις θα πρέπει με σοβαρότητα να δημιουργήσουν την ανάλογη στρατηγική η οποία μέσα από τους εσωτερικούς της πόρους θα μπορέσει να την βοηθήσει να πετύχει τους στόχους χωρίς να διακυβεύεται η ύπαρξη της.

Αν θα μπορούσαμε να πούμε κάτι τελευταίο κλείνοντας την εργασία είναι ότι οι επιχειρήσεις θα έπρεπε ήδη να έχουν ξεκινήσει την δημιουργία μιας νέας στρατηγικής, τα περιθώρια πλέον δεν υπάρχουν και θα πρέπει να ανταποκριθούν ταυτόχρονα σε πολλές προσδοκίες, θα πρέπει κατά κύριο λόγο να είναι σωστές απέναντι στους νόμους και μετά να κρίνουν τις προσωπικές τους δυνατότητες και τους εσωτερικούς τους πόρους ώστε να βάζουν για κάθε χρονική περίοδο στόχο για την ακόμη καλύτερη προσαρμογή για την αποφυγή άμεσων απειλών από τις αλλαγές του περιβάλλοντος, θα πρέπει μετά από αυτά να κατευθύνουν σε μια ολοκληρωμένη στρατηγική στην οποία θα μπορέσει να ανταποκριθεί βάση των οικονομικών της πόρων να δράση πέρα από τα πρέπει ώστε να μπορέσει να απολάβει τις ευκαιρίες.

Ο δρόμος από ότι φαίνεται είναι δύσκολος και γεμάτος εμπόδια, σίγουρα οι ευκαιρίες πολλές αλλά όλα θα πρέπει να γίνονται μέσα από μια σωστή στρατηγική ώστε να μην αντιμετωπίσει ακόμη μεγαλύτερες δυσκολίες η επιχείρηση.

Το μόνο σίγουρο είναι ότι οι επιχειρήσεις που δεν θα υπολογίσουν στην στρατηγική τους φυσικό περιβάλλον στο μέλλον, φαίνεται πως δεν θα έχουν "μέλλον".

Παραρτήματα

Ερωτηματολόγιο Καταναλωτών

Ερωτηματολόγιο Επιχειρήσεων

Ερωτηματολόγιο Κρατικός Φορέας

Πάντειο Πανεπιστήμιο

Ερωτηματολόγιο για Καταναλωτές

Το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε για την υλοποίηση προσωπικής έρευνας προκειμένου να ολοκληρώσω την διπλωματική μου διατριβή στα πλαίσια του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών

Ο τίτλος της εργασίας μου είναι:

«Η στρατηγική των επιχειρήσεων στην προσαρμογή των αλλαγών του περιβάλλοντος και ο ρόλος της ως στοιχείο ανάπτυξης και ενίσχυσης των θέσεων τους στην αγορά.»

Η στρατηγική των επιχειρήσεων επηρεάζεται είτε έμμεσα είτε άμεσα από τα ενδιαφερόμενα μέρη, ενδιαφερόμενα μέρη είναι οι Μέτοχοι/Ιδιοκτήτες, Ανώτατοι Διοίκηση/Μάνατζερ, Καταναλωτές, Κοινωνία, Οργανισμοί/Μ.Κ.Ο., Κράτος/Πολιτεία κ.α

Από τα αποτελέσματα του παρακάτω ερωτηματολογίου θα προσπαθήσω να ερευνήσω τις απόψεις των Καταναλωτών και της Κοινωνίας, ενώ ταυτόχρονα τρέχουν έρευνες για λάβω τις απόψεις και άλλων ενδιαφερόμενων μερών.

Σκοπός της εργασίας είναι να εξετάσει τον παράγοντα του Φυσικού Περιβάλλοντος στην Στρατηγική των Επιχειρήσεων, να αναλύσει αν οι επιχειρήσεις υπολογίζουν στις μέρες μας το φυσικό περιβάλλον στις λειτουργίες τους και στην περίπτωση που το ενσωματώσουν στην στρατηγική τους αν μπορεί να του προσφέρει άμεσα ή έμμεσα οικονομικά οφέλη-κέρδος και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Τα προσωπικά στοιχεία δεν αποθηκεύονται ενώ δεν αποκαλύπτεται από ποιον χρήστη προήλθε η απάντηση.

Σας ευχαριστώ εκ το προτέρων για τον χρόνο σας και την συμμετοχή στην υλοποίηση της διπλωματικής μου έρευνας.

Δημητρακόπουλος Κ. Ιωάννης



Ατομικά Στοιχεία

Η ερωτήσεις της πρώτης σελίδας έχουν καθαρά στατιστική σημασία.

1.1 Παρακαλώ επιλέξτε το φύλο σας

- Άνδρας
- Γυναίκα

1.2 Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε

- 18-25
- 26-35
- 36-55
- Άνω των 55 ετών

1.3 Παρακαλώ επιλέξτε το επίπεδο εκπαίδευση σας

- Απόφοιτος Δημοτικού
- Απόφοιτος Γυμνασίου
- Απόφοιτος Λυκείου
- Απόφοιτος Πανεπιστήμιο/ΤΕΙ
- Κάτοχος Μεταπτυχιακού/Διδακτορικού

1.4 Παρακαλώ συμπληρώστε τον Νομό που κατοικείτε

1.5 Παρακαλώ επιλέξτε το ετήσιο εισόδημα σας

- 0-5000€
- 5000-10000€
- 10.000-20.000€
- 20.000-30.000€
- >30.000€

1.6 Παρακαλώ επιλέξτε την ιδιότητα σας

- Φοιτητής
- Άεργος
- Άνεργος
- Δημόσιος Υπάλληλος
- Ιδιωτικός Υπάλληλος
- Ελεύθερος Επαγγελματίας
- Επιχειρηματίας
- Εισοδηματίας
- Συνταξιούχος

Η Αποψη σας για το Φυσικό Περιβάλλον

2.1 Ποιος θεωρείτε πως έχει ευθύνη για την μόλυνση του περιβάλλοντος

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Πολίτες	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Μικρομεσαίες επιχειρήσεις	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Μεγάλες επιχειρήσεις	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Κράτος-Πολιτεία	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2.2 Ποιος θεωρείτε πως έχει ευθύνη για την προστασία του περιβάλλοντος

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Πολίτες	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Μικρομεσαίες επιχειρήσεις	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Μεγάλες επιχειρήσεις	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Κράτος-Πολιτεία	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2.3 Πιστεύετε ότι το προσωπικό σας ενδιαφέρον για την προστασία του περιβάλλοντος τα τελευταία χρόνια έχει

- Μείνει στάσιμο
- Αυξήθηκε λίγο
- Αυξήθηκε αρκετά
- Αυξήθηκε πολύ
- Αυξήθηκε πάρα πολύ

2.4 Πιστεύετε πως θα μπορούσε ο καθένας μας να συμβάλει στην προστασία του περιβάλλοντος

- Καθόλου
- Λίγο
- Αρκετά
- Πολύ

- Πάρα πολύ

2.5 Η προσωπική σας συμπεριφορά περιλαμβάνει προσπάθειες- ενέργειες για την προστασία του περιβάλλοντος (π.χ. ανακύκλωση, μείωση κατανάλωσης ρεύματος κ.λ.π.)

- Καθόλου
- Λίγο
- Αρκετά
- Πολύ
- Πάρα πολύ

Επιχειρήσεις και Φυσικό Περιβάλλον

3.1 Πιστεύετε πως οι επιχειρήσεις έχουν αυξήσει το ενδιαφέρον τους για την προστασία του περιβάλλοντος.

- Καθόλου
- Λίγο
- Αρκετά
- Πολύ
- Πάρα πολύ

3.1.1 Αν απαντήσατε θετικά στην 3.1 (δηλαδή όλες οι απαντήσεις εκτός του "καθόλου") γιατί θεωρείτε ότι οι επιχειρήσεις κινούνται προς την κατεύθυνση να προστατεύουν το περιβάλλον

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Καθώς πρέπει να συμμορφώνονται από τους νόμους	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Καθώς βοηθάει στην δική τους ανάπτυξη	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προκειμένου να βελτιώσουν την φήμη τους	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προκειμένου να κερδίσουν την κοινωνία	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Διπλωματική Εργασία Δημητρακόπουλου Ιωάννη
Π.Μ.Σ Περιβαλλοντική Διακυβέρνηση και Βιώσιμη Ανάπτυξη

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Η ανάγκη για προστασία του περιβάλλοντος βοηθάει στην αύξηση του ενδιαφέροντος τους	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3.1.2 Αν απαντήσατε θετικά στην 3.1 (δηλαδή όλες οι απαντήσεις εκτός του "καθόλου") θεωρείτε πως μια τέτοια συμπεριφορά ακολουθείται από

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Μικρομεσαίες επιχειρήσεις	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Μεγάλες επιχειρήσεις	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3.2 Γνωρίζετε τι είναι η Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη των επιχειρήσεων.

- Δεν γνωρίζω
- Λίγο
- Αρκετά
- Πολύ
- Πάρα Πολύ

3.3 Πόσες εταιρίες γνωρίζετε που εφαρμόζουν Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη

- Δεν είμαι σίγουρος για κάποια
- 1
- 2-3
- 4-5
- >5

3.4 Από που θυμάστε να έχετε ενημερωθεί για κάποια περιβαλλοντική δράση μιας επιχείρησης

- Δεν είμαι σίγουρος για κάποια
- Εφημερίδες-Περιοδικά
- Σαν θέμα στις Ειδήσεις

Διπλωματική Εργασία Δημητρακόπουλου Ιωάννη
Π.Μ.Σ Περιβαλλοντική Διακυβέρνηση και Βιώσιμη Ανάπτυξη

- Τηλεόραση ως διαφήμιση της εταιρείας.
- Ραδιόφωνο
- Έψαξα μόνος μου καθώς ήθελα να ενημερωθώ

3.5 Θα προτιμούσατε μια εταιρεία που θα γνωρίζατε πως είναι περιβαλλοντικά ηθική σε σχέση με κάποια ανταγωνιστική της για την οποία δεν θα γνωρίζατε κάτι ανάλογο.

- Καθόλου
- Λίγο
- Αρκετά
- Πολύ
- Πάρα πολύ

3.6 Θα είχατε ποτέ μια συμπεριφορά μπούκοτάζ απέναντι σε κάποια εταιρεία που θα ακούγατε πως μόλυνε το περιβάλλον ή δεν είναι ηθική προς στο περιβάλλον

- Καθόλου
- Λίγο
- Αρκετά
- Πολύ
- Πάρα πολύ

3.7 Το ενδιαφέρον μιας εταιρείας για την προστασία του περιβάλλοντος θεωρείτε ότι θα σας επηρέαζε προκειμένου να δημιουργήσετε θετική εικόνα για αυτήν εταιρεία;

- Καθόλου
- Λίγο
- Αρκετά
- Πολύ
- Πάρα πολύ

3.8 Στην περίπτωση που είχατε επιλογή, θα προτιμούσατε να εργαστείτε σε μια εταιρεία που φημίζεται για τις κοινωνικές στις και περιβαλλοντικές στις δράσεις-προσπάθειες σε σχέση με κάποια αντίστοιχη που δεν προχώρα σε παρόμοιες δράσεις

- Καθόλου
- Λίγο
- Αρκετά
- Πολύ
- Πάρα πολύ

Φιλικά προς το Περιβάλλον Προϊόντα

Φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα εννοούμε τα προϊόντα τα οποία έχουν παραχθεί και σχεδιαστεί ώστε έμμεσα ή άμεσα να βοηθούν την προστασία του περιβάλλοντος. Τέτοια προϊόντα μπορεί να είναι αυτά τα οποία μπορούν να ανακυκλωθούν ή να επαναχρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς, ακόμη είναι αυτά που έχουν κατασκευαστεί προκειμένου να βοηθούν στην προστασία του περιβάλλοντος όπως ηλεκτρικές συσκευές υψηλής ενεργειακής κλάσης, απορρυπαντικά που καθαρίζουν αποτελεσματικά σε χαμηλές θερμοκρασίες, συστήματα ανανεώσιμων πηγών ενέργειας κ.α. , ενώ τέλος υπάρχουν και τα προϊόντα που παράχθηκαν χωρίς να επιβαρυνθεί το περιβάλλον π.χ. βιολογικές τροφές.

4.1 Θα αγοράζατε ένα προϊόν που είναι φιλικό προς το περιβάλλον (οικολογικό-πράσινο προϊόν) σε σχέση με κάποιο ανταγωνιστικό

- Καθόλου
- Λίγο
- Αρκετά
- Πολύ
- Πάρα πολύ

4.2 Θα αγοράζατε ένα οικολογικό-πράσινο προϊόν στην περίπτωση που θα ήταν ακριβότερο και μέχρι τι ποσοστό πιο ακριβό θα ήσασταν διαθέσιμοι να προσφέρετε .

- Καθόλου
- Ναι \leq 5%
- Ναι \leq 10%
- Ναι \leq 20%
- Ναι $>$ 20%

4.3 Πιστεύετε πως τα πράσινα-οικολογικά προϊόντα είναι ακριβότερα

- Καθόλου
- Λίγο
- Αρκετά
- Πολύ
- Πάρα πολύ

4.4 Πιστεύετε πως όταν προτιμάτε οικολογικά-πράσινα προϊόντα συνεισφέρετε θετικά στην προστασία του περιβάλλοντος

- Καθόλου
- Λίγο
- Αρκετά
- Πολύ
- Πάρα πολύ

Διπλωματική Εργασία Δημητρακόπουλου Ιωάννη
Π.Μ.Σ Περιβαλλοντική Διακυβέρνηση και Βιώσιμη Ανάπτυξη

4.5 Θεωρείτε πως το ενδιαφέρον σας για την χρήση οικολογικών-πράσινων προϊόντων θα αυξηθεί τα επόμενα χρόνια

- Καθόλου
- Λίγο
- Αρκετά
- Πολύ
- Πάρα πολύ

4.6 Αγοραζετε ένα προϊόν (π.χ. πλυντήριο, air condition) ενεργειακής κατανάλωσης A καθώς

Καθόλου Λίγο Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ

Θέλω έμμεσα να βοηθήσω το περιβάλλον

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Γνωρίζω πως θα κερδίσω από το κόστος κατανάλωσης

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

4.7 Πιστεύετε ότι η πληροφόρηση-ενημέρωση για τα πράσινα-οικολογικά προϊόντα είναι σε επίπεδο

- Χαμηλό
- Λίγο
- Αρκετό
- Πολύ
- Πάρα πολύ

4.8 Τα οικολογικά πράσινα προϊόντα που υπάρχουν στην αγορά καλύπτουν τις ανάγκες σας ώστε να μη χρειάζεται να χρησιμοποιήσετε συμβατά.

- Καθόλου
- Λίγο
- Αρκετά
- Πολύ
- Πάρα πολύ

Ερωτηματολόγιο Επιχειρήσεις

1. Πιστεύετε πως η επιχείρησες έχουν εντάξει στην στρατηγική τους τον παράγοντα του Φυσικού Περιβάλλοντος τα τελευταία χρόνια.

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ

Σχόλιο:

2. Ποσο αναγκαία πιστεύετε πως είναι να υπολογίζει η επιχείρηση το Φυσικό Περιβάλλον και να το ενσωματώνει στην στρατηγική της για δικό της όφελος

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ

Σχόλιο:

Διπλωματική Εργασία Δημητρακόπουλου Ιωάννη
Π.Μ.Σ Περιβαλλοντική Διακυβέρνηση και Βιώσιμη Ανάπτυξη

3. Το ενδιαφέρον για την προστασία του περιβάλλοντος από τις επιχειρήσεις πιστεύετε ότι αυξάνεται.

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Καθώς πρέπει να συμμορφώνονται από τους νόμους					
Καθώς βοηθάει στην δική τους ανάπτυξη					
Προκειμένου να βελτιώσουν την φήμη τους					
Προκειμένου να κερδίσουν την κοινωνία					
Η ανάγκη για προστασία του περιβάλλοντος βοηθάει στην αύξηση του ενδιαφέροντος τους					

Σχόλιο:

4. Πόσο σημαντικά θεωρείτε τα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ

Σχόλιο:

Σημειώστε αν η επιχείρησής σας χρησιμοποιεί κάποια από τα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης και ποια:

5. Η εφαρμογή λειτουργιών Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης θεωρείτε ότι:

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Αυξήθηκε την τελευταία 3ετία για την εταιρεία σας					
Θα αυξηθεί μέσα στα επόμενα χρόνια για την εταιρεία					

Διπλωματική Εργασία Δημητρακόπουλου Ιωάννη
Π.Μ.Σ Περιβαλλοντική Διακυβέρνηση και Βιώσιμη Ανάπτυξη

σας					
-----	--	--	--	--	--

Σχόλιο:

6. Πιστεύετε ότι τα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης Εφαρμόζονται καθώς:

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Η επιχείρηση θα πρέπει να προσαρμόζεται στους νόμους-αποφυγή προστίμων					
Μπορούν να βοηθήσουν στην βιωσιμότητα των επιχειρήσεων					
Μειώνουν τα κόστη και η επιχείρηση θα έχει κέρδη από αυτά έστω και μακροχρόνια					
Είναι ένας τρόπος ισχυροποιήσεις της επωνυμίας της επιχείρησης					
Έμμεσα οικονομικά οφέλη (π.χ. φοροαπαλλαγές)					
Προκειμένου να κερδίσουν μερίδιο στην αγορά η επιχειρήσεις					
Είναι αναγκαία η προστασία του περιβάλλοντος					

Σχόλιο:

7. Τι θεωρείτε ότι είναι εμπόδιο για την εφαρμογή Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης:

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Τα κόστη για την εφαρμογή τους					
Η πολυπλοκότητα των λειτουργιών τους					
Η διαθεσιμότητα ανθρωπίνων και τεχνολογικών πόρων					
Η ελλιπής ενημέρωση των εργαζομένων					

Σχόλιο:

8. Η Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη είναι ευθύνη των επιχειρήσεων ή του κράτους ώστε να υπάρχει ένα είδος έλεγχου.

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Των επιχειρήσεων					
Του κράτους					

Σχόλιο:

9. Πιστεύετε μια επιχείρηση που εφαρμόζει Εταιρική Περιβαλλοντική ευθύνη μπορεί να δει έστω και μακροχρόνια κέρδη από αυτήν την στρατηγική.

Δεν συμφωνώ	Συμφωνώ λίγο	Συμφωνώ αρκετά	Συμφωνώ Πολύ	Συμφωνώ απόλυτα

Σχόλιο:

10. Υπάρχουν υποστηρικτές που θεωρούν ότι οι επιχειρήσεις είναι πολύ απασχολημένες και έχουν σημαντικότερα προβλήματα από το να εφαρμόζουν Εταιρική Περιβαλλοντική ευθύνη στην στρατηγική τους

Δεν συμφωνώ	Συμφωνώ λίγο	Συμφωνώ αρκετά	Συμφωνώ Πολύ	Συμφωνώ απόλυτα

Σχόλιο:

11. Στην διεθνείς βιβλιογραφία υποστηρίζετε ότι η εταιρική περιβαλλοντική ευθύνη είναι μόνο για υγιείς-κερδοφόρες επιχειρήσεις καθώς και για μεγάλου μεγέθους αφού τα κόστη απομακρύνουν τους υπόλοιπους.

Δεν συμφωνώ	Συμφωνώ λίγο	Συμφωνώ αρκετά	Συμφωνώ Πολύ	Συμφωνώ απόλυτα

Σχόλιο:

12. Στην διεθνής βιβλιογραφία κατά την έρευνα μου είναι αρκετοί αυτοί που πιστεύουν ότι η Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη είναι απαραίτητη για την προστασία του περιβάλλοντος καθώς έχει προληπτικό χαρακτήρα σε

Διπλωματική Εργασία Δημητρακόπουλου Ιωάννη
Π.Μ.Σ Περιβαλλοντική Διακυβέρνηση και Βιώσιμη Ανάπτυξη

αντίθεση με τους νόμους που στο μεγαλύτερο ποσοστό τους έχουν κατασταλακτικό χαρακτήρα για την προστασία του περιβάλλοντος

Δεν συμφωνώ	Συμφωνώ λίγο	Συμφωνώ αρκετά	Συμφωνώ Πολύ	Συμφωνώ απόλυτα

Σχόλιο:

13.Θα μπορούσε μια επιχείρηση να καταστραφεί από τους νόμους-πρόστιμα στην περίπτωση που δεν έχει εντάξει στην στρατηγική της την προστασία του περιβάλλοντος

Δεν συμφωνώ	Συμφωνώ λίγο	Συμφωνώ αρκετά	Συμφωνώ Πολύ	Συμφωνώ απόλυτα

Σχόλιο:

14.Πιστεύετε θα έπρεπε να υπάρχει από το κράτος ένα σύστημα επιβράβευσης των περιβαλλοντικά ηθικών επιχειρήσεων.

Δεν συμφωνώ	Συμφωνώ λίγο	Συμφωνώ αρκετά	Συμφωνώ Πολύ	Συμφωνώ απόλυτα

Σχόλιο:

15.Αν υπήρχε από το κράτος ένα σύστημα επιβράβευσης πιστεύετε θα ωθούσε τις εταιρείες ώστε να ενσωματώσουν στην στρατηγική τους την προστασία του περιβάλλοντος

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ

Σχόλιο:

16.Θα μπορούσε ο παράγοντας περιβάλλον και μια σωστή στρατηγική που θα τον περιλαμβάνει να δράση ως μοχλός ανάπτυξης για τις επιχειρήσεις

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ

Σχόλιο:

Διπλωματική Εργασία Δημητρακόπουλου Ιωάννη
Π.Μ.Σ Περιβαλλοντική Διακυβέρνηση και Βιώσιμη Ανάπτυξη

17.Θα μπορούσε η εφαρμογή της Εταιρικής Περιβαλλοντικής Ευθύνης από μια επιχείρηση να δημιουργήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ

Σχόλιο:

18.Ποια από τα ενδιαφερόμενα μέρη σε μια επιχείρηση πιέζει προκειμένου να εφαρμοστεί Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη από μια επιχείρηση

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
Μέτοχοι/ιδιοκτήτες					
Ανώτατοι Διοίκηση					
Καταναλωτές					
Προμηθευτές					
Οργανισμοί-Μ.Κ.Ο.					
Κράτος-Πολιτεία					

Σχόλιο:

19.Οι Πρακτικές της Εταιρικής Περιβαλλοντικής Ευθύνης συμβάλουν

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Βελτίωση Ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησης					
Βελτίωση εταιρικής εικόνας					
Αύξηση μεριδίου της αγοράς					
Βελτίωση εργασιακού κλίματος					
Συμβολή στην τοπική ανάπτυξη					
Έμμεσα οικονομικά οφέλη (π.χ. φοροαπαλλαγές)					
Προστασία του περιβάλλοντος					

Σχόλιο:

20. Η υλοποίηση δράσεων Εταιρικής Περιβαλλοντικής Ευθύνης ενθαρρύνεται από του παράγοντες

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Μέγεθος της επιχείρησης					
Πίεση Ιδιοκτητών/Μετόχων					

Διπλωματική Εργασία Δημητρακόπουλου Ιωάννη
Π.Μ.Σ Περιβαλλοντική Διακυβέρνηση και Βιώσιμη Ανάπτυξη

Υπαρξη των απαιτούμενων πόρων					
Κατάλληλη οργάνωση της επιχείρησης					
Υπάρξει εξειδικευμένων στελεχών					
Οικονομικά Αποτελέσματα (Κέρδη κ.λ.π.)					
Υπαρξη επαρκούς ενημέρωσης					
Αιτήματα τοπικών κοινωνιών					
Υφιστάμενη νομοθεσία					
Ανταγωνισμός κλάδου					
Διαφήμιση επιχείρησης					
Έλλειψη γραφειοκρατίας					
Ενθάρρυνση από το κράτος/πολιτεία					

Σχόλιο:

Αναφέρατε αν επιθυμείτε την περίπτωση της δική σας εταιρείας στην προσαρμογή των αλλαγών του περιβάλλοντος, και η ένταξη του φυσικού περιβάλλοντος στην στρατηγική της ανάπτυξη, αποτελέσματα που είχατε, δυσκολίες που αντιμετωπίσατε κ.λ.π.

Ερωτηματολόγιο για Κρατικό Φορέα

1. Ποιος πιστεύετε έχει ευθύνη για την μόλυνση του περιβάλλοντος

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Πολίτες					
Επιχειρήσεις					
Κράτους					

Σχόλια

2. Θεωρείτε πως η προστασία του περιβάλλοντος είναι ευθύνη

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Των πολιτών					
Των επιχειρήσεων					
Του κράτους					

Σχόλια

3. Πιστεύετε πως η επιχειρήσεις έχουν εντάξει στην στρατηγική τους τον παράγοντα του Φυσικού Περιβάλλοντος τα τελευταία χρόνια.

Διπλωματική Εργασία Δημητρακόπουλου Ιωάννη
Π.Μ.Σ Περιβαλλοντική Διακυβέρνηση και Βιώσιμη Ανάπτυξη

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ

Σχόλια

4.Ποσο αναγκαία πιστεύετε πως είναι για την προστασία του περιβάλλοντος να υπολογίζουν οι επιχειρήσεις το Φυσικό Περιβάλλον και να το ενσωματώνουν στην στρατηγική τους

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ

Σχόλια

5.Αρκουν οι νόμοι που υπάρχουν προκειμένου να προστατεύετε το περιβάλλον από την λειτουργία των επιχειρήσεων

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ

Σχόλια

6.Η Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη είναι ευθύνη των επιχειρήσεων ή του κράτους ώστε να υπάρχει ένα είδος έλεγχου.

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Των επιχειρήσεων					
Του κράτους					

Σχόλια

7.Στην διεθνής βιβλιογραφία υποστηρίζετε ότι η εταιρική περιβαλλοντική ευθύνη είναι μόνο για υγιείς-κερδοφόρες επιχειρήσεις καθώς και για μεγάλου μεγέθους αφού τα κόστη απομακρύνουν τους υπόλοιπους.

Δεν συμφωνώ	Συμφωνώ λίγο	Συμφωνώ αρκετά	Συμφωνώ Πολύ	Συμφωνώ απόλυτα

Σχόλια

Διπλωματική Εργασία Δημητρακόπουλου Ιωάννη
Π.Μ.Σ Περιβαλλοντική Διακυβέρνηση και Βιώσιμη Ανάπτυξη

8.Θα μπορούσε μια επιχείρηση να καταστραφεί από τους νομούς-πρόστιμα στην περίπτωση που δεν έχει ένταξη στην στρατηγική της την προστασία του περιβάλλοντος

Δεν συμφωνώ	Συμφωνώ λίγο	Συμφωνώ αρκετά	Συμφωνώ Πολύ	Συμφωνώ απόλυτα

Σχόλια

9.Πιστεύετε θα έπρεπε να υπάρχει από το κράτος ένα σύστημα επιβράβευσης των περιβαλλοντικά ηθικών επιχειρήσεων.

Δεν συμφωνώ	Συμφωνώ λίγο	Συμφωνώ αρκετά	Συμφωνώ Πολύ	Συμφωνώ απόλυτα

Σχόλια

10. Αν υπήρχε από το κράτος ένα σύστημα επιβράβευσης πιστεύετε θα ωθούσε τις εταιρείες ώστε να ενσωματώσουν στην στρατηγική τους την προστασία του περιβάλλοντος

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ

Σχόλια

11. Πολλοί υποστηρίζουν ότι οι νόμοι του κράτους έχουν κατασταλτικό χαρακτήρα σε είδη υπάρχοντα προβλήματα και σπάνια να εφαρμοστεί νόμος για προληπτικό χαρακτήρα και για πρόβλημα το οποίο δεν έχουμε ήδη αντιμετωπίσει

Δεν συμφωνώ	Συμφωνώ λίγο	Συμφωνώ αρκετά	Συμφωνώ Πολύ	Συμφωνώ απόλυτα

Σχόλια

Διπλωματική Εργασία Δημητρακόπουλου Ιωάννη
Π.Μ.Σ Περιβαλλοντική Διακυβέρνηση και Βιώσιμη Ανάπτυξη

12. Στην διεθνής βιβλιογραφία κατά την έρευνα μου είναι αρκετοί αυτοί που πιστεύουν ότι η Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη είναι απαραίτητη για την προστασία του περιβάλλοντος καθώς έχει προληπτικό χαρακτήρα σε αντίθεση με τους νόμους που στο μεγαλύτερο ποσοστό τους έχουν κατασταλακτικό χαρακτήρα για την προστασία του περιβάλλοντος

Δεν συμφωνώ	Συμφωνώ λίγο	Συμφωνώ αρκετά	Συμφωνώ Πολύ	Συμφωνώ απόλυτα

Σχόλια

13. Η Εταιρική Περιβαλλοντική Ευθύνη των επιχειρήσεων από ορισμού έχει εθελοντικό χαρακτήρα, θα μπορούσε όμως να υπάρχει η υποχρέωση από το κράτος ώστε να απαιτεί έκθεσης-αποτελέσματα των επιχειρήσεων και να ορίσει επιδόσεις στις οποίες θα πρέπει να ανταποκρίνονται οι επιχειρήσεις

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ

Σχόλια

14. Αν οι καταναλωτές προτιμούν τα πράσινα-οικολογικά προϊόντα θεωρείτε βοηθούν στην προστασία του περιβάλλοντος

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ

Σχόλια

15. Πιστεύετε ότι η πληροφόρηση για τα πράσινα-οικολογικά προϊόντα είναι σε επίπεδο

Ελάχιστη	Λίγη	Αρκετή	Πολύ	Πάρα πολύ

Σχόλια

Βιβλιογραφία

Ξένη Βιβλιογραφία

Collier U. (1994), "Energy and Environment in the European Union, Aldershot: Avebury.

Daneil C. Esty, Andrew S. Winston, Green to gold, 2006, Yale University Press

Freiman, J. and Walther, M. (2002), The Impacts of Corporate Environmental Management Systems- A Comparison between EMAS and ISO 14001, Greener Management International

Gil Friend (2009), The Truth About Green Business, Pearson Education

Glegg Stewart R. and Rhodes C., (2006), Management Ethics, Contemporary contexts Routledge Publishing, Sydney

Heinelt H. and Smith R. (2003), Sustainability, Innovation and Participatory Governance, England: Ashagate Publishing Limited

J. David Hunger και Thomaw L. Wheelen (2004) Εισαγωγή στο Στρατηγικό Μάνατζμεντ, (μετάφραση Σπηλιώτη Χρ.), Κλειδάριθμος, Αθήνα.

Jennings, Marianne M. (2011), Business Ethics, Case Studies and Selected Readings Cengage Learning Publishing, United States.

Kotler P. (2009), Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Πώς να προσφέρεται το καλύτερο στην εταιρεία σας και στο σκοπό της επιλογή σας, (μετάφραση Σμαραγδή Μ.), Κέρκυρα-Economia Publishing. Αθήνα

Lamprecht, J. (1997), ISO 14000: Issues and Implementation Guideli new for Responsible Environmental Management, New York: American Management Association.

Lash J., Wellington F. (2006), Competitive Advantage on a Warming Planet, Harvard Business Review.

Morgera E. (2010)), "Introduction to European Environmental Law from an International Environmental Law Perspective", University of Edinburgh, School of Law, Working Paper, Series No 2010/37

Kulovesi K., Morgera E., Munoz M., (2011)The EU's Climate and Energy Package: Environmental integration and international dimensions, Working Paper Series of the Europa Institute, University of Edinburgh

O'Riordan T., (2000), Environmental Science for Environmental Management, Pearson, Prentice Hall

Sims, Ronald (2003) Ethics and Corporate Social Responsibility: Why Giants Fall, Greenwood Press: Connecticut.

Werther William and Chandler David (2005) Strategic corporate social responsibility: stakeholders in a global environment, Thousan Oaks, Calif

Wever (1996) Strategy Environmental Management: TQEM and ISO 14000 for Competitive Advantage, New York: Wiley

Ελληνική Βιβλιογραφία

Ανδρεάτου Α. (2007), Συστήματα Διαχείρισης Βιώσιμης Ανάπτυξης, Διδακτορική Διατριβή Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο , Αθήνα

Βεξεβανίδου, Μ, 2011 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα.

Γιαννακόπουλος Α., Κοδέλλας Σ., Παπασταύρου Ν. (2006), Έρευνα για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις. Διαθέσιμο www.csrhellas.org

Δελλής Γ., (1998), «Κοινοτικό Δίκαιο περιβάλλοντος: οι διαστάσεις της προστασίας του περιβάλλοντος στην κοινοτική έννομη τάξη», Αντ. Ν. Σάκκουλα, Αθήνα

Δικηγορικός Σύλλογος Πειραιά (2010), Περιβαλλοντική Ευθύνη: Θεωρητικές εξελίξεις και ζητήματα εφαρμογής, Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα.

Δούση Ε., (2001), «Η κοινοτική πολιτική περιβάλλοντος και η επίδρασή της στην περίπτωση της Ελλάδας», Παπαζήση, Αθήνα

Θανόπουλος Γ. (2009), Επιχειρηματική Ηθική και Δεοντολογία στην Εποχή της Εταιρικής Διακυβέρνησης, Interbooks, Αθήνα

Θεριού Νικόλαος (2005) Στρατηγική Διοίκηση Επιχειρήσεων, Κριτική, Αθήνα.
Καδέλη Κ. Ιωάννης και Χαλβατζής Ι. Κωνσταντίνος (2005), Περιβάλλον και Βιομηχανική Ανάπτυξη, Αθ. Σταμούλης, Αθήνα

Καραγεώργου Β., (2003), Η Οδηγία - Πλαίσιο για το νερό: Ένας σημαντικός σταθμός για το Ευρωπαϊκό Δίκαιο Περιβάλλοντος, Νόμος και Φύση

Καράκωστας Γ. Κ., (2011), “Περιβάλλον και δίκαιο: Δίκαιο διαχείρισης και προστασίας των περιβαλλοντικών αγαθών”, Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα

Καρβούνης Σωτ. και Γεωργακέλος Δημ. (2003) Διαχείριση του Περιβάλλοντος Επιχειρήσεις και Βιώσιμη Ανάπτυξη, Σταμούλης, Αθήνα.

Κέφης Ν. Βασιλης(2005): Διοίκηση Ολικής Ποιότητας, Θεωρία και Πρότυπα, Κριτική, Αθήνα

Κέφης Ν. Βασίλειος και Παπαζαχαρίου Πέτρος (2009) Το επιχειρηματικό όραμα σε Business Plan, Κριτική. Αθήνα.

Κόδος Χ., Στεφάνου Κ. (2008), Τυποποίηση-πιστοποίηση-οικολογική σήμανση και διεθνές εμπόριο, Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα.

Κυριαζόπουλος Π.Γ. και Σαμαντά Ε., (2011), Μεθοδολογία Έρευνας Εκπόνησης Διπλωματικών Εργασιών, Σύγχρονη Εκδοτική, Αθήνα.

Μανδράκα Μ. (2007) Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, Πανεπιστημιακές Σημειώσεις, Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο.

Μαραβέγια Ν. & Τσινισιζέλη Μ., (1995), «Ολοκλήρωση της Ευρωπαϊκής Ένωσης», Θεμέλιο, Αθήνα

Μυλωνόπουλος Δ. Ν., (2011), Ευρωπαϊκή Ένωση και Τουρισμός, Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα.

Παπαδάκης Βασίλης (2012), Στρατηγική των Επιχειρήσεων: Ελληνική και Διεθνής εμπειρία, Τόμος Α, Ε. Μπένου, Αθήνα.

Παπαδόπουλος, Ιορδάνης (2002) Επιχειρηματική Ηθική: Θεωρία και Εφαρμογές, Πανεπιστημιακές Σημειώσεις, Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, Αθήνα

Διπλωματική Εργασία Δημητρακόπουλου Ιωάννη
Π.Μ.Σ Περιβαλλοντική Διακυβέρνηση και Βιώσιμη Ανάπτυξη

Παπαευαγγέλου Δ. Σ. (2008), Η Έννοια και οι Πρακτικές της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, Εθνική Σχολή Δημόσιας Διοίκησης, Αθήνα

Παππης Π. Κωστας(2011) Κλιματική αλλαγή, Διαχείριση της εφοδιαστικής Αλυσίδας και Προσαρμογή των Επιχειρήσεων, Επίκεντρο, Θεσσαλονίκη.

Σκορδίλης Α. (2004) “Συστήματα και Εργαλεία Περιβαλλοντικής Διαχείρισης”, Μπαρμπουνάκης, Αθήνα.

Τσάλτας Γ. Ι. & Πλατιάς Χ., (2010), Ευρωπαϊκή Ένωση και Περιβάλλον «L’ Union Européenne et L’ Environnement: Anatomie D’ Une Politique Européenne Commune Ανατομία μιας κοινής ευρωπαϊκής πολιτικής», Ι. Σιδέρης, Αθήνα

Τσούφλας Γ.Θ. (2008), Θεωρητικές και εφαρμοσμένες προσεγγίσεις στην περιβαλλοντική ανάλυση εφοδιαστικών αλυσίδων, Διδακτορική Διατριβή Πανεπιστήμιο Πειραιώς τμήμα Βιομηχανικής Διοίκησης και Τεχνολογίας.

Φαραντούρης Ν. Ε., (2012), «Ενέργεια: Δίκαιο, οικονομία και πολιτική», Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα

Διαδικτυακούς Τόπους

ec.europa.eu: Επίσημη ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης,

www.biopolitics.gr: Διεθνής Βιοπολιτικός Οργανισμός

www.csreurope.org: Το Ευρωπαϊκό Δίκτυο Επιχειρήσεων για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

www.csrhellas.org: Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

www.crsquest.net: Ιστοσελίδα για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

www.eede.gr Ελληνική Εταιρεία Διοίκησης Επιχειρήσεων

www.eedsa.gr : Ελληνική Εταιρεία Διαχείρισης Στερεών Αποβλήτων.

www.epistimonikomarketing.gr Ιστοσελίδα για το μάρκετινγκ

www.europarl.europa.eu: Ιστοσελίδα του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου

www.greenmarketing.com: Ιστοσελίδα για το πράσινο μάρκετινγκ

www.greenpeace.org: Ιστοσελίδα της Μ.Κ.Ο. Greenpeace

Διπλωματική Εργασία Δημητρακόπουλου Ιωάννη
Π.Μ.Σ Περιβαλλοντική Διακυβέρνηση και Βιώσιμη Ανάπτυξη

www.iso.com: Διεθνής Οργανισμός Τυποποίησης (International Organization for Standardization, διακριτική ονομασία: ISO),

www.sesma.gr: Σύνδεσμος Εταιρειών Συμβούλων Μάνατζμεντ Ελλάδος

www.sev.org Σύνδεσμος Επιχειρήσεων και Βιομηχανιών

www.wwf.gr: Ιστοσελίδα της Μ.Κ.Ο. WWF

www.ypeka.gr Υπουργείο Περιβάλλοντος Ενέργειας και Κλιματικής Αλλαγής

Πάντειο Πανεπιστήμιο