



A.E.I. Πειραιά Τ.Τ.

ΑΝΩΤΑΤΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΕΙΡΑΙΑ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ

ΣΧΟΛΗ : ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ : ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Η ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ

ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ: ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ: ΜΠΑΡΟΥΤΑ ΣΤΑΜΑΤΙΑ (Α.Μ 8114)

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΓΑΡΟΥΦΑΛΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ

ΑΙΓΑΛΕΩ, 2017

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Τις τελευταίες δεκαετίες οι επιβλαβείς επιπτώσεις της αλλαγής του κλίματος γίνονται ορατές με ολοένα μεγαλύτερη συχνότητα και ένταση παγκοσμίως. Οι προσπάθειες για την αντιμετώπιση της ανθρωπογενούς κλιματικής αλλαγής ξεκίνησαν από την δεκαετία του 70 . Μέσα από μια πορεία διασκέψεων, τα κράτη κατέληξαν σε κάποιους βασικούς κανόνες για την προστασία του περιβάλλοντος . Το σημερινό βασικό διακύβευμα είναι η στροφή στη βιώσιμη ανάπτυξη ή αειφόρο ανάπτυξη , δηλαδή την ανάπτυξη εκείνη που θα καλύπτει τις σημερινές ανάγκες χωρίς να θέτει σε κίνδυνο τη δυνατότητα των μελλοντικών γενεών να καλύψουν τις δικές τους ανάγκες .

Ως γνωστό ο τραπεζικός τομέας επιδρά καταλυτικά και επηρεάζει την οικονομική ανάπτυξη καθώς συμβάλει στη βελτίωση της κατανομής των πόρων στο χώρο και στο χρόνο , μέσα στο σύγχρονο αβέβαιο περιβάλλον. Επομένως, ο τραπεζικός τομέας είναι μια από τις σημαντικότερες πηγές χρηματοδότησης των επενδύσεων και κατά συνέπεια έχει την δυνατότητα να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην προώθηση επενδύσεων κοινωνικά υπεύθυνων και περιβαλλοντικά βιώσιμων. Η στροφή στην Πράσινη τραπεζική εξοικονομεί το κόστος , ελαχιστοποιεί το κίνδυνο ,ενισχύει τη φήμη των τραπεζών και συμβάλει στο κοινό καλό της περιβαλλοντικής αειφορίας.

Ταυτόχρονα, η προστασία του περιβάλλοντος οφείλει να συγκαταλέγεται ανάμεσα στις άμεσες προτεραιότητες της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης για τις τράπεζες, καθώς είναι κοινή διαπίστωση ότι οι πελάτες έχουν καλύτερη εικόνα για τις επιχειρήσεις που συμμετέχουν σε εθελοντική βάση στις κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες.

Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι η τράπεζα καταβάλει σημαντικές προσπάθειες εν μέσω οικονομικής κρίσης για ενημέρωση και εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού σε θέματα περιβαλλοντικής πολιτικής και πράσινων τραπεζικών προϊόντων . Παρότι αυτό αναγνωρίζεται από το ανθρώπινο δυναμικό , το ίδιο δείχνει να μην μπορεί να ακολουθήσει τις εξελίξεις και την δυναμική που δείχνει η τράπεζα σε θέματα περιβάλλοντος .

ABSTRACT

The harmful effects of climate change are becoming visible with increasing frequency and intensity worldwide in the last few decades. The efforts to tackle climate change, produced almost entirely by man's own actions, began in the 1970s. Through a series of international conventions and discussions, the states decided to set some basic rules to protect the environment. Today's main challenge is the shift to sustainable development, i.e. the development that will cover the present needs without compromising the ability of future generations to meet their own needs.

As we all know, the banking sector acts as a catalyst and influences economic development, as it contributes to improving the allocation of resources amongst the various industries and projects, within the modern and unpredictable environment. As a consequence, the banking sector remains as one of the most important sources of financing for investments and has the potential to play a key role in promoting socially responsible and environmentally sustainable projects. The gradual shift to Green Banking will result to cost savings in the long run and will reduce risks associated with old practices and equipment whilst enhancing the reputation of banks and contributing to the common good of environmental sustainability.

At the same time, environmental protection ought to be one of banks' immediate priorities when it comes to their corporate social responsibility and image, as it has been proven that customers have better regard for businesses sensitive to social and environmental concerns.

The results show that the Bank makes considerable efforts amid the financial crisis for generating awareness and training its employees on environmental policies and Green Banking products. Despite this, and even though employees recognize the efforts of the Bank, it appears that they are not yet able to follow these developments and fall short compared to their Bank on environmental issues and concerns.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	2
ABSTRACT.....	3
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	6
Κεφάλαιο 1: Βιώσιμη ανάπτυξη και Εταιρική κοινωνική ευθύνη	7
1.1 Έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης.....	7
1.2. Εταιρική κοινωνική ευθύνη	8
1.3 Τομείς εφαρμογής δράσεων Εταιρικής κοινωνικής Ευθύνης.....	11
1.4 Ιστορική εξέλιξη εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.....	13
1.5 Εταιρική κοινωνική ευθύνη και Περιβάλλον	18
1.6 Εταιρική κοινωνική ευθύνη και τράπεζες.....	19
1.7 Οι αρχές του ισημερινού (equator principles)	20
1.8 Η Διακήρυξη του Collevocchio	22
Κεφάλαιο 2: Επιχειρηματικότητα ως Έννοια και Πράσινη Επιχειρηματικότητα	24
2.1 Έννοια της Επιχειρηματικότητας.....	24
2.2 Έννοια της πράσινης Επιχειρηματικότητας.....	24
2.3 Σημασία πράσινης επιχειρηματικότητας	26
2.4 Πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τη βιώσιμη ανάπτυξη και την πράσινη επιχειρηματικότητα	28
2.5 Η ελληνική αγορά και το συγκριτικό πλεονέκτημα στην πράσινη επιχειρηματικότητα.....	30
2.6 Οφέλη από την πράσινη επιχειρηματικότητα	31
2.7 Οικονομική κρίση, μικρομεσαίες επιχειρήσεις, πράσινη επιχειρηματικότητα.....	32
Κεφάλαιο 3: Ο ρόλος των τραπεζών και η βιώσιμη ανάπτυξη	36
3.1 Εισαγωγή	36
3.2 Έννοια πράσινης τραπεζικής	38
3.3 Σημασία πράσινης τραπεζικής.....	40
3.4 Η διαφορά ανάμεσα στην πράσινη τραπεζική και την παραδοσιακή τραπεζική	41
3.5 Ορισμός πράσινων τραπεζικών προϊόντων και διεθνής εμπειρία.....	42
3.6 Πράσινα προϊόντα και υπηρεσίες	43
3.6.1 Η Λιανική Τραπεζική	44
3.6.1.1 Τα στεγαστικά δάνεια.....	44
3.6.1.2 Δάνεια Επαγγελματικής Στέγης.....	44
3.6.1.3 Καταναλωτικό cash collateral.....	45
3.6.1.4 Πιστωτικές και Χρεωστικές Κάρτες.....	45
3.6.1.5 Προσωπικού λογαριασμοί	45
3.6.1.6 Πράσινες πωλήσεις και προϊόντα μετακινήσεων	46
3.6.1.7 Άλλα προϊόντα και υπηρεσίες.....	46

3.6.2 Επενδυτική Τραπεζική Και Τραπεζική Μεγάλων Επιχειρήσεων.....	46
3.6.2.1 Project Finance.....	46
3.6.2.2 Τιτλοποίηση.....	47
3.6.2.3 Venture Capital (επιχειρηματικό κεφάλαιο) και Private Equity.....	47
3.6.2.4 Δείκτες.....	48
3.6.2.5 Προϊόντα και υπηρεσίες της αγοράς ρύπων.....	48
3.6.2.6 Άλλα προϊόντα και υπηρεσίες.....	48
3.7 Ηλεκτρονική τραπεζική.....	49
3.8 Τα πράσινα προϊόντα στην ελληνική τραπεζική αγορά.....	50
3.9 Οφέλη της πράσινης τραπεζικής.....	51
3.10 Προοπτικές και Μελλοντικές εξελίξεις πράσινης τραπεζικής.....	52
Κεφάλαιο 4: Πράσινα Τραπεζικά Προϊόντα- Η Περίπτωση της Τράπεζας Πειραιώς.....	55
4.1 Εισαγωγή.....	55
4.2 Λιανική τραπεζική.....	55
4.3 Μικρών Επιχειρήσεων και επαγγελματιών.....	57
4.4 Μεσαίες επιχειρήσεις.....	58
4.5 Μεγάλες επιχειρήσεις.....	58
4.6 Περιβαλλοντικά επιτεύγματα Τράπεζας Πειραιώς.....	59
4.7 Αποτελέσματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης.....	61
Βιβλιογραφία.....	64

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τις τελευταίες δεκαετίες όλα τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα , παγκοσμίως , αντιλαμβανόμενα τις σημαντικές εξελίξεις για τα περιβαλλοντικά ζητήματα, και τη βιώσιμη ανάπτυξη έχουν προχωρήσει σε σημαντικές αναθεωρήσεις σε όλο το φάσμα των εργασιών τους . Οι ραγδαίες αυτές αλλαγές έχουν επιφέρει αλλαγές και στο τρόπο χρηματοδότησης των νέων επενδύσεων καθώς οι περιβαλλοντικές νομοθεσίες που έχουν ψηφισθεί σε όλες τις αναπτυγμένες και αναπτυσσόμενες χώρες επιβάλλουν αυστηρά μέτρα με βαριά πρόστιμα για τη προστασία του περιβάλλοντος. Στη χώρα μας τα τραπεζικά ιδρύματα αν και λίγο καθυστερημένα δείχνουν να έχουν εναρμονιστεί με τα νέα δεδομένα τα τελευταία χρόνια και έχουν αρχίσει να δίνουν ιδιαίτερη βαρύτητα σε πράσινα προϊόντα τόσο για ιδιώτες όσο και για επιχειρήσεις. Ταυτόχρονα και στο κομμάτι της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης που αφορά την περιβαλλοντική πολιτική έχουν αναλάβει σημαντικές περιβαλλοντικές δράσεις. Αντιλαμβανόμενες το πνεύμα της εποχής οι τράπεζες δημιουργούν νέα καινοτόμα πράσινα προϊόντα και προσφερόμενες υπηρεσίες όπως πράσινες ασφάλειες και μελέτες για εγκατάσταση φωτοβολταϊκών συστημάτων.

Αντικείμενο της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι η ερμηνεία της έννοιας της βιώσιμης ανάπτυξης, της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και της πράσινης τραπεζικής με ιστορικές αναφορές . Ταυτόχρονα θα εξετασθεί ο σημαντικός ρόλος που πρέπει να διαδραματίζει το τραπεζικό σύστημα για την προώθηση της βιώσιμης ανάπτυξης.

Εστιάζοντας στη πρωτοπόρο Ελληνική τράπεζα στην πράσινη τραπεζική θα παραθέσουμε τα προσφερόμενα πράσινα τραπεζικά προϊόντα αλλά και τη συνολική περιβαλλοντική της πολιτική.

Η μεθοδολογία της παρούσας εργασίας βασίστηκε σε βιβλιογραφική ανασκόπηση, ελληνικής και ξένης βιβλιογραφία. Επίσης πληροφορίες αντλήθηκαν από άρθρα, μελέτες και δελτίου τύπου ενώ μεγάλος όγκος πληροφοριών προέρχεται από το διαδίκτυο καθώς και από τις ιστοσελίδες Τραπεζών που παρέχουν απαραίτητες πληροφορίες και είναι εύκολα προσβάσιμες.

Κεφάλαιο 1: Βιώσιμη ανάπτυξη και Εταιρική κοινωνική ευθύνη

1.1 Έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης

Τα τελευταία χρόνια ολοένα και περισσότερους απασχολεί η προσέγγιση της βιώσιμης ανάπτυξης. Ο πολιτικός και ο επιχειρηματικός κόσμος δίνουν ιδιαίτερη βαρύτητα στα 3 P's, δηλαδή, People, Planet and Profit (Άνθρωποι, Πλανήτης και Κέρδος), συνειδητοποιώντας ότι οι επιχειρηματικές δραστηριότητες τους επιδρούν σημαντικά όχι μόνο στην οικονομία αλλά και το περιβάλλον και την κοινωνία. Πιο συγκεκριμένα τα 3 P's αναλύονται ως εξής (Jeucken, 2001):

α) Οι άνθρωποι (κοινωνική αξία): δηλαδή η αξία και η ανάπτυξη των εργαζομένων, των πελατών, των προμηθευτών και των μη κυβερνητικών οργανώσεων (ΜΚΟ) σε ένα κοινωνικοοικονομικό πλαίσιο.

β) Ο πλανήτης (οικολογική αξία): δηλαδή ένα σταθερό επίπεδο χρήσης των φυσικών πόρων και επιβάρυνσης για το περιβάλλον, τώρα και στο μέλλον, σε τοπικό και παγκόσμιο επίπεδο.

γ) Το κέρδος (οικονομική αξία): δηλαδή το επίπεδο κέρδους που είναι αναγκαίο για τη διασφάλιση της συνέχειας για την παροχή υπηρεσιών από τον οργανισμό.

Ο επιχειρηματικός κόσμος λοιπόν δεν παραμένει αμέτοχος στα τεκταινόμενα λαμβάνοντας υπόψη του και τις τρεις παραπάνω συνιστώσες της βιώσιμης ανάπτυξης για να διαμορφωθεί ένα βιώσιμο μέλλον για τις κοινωνίες (Kolk&Tulder, 2009).

Η αειφόρος ή βιώσιμη ανάπτυξη έχει ως στόχο να δημιουργηθεί μια κοινωνία στην οποία δε θα γίνεται αλόγιστη χρήση των φυσικών πόρων. Η φιλοπεριβαλλοντική αυτή προσέγγιση αποσκοπεί στην κάλυψη των αναγκών του παρόντος χωρίς όμως να διακινδυνεύουν οι επόμενες γενιές να καλύψουν τις μελλοντικές τους ανάγκες. Όλα αυτά έχουν υιοθετηθεί στις ευρωπαϊκές πολιτικές, καθώς οι μη κυβερνητικές οργανώσεις (ΜΚΟ) πιέζουν να διαμορφωθεί μια περιβαλλοντική στρατηγική η οποία θα συμβάλει στην απασχόληση και τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας.

Το περιβάλλον και η οικονομία είναι δυο έννοιες στενά συνδεδεμένες οι οποίες δεν μπορούν πλέον να εξετάζονται μεμονωμένα. Η κυβέρνηση κάθε χώρας έχει ένα σημαντικό ρόλο να διαδραματίσει σε αυτό με τη χρήση διάφορων μέσων για την εσωτερική των περιβαλλοντικών επιπτώσεων στις τιμές της αγοράς. Προφανώς, η πιο βιώσιμη αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών θα ενθαρρύνει τις επιχειρήσεις να λάβουν αποφάσεις σχετικά με μια πιο βιώσιμη παραγωγή. Εκτός από αυτούς τους παράγοντες ώθησης (την κυβέρνηση) και έλξης (των καταναλωτών), οι επιχειρήσεις μπορούν επίσης να προωθήσουν οι ίδιες μια πιο βιώσιμη ανάπτυξη, επειδή μπορεί να έχουν τις δικές τους ιδεολογικές ανησυχίες ή για επαγγελματικούς λόγους για τους οποίους αγωνίζονται για την αειφορία (Wayne,2010).

Η σημερινή λοιπόν πραγματικότητα επιβάλλει στις επιχειρήσεις να προσπαθήσουν να μειώσουν τα λειτουργικά τους κόστη, να μεγιστοποιήσουν την απόδοση των πρώτων υλών, να προβούν σε ενέργειες ελέγχου ή περιορισμού όσο το δυνατόν των αποβλήτων τους, να μην κάνουν άσκοπη χρήση των ενεργειακών πόρων και τέλος να δημιουργούν φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα. Τα προηγούμενα πραγματοποιούνται στα πλαίσια της νέας περιβαλλοντικής πραγματικότητας ούτως ώστε να συμβάλλουν και αυτά σημαντικά στη βιώσιμη ανάπτυξη και τη διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος στο οποίο δραστηριοποιούνται (Stefanescu et al., 2012).

Προχωρώντας παραπέρα διαπιστώνεται ότι αντικειμενικός σκοπός της επιχείρησης δε θα πρέπει να είναι μόνο η οικονομική της μεγέθυνση, αλλά η δημιουργία αξίας όχι μόνο για τους μετόχους αλλά και για το ευρύτερο κοινωνικό σύνολο. Οι ενέργειες της θα πρέπει να στοχεύουν στην υιοθέτηση καλών επιχειρηματικών πρακτικών, στην ενίσχυση της εταιρικής της φήμης, στην δημιουργία ισχυρών σχέσεων με τους δυνητικούς ή τους μελλοντικούς πελάτες της και τη δημιουργία αναβαθμισμένων προϊόντων και υπηρεσιών. Από την άλλη πλευρά και στο εσωτερικό της επιχείρησης θα πρέπει υιοθετούνται οι σχετικοί κανόνες συμπεριφοράς ούτως ώστε να δημιουργούνται καλές συνθήκες εργασίας για τους εργαζόμενους και να υπάρχει ίση μεταχείριση τους (Wayne, 2010).

Επιπλέον, οι επιχειρήσεις στα πλαίσια της επιχειρηματικής στρατηγικής τους επικαλούνται στην αποστολή και στο όραμα τους όχι μόνο θέματα κερδοφορίας αλλά και τη θέληση τους για βιώσιμη ανάπτυξη, δημιουργώντας μια ισορροπία μεταξύ των οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών σκοπών τους. Επομένως, τα διοικητικά στελέχη των επιχειρήσεων παρόλο που δεν υπάρχει κάποιος κανονισμός που να επιβάλλει τέτοιου είδους ενέργειες μπορούν να είναι ευαισθητοποιημένα σε κοινωνικά και περιβαλλοντικά θέματα έτσι ώστε να δημιουργούν επιπρόσθετη αξία για όλους (Stefanescu et al., 2012).

Μια βιώσιμη επιχείρηση πρέπει να λάβει υπόψη τα συμφέροντα των μελλοντικών γενεών, τη βιοποικιλότητα, την προστασία των ζώων και των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, των επιπτώσεων του κύκλου ζωής, και αρχές όπως είναι η λογοδοσία, η διαφάνεια, η εκπαίδευση και η μάθηση (van Kleef & Roome, 2007).

1.2. Εταιρική κοινωνική ευθύνη

Η οικονομική ανάπτυξη που επικρατούσε τα τελευταία χρόνια και η ευημερία των περισσότερων επιχειρήσεων συντέλεσε στην αδιαφορία όχι μόνο για το φυσικό περιβάλλον αλλά και για τον ανθρώπινο παράγοντα. Ταυτόχρονα, επικρατούσε η αντίληψη ότι οι επιχειρήσεις είναι απρόσωπες και ότι δεν μπορούν να είναι κοινωνικά υπεύθυνες. Ωστόσο, η άποψη αυτή γρήγορα απορρίφθηκε καθώς οι περισσότερες επιχειρήσεις εξυπηρετούν κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς ρόλους και έτσι αναπτύχθηκε μια στρατηγική της ηθικής των επιχειρήσεων στο εσωτερικό και το εξωτερικό περιβάλλον τους (Stefanescu et al., 2012).

Είναι σαφές ότι στις επιχειρήσεις υπάρχουν διάφορες ομάδες τα αιτήματα των οποίων συγκρούονται μεταξύ τους, ωστόσο τα διοικητικά στελέχη θα πρέπει να εξυπηρετούν τα συμφέροντα όλων των εμπλεκόμενων μερών. Η ικανοποίηση λοιπόν όλων των ενδιαφερόμενων μερών είναι αδύνατη. Ας εξετάσουμε το παράδειγμα των τραπεζών όπου οι καταθέτες επιδιώκουν υψηλές αποδόσεις, αυτό όμως έχει ως αποτέλεσμα υψηλό κόστος για την τράπεζα. Από την άλλη πλευρά οι οφειλέτες επιθυμούν να λαμβάνουν δάνεια με το χαμηλότερο κόστος, όμως αυτό επηρεάζει αρνητικά την απόδοση της τράπεζας. Επιπλέον, οι ιδιοκτήτες της τράπεζας ενδιαφέρονται να κερδίζουν περισσότερα πληρώνοντας λιγότερα το οποίο συγκρατεί την ικανότητα της τράπεζας να παρέχει στο προσωπικό της λογικές παροχές. Επιπλέον, οι ρυθμιστικές αρχές εμπλέκονται στην μείωση των κινδύνων που μια τράπεζα μπορεί να λάβει για την απόκτηση και τη χρήση κεφαλαίων. Αυτό περιορίζει την ικανότητα της τράπεζας να ικανοποιεί τα υπόλοιπα ενδιαφερόμενα μέρη (Rebaietal., 2012).

Το συνεχώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις επιβάλλει την ενεργοποίησή τους με το να συμπεριλάβουν στις καθημερινές δραστηριότητές τους ενέργειες 'Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης' (ΕΚΕ). Λόγω του ότι η έννοια της ΕΚΕ είναι σύνθετη δεν υπάρχει ένας κοινά αποδεκτός ορισμός σε παγκόσμιο επίπεδο. Έτσι οι οργανισμοί έχουν διατυπώσει τους δικούς τους ορισμούς ανάλογα με τις προτεραιότητες που θέτουν για τα διάφορα ζητήματα που τις απασχολούν (Stefanescu et al., 2012).

Στην Πράσινη Βίβλο η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ορίζει την ΕΚΕ ως μια ιδέα σύμφωνα με την οποία οι επιχειρήσεις ενοποιούν το κοινωνικό και περιβαλλοντικό ενδιαφέρον στις επιχειρηματικές λειτουργίες τους και αλληλεπιδρούν με τα ενδιαφερόμενα μέλη σε εθελοντική βάση (European Commission, 2012).

Κατά το διεθνή μη κερδοσκοπικό οργανισμό BSR, ως ΕΚΕ ορίζεται «η δυνατότητα μιας επιχείρησης να διασφαλίζει συνεχιζόμενη βιωσιμότητα και ικανοποιητική κερδοφορία, λειτουργώντας με τρόπους που τιμούν τις ηθικές αξίες και σέβονται τους εργαζόμενους, τις τοπικές κοινωνίες και το φυσικό περιβάλλον. Το σύνολο των πολιτικών, πρακτικών και προγραμμάτων της ΕΚΕ είναι ενσωματωμένο στις επιχειρησιακές διαδικασίες, στις αλυσίδες ανεφοδιασμού και στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων σε ολόκληρη την επιχείρηση και περιλαμβάνει την ευθύνη για τις τρέχουσες και παλαιότερες ενέργειες, καθώς επίσης και για τις μελλοντικές τις δράσεις»¹.

Το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη έχει αποδώσει τον εξής ορισμό: «Εταιρική Υπευθυνότητα είναι η οικειοθελής δέσμευση των επιχειρήσεων, για ένταξη στις επιχειρηματικές τους πρακτικές κοινωνικών και περιβαλλοντικών δράσεων, που είναι πέρα και πάνω από όσα επιβάλλονται από

¹www.bsr.org/

την τρέχουσα νομοθεσία και έχουν σχέση με όλους όσους επηρεάζονται από τις εκάστοτε δραστηριότητές τους, με στόχο την ισόρροπη επίτευξη κερδοφορίας και βιώσιμης ανάπτυξης»².

Επιπρόσθετα, ο ορισμός της ΕΚΕ δίνεται από το μοντέλο της Carroll (1991) που αναφέρεται σε τέσσερα είδη κοινωνικών υποχρεώσεων που αποτελούν, την οικονομική ευθύνη του κέρδους, τη νομική ευθύνη της εταιρείας να συμμορφώνεται με τους νόμους, την ηθική της υποχρέωση να ενεργεί στις κοινωνικές τάξεις, αν και δεν είναι νομοθετικά κατοχυρωμένο και τέλος, τη φιλανθρωπική της ευθύνη να προωθεί ενέργειες που συμβάλλουν στην προώθηση της κοινωνικής πρόνοιας. Λαμβάνοντας υπόψη τα χαρακτηριστικά των σύγχρονων κοινωνιών, ο στόχος της ΕΚΕ επεκτείνεται στη δημιουργία μιας δυναμικής ανταγωνιστικής και συνεκτικής οικονομίας που βασίζεται στη γνώση.

Οι περισσότερες επιχειρήσεις λοιπόν ανταποκρίθηκαν στις ανησυχίες των τελευταίων καιρών και ενσωμάτωσαν ενέργειες ΕΚΕ στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες διαθέτοντας περισσότερους πόρους σε αυτές. Οι ενέργειες ΕΚΕ θεωρήθηκαν από πολλούς ως μια προληπτική επιχειρηματική στρατηγική, ένα αποτελεσματικό εργαλείο μάρκετινγκ το οποίο θα συμβάλλει στη δημιουργία και διατήρηση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Επομένως, η κοινωνική ευθύνη δεν αποτελεί άσκοπη σπατάλη των χρημάτων της επιχείρησης, αλλά αποτελεί μια μακροπρόθεσμη επένδυση. Για αυτόν τον λόγο κρίνεται σκόπιμο να διαχωρίζεται η βραχυπρόθεσμη στρατηγική από τη μακροπρόθεσμη στρατηγική ΕΚΕ καθώς μεμονωμένες ενέργειες όπως είναι οι δωρεές και οι χορηγίες χρημάτων δεν αποτελούν αποτελεσματικές επιχειρηματικές στρατηγικές. Έτσι θα πρέπει να θέτονται από την επιχείρηση προτεραιότητες όσον αφορά τα θέματα τα οποία θα στοχεύσουν, να προσδιορίζονται τα ενδιαφερόμενα μέλη και να συστήνονται οι αντίστοιχες ομάδες εργασίας με έναν υπεύθυνο εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Έτσι οι δεσμεύσεις της επιχείρησης για κοινωνικά και περιβαλλοντικά θέματα θα πρέπει να σχεδιάζονται προσεκτικά, να επιβλέπονται, να εκτιμούνται τακτικά και τέλος να δημοσιοποιούνται. Η επικοινωνία αυτή μπορεί να πραγματοποιηθεί μέσω των κοινωνικών και θεματικών απολογισμών, τους κώδικες δεοντολογίας, την πληροφόρηση μέσω του διαδικτύου, τη διαβούλευση με διάφορους εμπλεκόμενους φορείς, την εσωτερική επικοινωνία, τα βραβεία, τις εκδηλώσεις κ.α. (Uslu et al., 2015).

Ωστόσο, σε ορισμένες εταιρείες, η διοίκηση τους αντιστάθηκε, υποστηρίζοντας ότι οι πρόσθετες επενδύσεις ΕΚΕ δεν συνάδουν με τις προσπάθειες για τη μεγιστοποίηση των κερδών. Επίσης, το γεγονός ότι δεν υπάρχει ένα οργανωμένο θεσμικό πλαίσιο από τον κρατικό μηχανισμό για την εφαρμογή δράσεων ΕΚΕ οδηγεί πολλούς στο να υποστηρίζουν ότι όλα αυτά είναι δημιούργημα του σύγχρονου μάρκετινγκ (Lin et al., 2009).

Παρόλα ταύτα δε θα πρέπει να αγνοηθούν τα πλεονεκτήματα που προκύπτουν από την εφαρμογή δράσεων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Τα επιχειρηματικά πλεονεκτήματα που έχουν αποδειχθεί από την εφαρμογή της ΕΚΕ είναι τα ακόλουθα (Weber, 2008):

²<http://csrhellas.eu/>

1. Έχει θετικές επιδράσεις στην εικόνα και στη φήμη της επιχείρησης. Τόσο η εικόνα όσο και η φήμη μιας επιχείρησης αποτελούν τα μη απτά περιουσιακά στοιχεία ωστόσο είναι πολύ σημαντικά καθώς επηρεάζουν την ανταγωνιστικότητά της. Πιο συγκεκριμένα, η εικόνα μιας επιχείρησης μπορεί να αλλάξει σχετικά γρήγορα ενώ η φήμη εξελίσσεται με την πάροδο του χρόνου και επηρεάζεται από τη απόδοση και την επικοινωνία όλων των χρόνων λειτουργίας της.

2. Ένας από τους βασικούς πυλώνες στους οποίους μπορεί να εφαρμοστεί η ΕΚΕ όπως διαπιστώνεται παρακάτω είναι και ο άνθρωπος και πιο συγκεκριμένα το ανθρώπινο δυναμικό. Η ΕΚΕ έχει θετική επίδραση στην κινητοποίηση των εργαζομένων, στη διατήρηση και τη στρατολόγηση ικανών εργαζομένων και διοικητικών στελεχών. Αυτό από τη μια μεριά μπορεί να οφείλεται στη καλυτέρευση της φήμης της επιχείρησης καθώς η διατήρηση της φήμης τόσο της ίδιας της επιχείρησης όσο και των διοικητικών στελεχών της συμβάλει στη διατήρηση των πωλήσεων και των κερδών τους.

3. Η εξοικονόμηση του κόστους αναφέρεται πολύ συχνά όταν εξετάζεται η βιωσιμότητα. Η εξοικονόμηση αυτή προκύπτει από το γεγονός ότι βελτιώνονται οι επαφές με τα ενδιαφερόμενα μέλη ή αυξάνεται η πιθανότητα για εύρεση κεφαλαίων σε περίπτωση που οι επενδυτές είναι πιο ευαισθητοποιημένοι σε κοινωνικά και περιβαλλοντικά θέματα.

4. Η αύξηση των εσόδων από υψηλότερες πωλήσεις και το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς. Η αύξηση των πωλήσεων που προέρχεται από την υιοθέτηση ενεργειών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης επιτυγχάνεται έμμεσα καθώς βελτιώνεται η εικόνα της επιχείρησης αλλά και άμεσα από ένα προϊόν που είναι διαμορφωμένο λαμβάνοντας υπόψη την ΕΚΕ.

5. Η μείωση του κινδύνου που σχετίζεται με την ΕΚΕ ή η διαχείριση του. Η ΕΚΕ μπορεί να χρησιμοποιηθεί σαν ένας τρόπος να μειωθούν ή να διαχειρισθούν κίνδυνοι όπως είναι ο αρνητικός τύπος ή η δυσαρέσκεια των καταναλωτών και το μποϊκοτάρισμα των προϊόντων από τις μη κυβερνητικές οργανώσεις.

1.3 Τομείς εφαρμογής δράσεων Εταιρικής κοινωνικής Ευθύνης

Η ΕΚΕ μπορεί να κατηγοριοποιηθεί σε εσωτερική και εξωτερική. Πιο συγκεκριμένα οι τομείς εφαρμογής των δράσεων ΕΚΕ αναφέρονται σε εκείνους που αφορούν το εσωτερικό της επιχείρησης και σε εκείνους που αφορούν το εξωτερικό της περιβάλλον³. Πιο συγκεκριμένα τα προγράμματα δράσης που αφορούν το εσωτερικό της επιχείρησης σχετίζονται με τη διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού, την υγιεινή και ασφάλεια στην εργασία, την προστασία του περιβάλλοντος και των φυσικών πόρων. Από την άλλη η εξωτερική διάσταση αναφέρεται στην κοινωνία, στους προμηθευτές, τους πελάτες και τα ενδιαφερόμενα μέρη. Παρακάτω αναλύονται το ανθρώπινο δυναμικό, η κοινωνία και η αγορά (Sarkar, 2013).

³<http://ec.europa.eu/cip/>

Ανθρώπινο Δυναμικό

Μια από τις προκλήσεις της διοίκησης ανθρώπινου δυναμικού είναι να εξασφαλίσει ένα κατάλληλο εργασιακό περιβάλλον για τους εργαζόμενους. Αυτό αφορά την υγιεινή και ασφάλεια των εργαζομένων που ακόμα και στις μέρες μας δεν υιοθετείται πάντοτε από τους εργοδότες.

Το άριστο εργασιακό περιβάλλον περιλαμβάνει εκτός από το παραπάνω και ένα δίκαιο σύστημα αμοιβών και παροχών για τους εργαζόμενους. Επίσης, η επιχείρηση θα πρέπει να υιοθετεί ένα σύστημα επιβράβευσης για το ανθρώπινο δυναμικό της γεγονός που συνεπάγεται όχι μόνο χρηματικές παροχές αλλά και κοινωνικά κίνητρα όπως η ηθική αναγνώριση. Πέρα από αυτά που προβλέπονται από το νόμο θα πρέπει να παρέχονται από την επιχείρηση διευκολύνσεις και για το προσωπικό και για τις οικογένειες τους⁴. Πολλές επιχειρήσεις προκειμένου να διατηρήσουν και να αναπτύξουν τα στελέχη τους τις τεχνικές δεξιότητες και ικανότητες τους χρηματοδοτούν σεμινάρια κατάρτισης ακόμα και μεταπτυχιακές σπουδές. Με αυτόν τον τρόπο οι επιχειρήσεις συμβάλλουν στην επαγγελματικής εξέλιξη των στελεχών τους, στη συμμετοχή τους σε προγράμματα δια βίου μάθησης αποτελώντας στην ουσία πραγματική επένδυση για αυτές (Μιοαεταλ., 2014).

Η διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού θα πρέπει να δημιουργήσει ένα σύστημα προσέλκυσης κατάλληλων υποψηφίων για την επιχείρηση. Επομένως, ο σχεδιασμός της κατάλληλης πολιτικής εντοπισμού, προσέλκυσης και διατήρησης τους είναι σημαντικής σημασίας. Η φιλοσοφία της επιχείρησης θα πρέπει να είναι προσανατολισμένη στο να δίνει ίσες ευκαιρίες για απασχόληση αλλά και περαιτέρω ανάπτυξη τόσο στα άτομα τα οποία επιθυμούν να ακολουθήσουν καριέρα σε αυτήν όσο και τους υπαλλήλους που ήδη εργάζονται σε αυτήν. Οι ίσες ευκαιρίες θα πρέπει να παρέχονται σε όλους ανεξάρτητα από το φύλο, την εθνικότητα ή αν ανήκουν σε κάποια ευάλωτη κοινωνική ομάδα.

Επιπλέον, μέσα στα πλαίσια του εργασιακού κλίματος δε θα πρέπει να αγνοηθεί από την πλευρά της επιχείρησης η προσπάθεια για εναρμόνιση της επαγγελματικής με της προσωπικής ζωής των εργαζομένων της. Έτσι οι εργαζόμενοι είναι σε θέση να διαχειρίζονται το άγχος τους, να μην εμφανίζουν το σύνδρομο της επαγγελματικής εξουθένωσης και γενικά να μην μεταφέρουν τα προβλήματα τους στην οικογένεια τους (Μιοαεταλ., 2014).

Σε συνδυασμό με τα προηγούμενα θα πρέπει να ενισχύεται ο κοινωνικός διάλογος μεταξύ των εκπροσώπων των εργαζομένων με τη διοίκηση προκειμένου να προασπίζονται τα δικαιώματά τους σε συλλογικό επίπεδο. Όταν οι επιχειρήσεις λοιπόν είναι κοινωνικά υπεύθυνες απέναντι στους εργαζόμενους τους, οι τελευταίοι αισθάνονται μέλη του οργανισμού στον οποίο απασχολούνται, γίνονται πιο αποδοτικοί, αναπτύσσουν τα ταλέντα τους και έτσι εξασφαλίζεται όχι μόνο η εύρυθμη λειτουργία τους αλλά ενισχύεται σημαντικά και η εταιρική τους εικόνα (Μιοαεταλ., 2014).

⁴<http://ec.europa.eu/cip/>

Κοινωνία

Όταν αναφερόμαστε για ευθύνη των επιχειρήσεων απέναντι στην κοινωνία εννοούμε την ευθύνη που ενδεχόμενα έχει η επιχείρηση να αναλαμβάνει πρωτοβουλίες που προασπίζουν τα συμφέροντα της τοπικής κοινότητας. Πιο συγκεκριμένα, αυτό επιτυγχάνεται μέσω της επένδυσης πόρων σε συνεργασία με άλλους φορείς για συγκεκριμένους σκοπούς. Επιπρόσθετα, θα πρέπει να παρέχονται φιλανθρωπίες και χορηγίες προς την κοινότητα προκειμένου να χρηματοδοτούνται συγκεκριμένες δράσεις. Όπως για παράδειγμα, να συμβάλουν στην ανάπτυξη της παιδείας, μέσω της συνεργασίας με σχολεία, της ενημέρωσης των μαθητών για καθημερινά ζητήματα και προβλήματα και της χορήγησης υποτροφιών. Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να συμβάλλουν στην ενίσχυση των τοπικών οικονομιών μέσω της δημιουργίας θέσεων εργασίας και την παροχή ίσων ευκαιριών για όλους, αλλά και με την αγορά πρώτων υλών από τους τοπικούς προμηθευτές. Επίσης, θα πρέπει να συμβάλουν στην προστασία του τοπικού φυσικού περιβάλλοντος μέσω της αποφυγής επιπρόσθετης ρύπανσης λόγω των εργασιών τους. Ιδιαίτερα σε περιόδους κρίσεων η κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων κρίνεται απαραίτητη καθώς δε θα πρέπει να προβαίνουν σε μαζικές απολύσεις, αλλά να βρίσκουν τρόπους να απασχολούν τους εργαζομένους, είτε μειώνοντας το ωράριο εργασίας τους, είτε μειώνοντας την αμοιβή τους. Συμπερασματικά, οι επιχειρήσεις πρέπει να δίνουν βαρύτητα στις τοπικές κοινωνίες προωθώντας το διάλογο μεταξύ τους και λαμβάνοντας υπόψη τις προτάσεις και παρατηρήσεις τους. Επίσης, να βοηθούν στην οικονομική ανάπτυξη δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας, να συμβάλλουν στην βελτίωση της ποιότητας ζωής μέσω οργανωμένων δράσεων, να αγοράζουν προϊόντα από τοπικούς προμηθευτές και τέλος να ενισχύουν τη συμμετοχή των πολιτών σε διάφορα εθελοντικά προγράμματα. (Οδηγός Ε.Κ.Ε για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, 2008)

Αγορά

Η ευθύνη των επιχειρήσεων που σχετίζεται με την αγορά έχει να κάνει κυρίως με την αλυσίδα εφοδιασμού και τη διαχείριση των προϊόντων τους. Το πρώτο αναφέρεται στις σχέσεις με τους προμηθευτές καθορίζοντας υψηλά πρότυπα ποιότητας όσον αφορά την παραγωγή των προϊόντων τους. Το δεύτερο αφορά στην παραγωγή αξιόπιστων και ποιοτικών προϊόντων τα οποία δεν εμπεριέχουν κινδύνους για τους καταναλωτές. Επίσης, οι επιχειρήσεις πρέπει να ενημερώνουν το ευρύ κοινό σχετικά με τα προϊόντα τους και την ασφαλή και σωστή χρήση τους (Μίοραetal., 2014).

1.4 Ιστορική εξέλιξη εταιρικής κοινωνικής ευθύνης

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, σύμφυτη με τον άνθρωπο υπό την ευρύτερη έννοια του πολιτικού και συνακόλουθα κοινωνικού όντος, δεν αποτελεί ανακάλυψη των τελευταίων αιώνων. Διατρέχοντας το χώρο και το χρόνο, συναντάμε πρακτικές ΕΚΕ που εφαρμόστηκαν έχοντας τελείως διαφορετική μορφή από ότι έχουν σήμερα. Έτσι, σε αρχαία ινδουιστικά, ισλαμικά και βουδιστικά κείμενα περιλαμβάνονται παραινέσεις για την τοκογλυφία, καθώς και για τη φορολόγηση του πλούτου (Wayne, 2010) ενώ οι πρώτοι

νόμοι για την προστασία των δασών , περιορισμοί στις υλοτομικές δραστηριότητες, απαντώνται περίπου 5000 χρόνια πριν. Στην αρχαία Μεσοποταμία, του 1700 Π.Χ. ο βασιλιάς Χαμουραμί θέσπισε έναν κώδικα σύμφωνα με τον οποίο οι κατασκευαστές και οι ιδιοκτήτες γεωργικών και κτηνοτροφικών εκτάσεων καταδικάζονταν σε θάνατο, σε περίπτωση που η δική τους αμέλεια προκαλούσε το θάνατο κάποιου άλλου ή σοβαρή αναστάτωση στη ζωή της τοπικής κοινωνίας. Στην αρχαία Ρώμη, οι γερουσιαστές επέβαλαν σοβαρές κυρώσεις σε όσες επιχειρήσεις αποτύγχαναν να συμβάλλουν επαρκώς στη χρηματοδότηση στρατιωτικών εκστρατειών, μέσω της πληρωμής φόρου.

Ουσιαστικά τομή , ωστόσο , στην ιστορία της Ε.Κ.Ε. και , σύμφωνα με μια άποψη , η απαρχή της σημειώθηκε στις αρχές του 17ου αιώνα όταν μια προτεστάντικη αιρετική κίνηση οι «κουακέροι» (Quakers) απαγόρευαν στα μέλη τους από το να αγοράζουν ή να πουλάνε ανθρώπους, σε περίοδο μάλιστα που το δουλεμπόριο ήταν μια συνηθισμένη δραστηριότητα.

Η αξία της συγκεκριμένης απαγόρευσης είναι ανυπολόγιστη, καθώς δεν περιορίζεται στην αποκατάσταση της προκληθείσας υλικής ζημιάς αλλά σφυρηλατεί την απαρχή της αναγνώρισης και προστασίας της ανθρώπινης ζωής και αξιοπρέπειας

Η ραγδαία ανάπτυξη της βιομηχανίας , από το 18ο αιώνα , και η πυρετώδης επιχειρηματική δραστηριότητα που σημειώθηκε , επέφερε συνέπειες αρνητικές τόσο στην κοινωνία όσο και στο περιβάλλον. Πιστές απεικονίσεις της διαμορφωθείσας κατάστασης περιγράφονται στο έργο πολλών συγγραφέων με προεξέχοντα το Κάρολο Ντίκενς , όπου καταδεικνύονται τόσο η καταπάτηση των εργασιακών δικαιωμάτων (εργασιακό ωράριο, συνθήκες εργασίας) όσο και η μόλυνση του περιβάλλοντος (υδάτινων πόρων , έδαφος , αέρας) . Εύλογα , λοιπόν ξεκινούν στις αρχές της δεκαετίας του 1920 οι πρώτες συζητήσεις σχετικά με τις κοινωνικές ευθύνες των επιχειρήσεων και άρχισε να δομείται ένα αρχικό πλαίσιο για την ΕΚΕ. Όμως, επίσημα ο όρος της ΕΚΕ πρωτοεμφανίστηκε το 1953, στο βιβλίο – ορόσημο του HowardR. Bowen «SocialResponsibilitiesoftheBusinessmen». Η ιδέα της ΕΚΕ υποστηρίχθηκε και ενδυναμώθηκε ακόμα περισσότερο κατά τη δεκαετία του 1960, σε συνδυασμό με το περιβαλλοντικό και καταναλωτικό κίνημα (Wayne , 2010).

Το 1970 ήταν η δεκαετία κατά την οποία η έννοια της ΕΚΕ έγινε ευρέως αποδεκτή από τον επιχειρηματικό κόσμο, με την αναγνώριση των οικονομικών, νομικών, περιβαλλοντικών και ηθικών τους ευθυνών απέναντι στην κοινωνία. Το 1980 εφαρμόστηκαν τα πρώτα συστήματα διαχείρισης της ποιότητας και εισήχθησαν οι πρώτοι κανονισμοί για την φροντίδα, την υγιεινή και την ασφάλεια στους χώρους εργασίας. Κατά τη δεκαετία του 1990, η ΕΚΕ θεσμοθετήθηκε με την εφαρμογή προτύπων, όπως το ISO 14001 και SA 8000 (Wayne , 2010).

Το 1995, υπεγράφη στο Λονδίνο, από Ευρωπαίους επιχειρηματίες και Διευθυντές επιχειρήσεων, η «Ευρωπαϊκή Διακήρυξη των Επιχειρήσεων κατά του Κοινωνικού Αποκλεισμού», με στόχο την προαγωγή

της εταιρικής υπευθυνότητας και ακολούθησε η δημιουργία του Ευρωπαϊκού Δικτύου Επιχειρήσεων για την Κοινωνική Συνοχή (EuropeanBusinessNetworkforSocialCohesion – EBNSC) με έδρα τις Βρυξέλλες. Αποστολή του Δικτύου είναι να στηρίζει τις επιχειρήσεις να επιτυγχάνουν κέρδος, βιώσιμη ανάπτυξη και ανθρώπινη πρόοδο, ενσωματώνοντας την ΕΚΕ στον πυρήνα της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας. Το Ευρωπαϊκό Δίκτυο αριθμεί σήμερα 75 μέλη – πολυεθνικές εταιρείες και 27 εθνικούς αντιπροσώπους, μέσω των οποίων φτάνει τις 2000 επιχειρήσεις σε όλη την Ευρώπη. Το Ευρωπαϊκό Δίκτυο υποστηρίζει ενεργά τη δημιουργία αντίστοιχων Δικτύων σε τοπικό επίπεδο (www.csreurope.org).

Σε διεθνές επίπεδο, το 1999, στο διεθνές φόρουμ του Νταβός, συζητείται για πρώτη φορά η πρωτοβουλία του Γενικού Γραμματέα του ΟΗΕ, KofiAnnan , περί κώδικα συμπεριφοράς των επιχειρήσεων. Με τον κώδικα αυτό ο KofiAnnan ζήτησε από πολυεθνικές κυρίως εταιρείες του ιδιωτικού τομέα, αλλά και επιλεγμένες ΜΚΟ, να δημιουργήσουν ένα πλαίσιο αναφοράς της κοινωνικής ευθύνης στην παγκόσμια οικονομία, σηματοδοτώντας την αναγκαιότητα υπεύθυνης επιχειρηματικής δραστηριότητας σε παγκόσμιο επίπεδο. Έτσι αναπτύχθηκε ένα παγκόσμιο δίκτυο επιχειρήσεων και οργανισμών για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη με την ονομασία «Οικουμενικού Συμφώνου» GlobalCompact. Το δίκτυο αυτό ξεπερνά τις 80 χώρες και τα 2000 μέλη και όταν μια εταιρεία ή οργανισμός γίνεται μέλος σε αυτό υποχρεούται κάθε έτος να παρουσιάζει έναν ετήσιο κοινωνικό απολογισμό. Πρόκειται για μια συνεχή διαδικασία αξιολόγησης σύμφωνα με την οποία γίνονται πράξη 10 παγκόσμιες αρχές (10 Universalprinciples):

1. Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να στηρίζουν και να σέβονται την προστασία των διεθνώς διακηρυγμένων ανθρώπινων δικαιωμάτων.
2. Οι επιχειρήσεις οφείλουν να διασφαλίζουν ότι δεν συνεργούν σε καταπατήσεις ανθρωπίνων δικαιωμάτων.
3. Οι επιχειρήσεις οφείλουν να προασπίζουν την ελευθερία του συνδικαλιζέσθαι και την αποτελεσματική αναγνώριση του δικαιώματος για συλλογικές διαπραγματεύσεις.
4. Οι επιχειρήσεις οφείλουν να προασπίζουν την εξάλειψη κάθε μορφής καταναγκαστικής ή υποχρεωτικής εργασίας.
5. Οι επιχειρήσεις οφείλουν να προασπίζουν την ουσιαστική κατάργηση της παιδικής εργασίας.
6. Οι επιχειρήσεις οφείλουν να προασπίζουν την εξάλειψη των διακρίσεων σε σχέση με τις προσλήψεις και την απασχόληση.
7. Οι επιχειρήσεις οφείλουν να υποστηρίζουν μια προληπτική προσέγγιση ως προς τις περιβαλλοντικές προκλήσεις.
8. Οι επιχειρήσεις οφείλουν να αναλαμβάνουν πρωτοβουλίες για την προώθηση μεγαλύτερης περιβαλλοντικής υπευθυνότητας.
9. Οι επιχειρήσεις οφείλουν να ενθαρρύνουν την ανάπτυξη και διάδοση φιλικών προς το περιβάλλον τεχνολογιών.

10. Οι επιχειρήσεις οφείλουν να αντιτίθενται σε κάθε μορφής διαφθορά, συμπεριλαμβανομένων του εκβιασμού και της δωροδοκίας (www.unglobalcompact.org).

Το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο, στη Σύνοδο Κορυφής που πραγματοποιήθηκε το Μάρτιο του 2000 στη Λισσαβόνα, έθεσε ως στρατηγικό στόχο να γίνει η Ευρώπη έως το 2010 «η ανταγωνιστικότερη και δυναμικότερη οικονομία της γνώσης ανά την υφήλιο, ικανή για βιώσιμη ανάπτυξη, με περισσότερες και καλύτερες θέσεις εργασίας και με μεγαλύτερη κοινωνική συνοχή». Για την υλοποίηση αυτού του οράματος, το CSR Europe σε συνεργασία με άλλους Οργανισμούς, εργάστηκε για την προώθηση της ευρωπαϊκής επιχειρησιακής εκστρατείας για την ΕΚΕ, με στόχο να κινητοποιήσει 500.000 επιχειρηματίες να ενσωματώσουν την ΕΚΕ στην επιχειρησιακή τους στρατηγική έως το 2005.

Τον Ιούλιο του 2001, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή παρουσιάζει την «Πράσινη Βίβλο», προωθώντας το επίσημο πλαίσιο για την ΕΚΕ, ενώ το Νοέμβριο του ίδιου έτους, πραγματοποιήθηκε στην Αθήνα το πρώτο Πανευρωπαϊκό Συνέδριο για την ΕΚΕ, που στόχο είχε τόσο την ευρύτερη διάδοση της έννοιας της ΕΚΕ, όσο και τη διευκρίνιση και παροχή απαντήσεων σε κρίσιμα ερωτήματα που απασχολούσαν την επιχειρηματική κοινότητα. Επίσης τον Οκτώβριο του 2001, ιδρύθηκε το «Πολυμελές Φόρουμ της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την ΕΚΕ» (EuropeanMulti – StakeholderForum), για περαιτέρω εξέταση, διαβούλευση και παρουσίαση προς την Ε.Ε προτάσεων για την προώθηση της καινοτομίας, της διαφάνειας και της σύγκλισης των εργαλείων και πρακτικών ΕΚΕ (www.csreurope.org) .

Το 2002 ήταν μια καθοριστική χρονιά για την εξέλιξη της ΕΚΕ καθώς το Κογκρέσο των Ηνωμένων Πολιτειών Αμερικής ψήφισε το νόμο Sarbanes – Oxley (SOX) . Αφορμή ήταν τα κατά κύριο λόγο τα εταιρικά και λογιστικά σκάνδαλα της Enron , της TycoInternational και της WordCom. Τα πιο πάνω σκάνδαλα στοίχισαν δισεκατομμύρια δολάρια στους επενδυτές καθώς οι τιμές των μετοχών κατέρρευσαν και ταυτόχρονα τίναξαν την εμπιστοσύνη στην αγορά τίτλων . Σκοπός ήταν η αποτροπή παρόμοιων οικονομικών εγκλημάτων καθώς με το νόμο Sarbanes – Oxley τα ανώτερα στελέχη παίρνουν τη μεμονωμένη ευθύνη για την ακρίβεια και την πληρότητα των εταιρικών οικονομικών εκθέσεων . Επίσης αύξησε τον εποπτικό ρόλο των εταιρικών επιτροπών λογιστικού ελέγχου αλλά και των ανεξάρτητων εξωτερικών ελεγκτών και διευκρίνισε την ευθύνη των ανώτερων υπαλλήλων για την ακρίβεια και την ισχύ των εταιρικών οικονομικών εκθέσεων . Ακόμη οι ποινικές ρήτρες για ψευδή οικονομική δραστηριότητα έγιναν αυστηρότερες.

Καθώς έγινε αντιληπτό ότι χρειάζονται αυστηρότεροι οικονομικοί νόμοι , κανονισμοί τύπου (SOX) θεσπίστηκαν στη συνέχεια και σε άλλες χώρες όπως Καναδά (2002), Γερμανία (2002) , Νότια Αφρική (2002) , Γαλλία (2003) κ.α. (Kuschnik ,2008). Στις 25 Μαΐου 2006 μετά από δικαστικό αγώνα τεσσάρων και πλέον ετών οι διευθύνοντες σύμβουλοι της εταιρείας καταδικάστηκαν για οικονομικές απάτες. Ήταν τέτοιο το μέγεθος της εταιρείας και του οικονομικού σκανδάλου, που συγκλόνησε την αμερικάνικη κοινωνία ώστε έπρεπε να παρθούν άμεσα κάποια μέτρα. Έτσι, το Κογκρέσο πέρασε το διαβόητο νόμο Sarbanes-

Oxley (SOX) . Ήταν ουσιαστικά η πρώτη νομοθετική προσπάθεια για να γίνουν οι επιχειρήσεις πιο ηθικές και κοινωνικά υπεύθυνες (Coates , 2007).

Η ευαισθητοποίηση των πολιτών, τουλάχιστον στις αναπτυγμένες χώρες, όσον αφορά κοινωνικά και περιβαλλοντικά θέματα εντείνει και την απαίτηση για αύξηση της κοινωνικής συνεισφοράς των επιχειρήσεων. Όπως αναφέρθηκε και στο προηγούμενο υποκεφάλαιο, η ΕΚΕ έχει πλέον γίνει σημαντικό θέμα όσον αφορά τις σχέσεις επιχειρήσεων με την κοινωνία και την πολιτεία. Σε ακαδημαϊκό επίπεδο, ένα πλήθος εργασιών έχουν δημοσιευθεί διεθνώς που αναλύουν σε βάθος το φλέγον αυτό ζήτημα. Μεταξύ άλλων, πρόσφατα έχει διατυπωθεί η άποψη ότι οι επιχειρήσεις πρέπει συνεχώς να λαμβάνουν υπόψη ότι η οικονομική ύφεση αποτελεί βραχυπρόθεσμο φαινόμενο, ενώ οι δράσεις ΕΚΕ που στοχεύουν στην μακροπρόθεσμη ευημερία προσδίδουν μακροπρόθεσμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στις εταιρίες που τις αναλαμβάνουν. Άρα, όσες εταιρίες καταφέρουν και κρατήσουν ανέπαφες ή και αναπτύξουν καινούριες ολοκληρωμένες δράσεις ΕΚΕ, στο πλαίσιο μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής, σίγουρα θα αποκομίσουν μελλοντικά οφέλη στον οικονομικό, αλλά και στον κοινωνικό στίβο (Αυλώνας 2009).

Η βιβλιογραφία παραθέτει μια σειρά κινήτρων για την συνέχιση και ενίσχυση των προγραμμάτων ΕΚΕ από τις εταιρίες, που όμως προϋποθέτουν την κατανόηση ότι οι ενέργειες αυτές αποτελούν επένδυση και όχι έξοδα. Πιο συγκεκριμένα σε περίοδο βαθιάς οικονομικής κρίσης όπως η σημερινή, η κοινωνία και τα διάφορα ενδιαφερόμενα μέρη, ανησυχούν περισσότερο για οικονομικά και κοινωνικά προβλήματα. Στο γενικότερο αυτό πνεύμα ανησυχίας οι καταναλωτές δεν ξέρουν πια εταιρεία να εμπιστευθούν. Έτσι οι εταιρίες που υιοθετούν προγράμματα ΕΚΕ σίγουρα αποκτούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (Ζαγλαρά 2010).

Οι μεγάλες πολυεθνικές εταιρίες φαίνεται να διαγωνίζονται το πρόβλημα της σωστής εφαρμογής των αρχών της ΕΚΕ, μιας και με τη δομή των συστημάτων που υιοθετούν και την μυωπική προσέγγιση τους για την ΕΚΕ οδηγούνται σε τεχνοκρατικές λύσεις με αποκλειστικό σκοπό το κέρδος. Είναι στο χέρι των μικρών σε μέγεθος εταιρειών να έχουν έμπνευση και να καινοτομήσουν. Εξάλλου είναι πολύ πιο κοντά σε ανθρώπους που παράγουν και καταναλώνουν προϊόντα από ότι οι πολυεθνικές εταιρίες (Doane, 2004).

Μεγάλο ενδιαφέρον για την ΕΚΕ παρουσιάζεται στην Μεγάλη Βρετανία. Όλο και περισσότεροι επενδυτές απαιτούν να ξέρουν σε τι δραστηριότητες επενδύονται τα χρήματά τους. Επίσης η δύναμη των μεσαζόντων που ενδιαφέρονται για ΕΚΕ όλο και αυξάνεται. Θα πρέπει να αναφέρουμε ότι μεγάλα ασφαλιστικά ταμεία, προτίθενται να επενδύσουν τα αποθεματικά τους σε δραστηριότητες που έχουν άμεση σχέση με την ΕΚΕ. Τέλος το πώς οι εταιρίες διαχειρίζονται προβλήματα ηθικά, κοινωνικά και περιβαλλοντικά είναι στην πολιτική ατζέντα της κυβέρνησης της Αγγλίας (Friedman, 2001).

1.5 Εταιρική κοινωνική ευθύνη και Περιβάλλον

Ένας ακόμα τομέας εφαρμογής της ΕΚΕ είναι και το περιβάλλον καθώς μεγάλη πλειοψηφία επιχειρήσεων δείχνει έντονο ενδιαφέρον για αυτό, λόγω του ότι οι καταναλωτές είναι περισσότερο οικολογικά ευαισθητοποιημένοι. Στα πλαίσια του τομέα 'περιβάλλον' οι επιχειρήσεις υιοθετούν εθελοντικά πρακτικές και ενέργειες για να το προστατέψουν. Ακόμα και οι ίδιοι οι καταναλωτές είναι πιο συνειδητοποιημένοι και προτιμούν να αγοράζουν προϊόντα τα οποία είναι φιλικά προς το περιβάλλον ακόμα και αν είναι ακριβότερα και προτιμούν να συναλλάσσονται με επιχειρήσεις που υιοθετούν τέτοιου είδους μέτρα (Lyon&Maxwell, 2008).

Σήμερα οι επιχειρήσεις παίρνουν θέση στη συζήτηση για την κλιματική αλλαγή όχι μόνο σε θέματα που αφορούν τη δική τους λειτουργία αλλά και τη δημόσια πολιτική. Πολλά διευθυντικά στελέχη αντιλαμβάνονται την κλιματική αλλαγή ως νέα επιχειρηματική πραγματικότητα. Σύμφωνα με την Citigroup (2007), δεν υπάρχει καμία επιχείρηση που θα έχει ασυλία ως προς αυτό το θέμα τα επόμενα χρόνια.

Στο σύνολο τους οι επιχειρήσεις ενδιαφέρονται για το περιβάλλον αλλά ενδιαφέρονται κυρίως και για τις ίδιες καθώς οι περιβαλλοντικές τους δράσεις βελτιώνουν την εικόνα τους αλλά και συμβάλλουν στη μείωση του λειτουργικού τους κόστους. Η δύναμη των μη κυβερνητικών οργανώσεων έχει αυξηθεί και για αυτόν τον λόγο οι επιχειρήσεις προκειμένου να αποφύγουν το μποϊκοτάρισμα των προϊόντων τους από τους καταναλωτές παίρνουν προληπτικά μέτρα προστασίας του περιβάλλοντος. Η χρήση εναλλακτικών μορφών ενέργειας, ο περιορισμός των αποβλήτων και των ρύπων τους, η δημιουργία καινοτόμων προϊόντων, η υιοθέτηση φιλικών τεχνολογιών, η καλλιέργεια οικολογικής συνείδησης στους εργαζόμενους τους κ.α. είναι μερικές από τις πρακτικές που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις.

Η οικολογική συνείδηση των εργαζομένων των επιχειρήσεων θα επιτευχτεί μέσω διάφορων προγραμμάτων ενημέρωσης του ανθρώπινου δυναμικού για θέματα όπως π.χ. είναι η ανακύκλωση. Δηλαδή οι επιχειρήσεις να προτρέπουν τους εργαζόμενους να ανακυκλώνουν τα αναλώσιμα υλικά που χρησιμοποιούν, να προωθείται η ηλεκτρονική αλληλογραφία μέσα και έξω του οργανισμού, καθώς και να προωθείται η ηλεκτρονική παραγγελειοληψία υλικού για όσο το δυνατόν εξοικονόμηση χάρτινης ύλης (Ξενογιάννη και συν., 2012).

Επίσης, είναι πολύ σημαντική η ανάληψη πρωτοβουλιών για επιπλέον δράσεις, όπως είναι η αναδάσωση, ο καθαρισμός περιοχών από τους ίδιους τους εργαζόμενους των επιχειρήσεων με τη συμμετοχή και ενεργών πολιτών, η ενημέρωση του κοινού και ιδιαίτερα των μαθητών σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος με στόχο τη διαμόρφωση κοινής περιβαλλοντικής συνείδησης.

Επιπλέον, η περιβαλλοντική ευθύνη των επιχειρήσεων δεν αναφέρεται μόνο στην παραγωγική διαδικασία αλλά σε όλον τον κύκλο ζωής των προϊόντων τους, από την εισαγωγή, ανάπτυξη, ωρίμανση και παρακμή των προϊόντων τους που μπορεί να συνδυαστεί με την ανακύκλωση τους. Όσον αφορά την

εφοδιαστική αλυσίδα οι επιχειρήσεις θα πρέπει να συναλλάσσονται με προμηθευτές και μεταφορείς οι οποίοι είναι περιβαλλοντικά υπεύθυνοι και έχουν προϊόντα που πληρούν τις διεθνείς προδιαγραφές (Ξενογιάννη και συν., 2012).

Ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις προκειμένου να αναδιοργανώσουν την παραγωγική διαδικασία τους και να αντιμετωπίσουν τις πιέσεις που δέχονται από το εξωτερικό τους περιβάλλον ανέπτυξαν Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης (ΣΠΔ). Τα πιο διαδεδομένα πρότυπα είναι το πρότυπο ISO 14001 ή SA8000:2001 καθώς και ο Ευρωπαϊκός Κανονισμός EMAS. Τα οφέλη που μπορούν να προκύψουν από την εφαρμογή ενός ΣΠΔ και την πιστοποίησή με κάποιο από τα προηγούμενα πρότυπα είναι λειτουργικά, οικονομικά και εξωτερικά. Ωστόσο, δε θα πρέπει να αγνοηθεί και το κόστος, οι δυσκολίες και τα προβλήματα που προκύπτουν από την εφαρμογή ενός ΣΠΔ. (Μανδαράκα & Γεωργακόπουλος, 2006) Επομένως, η επιχείρηση θα πρέπει να προβεί σε μια ανάλυση κόστους-ωφέλειας προκειμένου να αποφασιστεί η υιοθέτηση ενός ΣΠΔ.

1.6 Εταιρική κοινωνική ευθύνη και τράπεζες

Η λειτουργικότητα και απόδοση της παραδοσιακής τραπεζικής τίθεται υπό αμφισβήτηση, λόγω της πιστωτικής κρίσης, η οποία απαιτεί μια ολοκληρωμένη ενσωμάτωση των ηθικών αξιών και αρχών στις τραπεζικές πρακτικές. Η έννοια της ΕΚΕ χρησιμοποιείται όλο και περισσότερο στον τραπεζικό κλάδο, που εκλαμβάνεται ως ένα εργαλείο προκειμένου οι τράπεζες να αναπτύξουν μια θετική εικόνα και να προσελκύσουν νέους πελάτες. Πιο συγκεκριμένα, στο τραπεζικό μάρκετινγκ, η ΕΚΕ περιλαμβάνει θέματα που σχετίζονται με την ποιότητα ζωής, τις ηθικές ανησυχίες σχετικά με τις μειονοτικές ομάδες και το περιβάλλον. Έτσι η εταιρική κοινωνική ευθύνη αναγνωρίζεται όλο και περισσότερο από τις τράπεζες που υποστηρίζουν τέτοιου είδους προγράμματα, αναλαμβάνοντας εκπαιδευτικές, πολιτιστικές, αθλητικές και περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες και εφαρμόζοντας χορηγίες προς τις ευάλωτες ομάδες και φιλανθρωπικές μη κερδοσκοπικές οργανώσεις. Τα μελλοντικά στελέχη των επιχειρήσεων αναμένεται να δώσουν ιδιαίτερη προσοχή στους περιβαλλοντικούς παράγοντες κατά τη λήψη διοικητικών αποφάσεων (Portney, 2008).

Προς υποστήριξη όλων αυτών, πολλές τράπεζες έχουν ήδη εφαρμόσει περιβαλλοντικές στρατηγικές και εργαλεία πράσινης τραπεζικής, επενδύοντας σημαντικά στην περιβαλλοντική τους εικόνα, προκειμένου να αντεπεξέλθουν στις σύγχρονες προκλήσεις. (Evangelinos, et. al, 2009). Τονίζεται ιδιαίτερα ότι η πράσινη εταιρική κοινωνική ευθύνη (GreenCorporateSocialResponsibility, GCSR) στον τραπεζικό τομέα, χρησιμοποιεί το παράδειγμα μιας κοινωνικά υπεύθυνης τράπεζας που προσφέρει λογαριασμούς ταμειυτηρίου στο κοινό και υπόσχεται ότι οι οικονομίες του θα χρησιμοποιηθούν για την χρηματοδότηση ορθών περιβαλλοντικών project (Scholtens, 2009) .

Συγκεκριμένα, ένας τομέας εταιρικής κοινωνικής ευθύνης που οι τράπεζες δίνουν ιδιαίτερη βαρύτητα είναι ο τομέας του περιβάλλοντος όπου ακολουθούν συγκεκριμένη περιβαλλοντική πολιτική. Η

πολιτική αυτή περιλαμβάνει την εξοικονόμηση της ενέργειας, όπως μείωση της καταναλώσεως ηλεκτρικού ρεύματος, τη διαχείριση αποβλήτων (π.χ. ανακύκλωση χαρτιού) και την τήρηση περιβαλλοντικών αρχών από τους προμηθευτές τους. Επιπρόσθετα, με τη χρηματοδότηση ενεργειακών εφαρμογών ιδιωτικής πρωτοβουλίας οι τράπεζες εμφανίζονται περισσότερο περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένες σε σχέση με άλλες επιχειρήσεις (Παπανδρέου και συν, 2012).

Παράλληλα με την ανάγκη για δράσεις ΕΚΕ, το «περιβαλλοντικό μάρκετινγκ» ή το «πράσινο μάρκετινγκ» αναδεικνύεται ως ένα βασικό ζήτημα που θα μπορούσε ενδεχομένως να συμβάλει στην επίλυση της παρούσας κρίσης. Ταυτόχρονα το «πράσινο μάρκετινγκ» μπορεί να θεωρηθεί ως ένα εργαλείο για την αειφόρο ανάπτυξη και την ικανοποίηση των διάφορων ενδιαφερόμενων μερών. Από την πλευρά των τραπεζών η έννοια του πράσινου μάρκετινγκ δε διαφέρει σημαντικά από την έννοια του πράσινου μάρκετινγκ των υπόλοιπων κλάδων. Έτσι, το πράσινο μάρκετινγκ στον τραπεζικό κλάδο αναφέρεται στην ανάπτυξη νέων, «πράσινων» χρηματοπιστωτικών προϊόντων, όπως τα δάνεια που χρηματοδοτούν την καθαρή τεχνολογία και περιβαλλοντικές στρατηγικές όπως τα προγράμματα διαχείρισης αποβλήτων τα οποία βελτιώνουν τις περιβαλλοντικές επιδόσεις των τραπεζών και τη φήμη τους (Παπανδρέου και συν, 2012).

Ολοκληρώνοντας, η ανάπτυξη της ΕΚΕ από τη μεριά των τραπεζών αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της υγιούς ανάπτυξης τους καθώς όχι μόνο παρέχουν ικανοποιητικές αποδόσεις στους μετόχους τους αλλά αναλαμβάνουν κοινωνικές υποχρεώσεις πέρα από αυτές που ορίζει ο νόμος.

1.7 Οι αρχές του Ισημερινού (equatorprinciples)

Οι Αρχές του Ισημερινού είναι ένα πλαίσιο διαχείρισης κινδύνων, το οποίο εγκρίθηκε από τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, για τον προσδιορισμό, την αξιολόγηση και τη διαχείριση των περιβαλλοντικών και κοινωνικών κινδύνων σε έργα και έχει ως κύριο στόχο να παρέχουν ένα ελάχιστο πρότυπο για τη δέουσα επιμέλεια για να υποστηρίξει την ευθύνη του κινδύνου λήψης αποφάσεων.

Επί του παρόντος, 80 χρηματοπιστωτικά ιδρύματα σε 35 χώρες έχουν υιοθετήσει επίσημα τις Αρχές του Ισημερινού, που καλύπτουν πάνω από το 70 % των διεθνών χρηματοδοτήσεων για έργα στις αναδυόμενες αγορές.

Ο διεθνής αυτός εθελοντικός κώδικας δεοντολογίας που θεσπίστηκε υπό την αιγίδα της Παγκόσμιας Τράπεζας υιοθετείται προαιρετικά από τράπεζες και χρηματοπιστωτικά ιδρύματα και προσπαθεί να εντάξει κάποιες κατευθυντήριες αρχές για την προστασία του περιβάλλοντος στη διαδικασία λήψης αποφάσεων και στις δραστηριότητες του τραπεζικού και χρηματοπιστωτικού κλάδου. Η ανάγκη αυτή προέκυψε από το ότι οι αναπτυσσόμενες και οι υπανάπτυκτες χώρες δεν διαθέτουν αυστηρές ή και καθόλου νομοθεσίες για την προστασία του περιβάλλοντος. Οι χώρες αυτές επίσης δεν διαθέτουν τα αναγκαία κεφάλαια για την

κατασκευή των έργων υποδομής που είναι σημαντικά για την ανάπτυξή τους και αναγκαστικά στρέφονται σε μεγάλες τράπεζες και χρηματοπιστωτικά ιδρύματα που είναι διατεθειμένα να χρηματοδοτήσουν τα έργα αυτά. Δεδομένης της έλλειψης αυστηρών περιβαλλοντικών νομοθεσιών στις χώρες αυτές, ο Διεθνής Χρηματοδοτικός Οργανισμός (International Finance Corporation) ο οποίος αποτελεί το τμήμα της Παγκόσμιας Τράπεζας (World Bank) που δανειοδοτεί τον ιδιωτικό τομέα, συγκάλεσε το 2002 μία συνέλευση των μεγαλύτερων τραπεζών και χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων του κόσμου για να εξετάσουν τα περιβαλλοντικά και κοινωνικά προβλήματα που εμφανίζονται στις χρηματοδοτήσεις έργων. Στις 4 Ιουνίου 2003, δέκα από τα μεγαλύτερα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα του κόσμου κατέληξαν στη θέσπιση και την υιοθέτηση ορισμένων εθελοντικών κατευθυντήριων αρχών, τις λεγόμενες Αρχές του Ισημερινού (Παπανδρέου και συν, 2012).

Η προσπάθεια αυτή βρήκε μεγάλη ανταπόκριση και έως τις 4 Ιουνίου 2006 περίπου 40 χρηματοοικονομικοί οργανισμοί είχαν υιοθετήσει τις Αρχές του Ισημερινού, στους οποίους περιλαμβάνονται τράπεζες, χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, οργανισμοί εξαγωγικών πιστώσεων και αναπτυξιακοί χρηματοδοτικοί οργανισμοί. Όλοι αυτοί οι χρηματοδοτικοί οργανισμοί που υιοθέτησαν τις Αρχές του Ισημερινού παρέχουν πιστώσεις και ελέγχουν περίπου το 80% της χρηματοδοτήσεων έργων παγκοσμίως. Η καθιερωμένη επίσημη ονομασία των οργανισμών αυτών είναι Χρηματοοικονομικοί Οργανισμοί των Αρχών του Ισημερινού (Equator Principles Financial Institutions -EPFI). Οι Αρχές του Ισημερινού (Equator Principles-EP1) αναθεωρήθηκαν τον Ιούλιο του 2006 για να ενσωματώσουν τις νέες προσεγγίσεις της Παγκόσμιας Τράπεζας στην αειφόρο ανάπτυξη καθώς και άλλες πρόσφατες εξελίξεις σχετικές με την προστασία του περιβάλλοντος. Έτσι, οι αναθεωρημένες Αρχές του Ισημερινού ή Αρχές του Ισημερινού 2 (Equator Principles 2), όπως λέγονται, λαμβάνουν υπόψη τις αναθεωρημένες πολιτικές του Διεθνούς Χρηματοδοτικού Οργανισμού για τις περιβαλλοντικές και κοινωνικές εγγυήσεις καθώς και τα νέα επίπεδα απόδοσης του (IFC Performance Standards).

Από τον Ιούλιο του 2006 και μετά, οι δέκα αναθεωρημένες Αρχές του Ισημερινού είναι οι εξής:

- 1) Έλεγχος και κατηγοριοποίηση των έργων,
- 2) Κοινωνική και περιβαλλοντική εκτίμηση,
- 3) Τα εφαρμόσιμα κοινωνικά και περιβαλλοντικά μέτρα,
- 4) Σχέδιο δράσης και σύστημα διαχείρισης,
- 5) Διαβούλευση και δημοσιότητα,
- 6) Μηχανισμοί διατύπωσης παραπόνων και διαφωνιών,
- 7) Ανεξάρτητος έλεγχος και επιθεώρηση,

8) Οι όροι των συμβάσεων,

9) Ανεξάρτητος μηχανισμός παρακολούθησης και αναφοράς για το έργο,

10) Σύνταξη Εκθέσεων από τα χρηματοοικονομικά ιδρύματα (Παπαδόπουλος, 2009)

Τι όμως είναι οι αρχές αυτές; Οι Αρχές του Ισημερινού (EPS) είναι ένα εργαλείο διαχείρισης του πιστωτικού κινδύνου για τον καθορισμό, την αξιολόγηση και τη διαχείριση των περιβαλλοντικών και κοινωνικών κινδύνων στις χρηματοδοτήσεις μεγάλων έργων. Τέτοια μεγάλα έργα λογίζονται συνήθως η κατασκευή μεγάλων έργων υποδομής και βιομηχανικών σχεδίων. Οι αρχές αυτές έχουν σαν στόχο να παρέχουν ένα ελάχιστο πρότυπο για τη λήψη σωστών χρηματοδοτικών αποφάσεων (www.Equator-principles.com).

Τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα που ακολουθούν τις αρχές αυτές δεσμεύονται να μην χορηγούν δάνεια σε επενδύσεις όπου οι δανειστές δεν συμμορφώνονται με τις ισχύουσες κοινωνικές και περιβαλλοντικές πολιτικές και τις διαδικασίες τους. Αναλυτικότερα, υπάρχουν νομοθεσίες για : τη χρήση επικίνδυνων ουσιών, ανάληψη μεγάλων κινδύνων, πλημμελή επαγγελματική υγιεινή και ασφάλεια, ελλιπή πυροπροστασία και γενικότερα ασφάλεια ζωής, σωρευτικές επιπτώσεις από υπάρχοντα έργα καθώς και αρνητική επίδραση στη ζωή των ιθαγενών πολιτών και της κοινωνίας γενικότερα. Προτείνεται συνήθως η συμμετοχή των εμπλεκόμενων μερών στη σχεδίαση και την υλοποίηση ενός έργου, διάφορες καλύτερες περιβαλλοντικές και ηθικές εναλλακτικές, αποτελεσματική παραγωγή, παράδοση και χρήση πηγών ενέργειας, μείωση της μόλυνσης, μείωση του όγκου των σκουπιδιών καθώς και των εκπομπών ρύπων γενικότερα (Coates, 2007).

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι τα EPS έχουν γίνει ένα από τα πιο διαδεδομένα πρότυπα για την περιβαλλοντική και κοινωνική διαχείριση των κινδύνων για τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, και πολλές φορές υιοθετούνται από άλλους κλάδους ως καλή πρακτική (Weber, 2008).

1.8 Η Διακήρυξη του Collevocchio

Καθώς κάποιες περιβαλλοντικές και μη κυβερνητικές οργανώσεις δεν συμφωνούσαν με τη αρχές του Ισημερινού και διατύπωσαν μια εναλλακτική πρόταση με τη Διακήρυξη του Collevocchio . Η διακήρυξη παρέχει πιο φιλόδοξους και αυστηρούς κανόνες για την προστασία του περιβάλλοντος σε σχέση με της Αρχές του Ισημερινού (Sharmaetal., 2013).

Η βασικές αρχές που προτείνουν είναι οι εξής :

- 1) η αειφορία,
- 2) η μη βλάβη του περιβάλλοντος,
- 3) υπευθυνότητα,

- 4) η υποχρέωση αναφοράς, επεξήγησης και αιτιολόγησης ,
- 5) η διαφάνεια και
- 6) η ένταξη της αειφορίας στην αγορά και στην διακυβέρνηση (Heimetal., 2005).

Στη διακήρυξη σημειώνεται ότι όσο αφορά τους χρηματοοικονομικούς οργανισμούς θα πρέπει να αλλάξουν τους επιδιωκόμενους στόχους και να μετατοπισθούν από την επιδίωξη μεγιστοποίησης κερδών προς την επιδίωξη της αειφόρου ανάπτυξης, χαράζοντας την εταιρική τους στρατηγική λαμβάνοντας υπόψη τις έννοιες της οικολογικής συνείδησης , των κοινωνικών αναγκών και της οικονομικής δικαιοσύνης (Heimetal., 2005).

Η αποδοχή από τα τραπεζικά ιδρύματα δεν ήταν θετική καθώς δεν είναι διατεθειμένα να αποδώσουν μεγαλύτερη σημασία στην αειφόρο ανάπτυξη και έτσι προτιμούν την υιοθέτηση των αρχών του Ισημερινού. Η διακήρυξη υπεγράφη από 101 μέλη, από κανένα όμως τραπεζικό ίδρυμα καθώς τα μέτρα που προτείνει κρίθηκαν αρκετά ριζοσπαστικά για τις πρακτικές τους (Gurta, 2003).

Κεφάλαιο 2:

Επιχειρηματικότητα ως Έννοια και Πράσινη Επιχειρηματικότητα

2.1 Έννοια της Επιχειρηματικότητας

Η Επιτροπή Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων αναφέρει ότι επιχειρηματικότητα είναι η σκέψη και η διαδικασία να δημιουργηθεί και να αναπτυχθεί η οικονομική δραστηριότητα που θα βασίζεται στο συνδυασμό της ανάληψης κινδύνου, δημιουργικότητας ή και καινοτομίας με τη διαχείριση μέσα σε ένα νέο ή υπάρχοντα οικονομικό οργανισμό.

Η επιχειρηματικότητα λοιπόν είναι μια δυναμική διαδικασία και περιλαμβάνει όλα εκείνα τα άτομα που αναλαμβάνουν τον κίνδυνο μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας προκειμένου να αποκτήσουν μια ανταμοιβή. Τα άτομα αυτά συνήθως είναι επιχειρηματίες και αυτοαπασχολούμενοι που συγκεντρώνουν τους διαθέσιμους πόρους και εντοπίζουν τις δυνητικές ευκαιρίες, όμως επειδή το περιβάλλον είναι αβέβαιο επιδιώκουν ένα όφελος. Ωστόσο, πέρα από το κέρδος τα κίνητρα για την ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας μπορούν να είναι και τα πλεονεκτήματα της αυτοαπασχόλησης, η ικανοποίηση, η καταξίωση, η προσφορά στην οικογένεια και το κοινωνικό σύνολο, η δημιουργία θέσεων εργασίας κ.λ.π.

Η επιχειρηματικότητα σταδιακά αναγνωρίζεται ως ένας σημαντικός αγωγός για την επίτευξη ενός μετασχηματισμού στη βιώσιμη διαδικασία, με πολλούς να υποστηρίζουν ότι η επιχειρηματικότητα είναι πανάκεια για πολλά περιβαλλοντικά και κοινωνικά ζητήματα (Halletal., 2010).

2.2 Έννοια της πράσινης Επιχειρηματικότητας

Η παγκοσμιοποίηση έχει αναγκάσει τις επιχειρήσεις να αποκτήσουν και να διατηρήσουν τα ανταγωνιστικά τους πλεονεκτήματα. Μολονότι αυτή η πρόοδος έχει συμβάλλει στην μεγέθυνση των οικονομιών των χωρών, ταυτόχρονα, έχει προκαλέσει τεράστιες ζημιές στο φυσικό περιβάλλον. Για παράδειγμα, οι στόχοι υψηλού κέρδους των εταιρειών έχουν προκαλέσει πολλές αρνητικές επιπτώσεις, όπως είναι η ρύπανση του περιβάλλοντος, η ασυνείδητη κατανάλωση των φυσικών πόρων και η μείωση της βιοποικιλότητας (Aykan, 2012). Ωστόσο, δε θα πρέπει να αγνοηθεί το γεγονός ότι πολλές πολυεθνικές επιχειρήσεις παρόλο που έχουν υψηλούς στόχους κερδοφορίας έχουν αποδείξει μέσω των δράσεων τους ότι είναι οι πιο ευαίσθητες περιβαλλοντικά εταιρείες. Αυτό που διαφοροποιεί λοιπόν την κατάσταση είναι το κατά πόσον το κράτος όπου εδρεύει η εταιρεία είναι αυστηρό στο να εφαρμόζει την περιβαλλοντική νομοθεσία, ή όχι (Aggarwaletal., 2014).

Η πράσινη οικονομία που αναδύεται ως αποτέλεσμα αυτής της προόδου έχει ως στόχο την ευαισθητοποίηση της προστασίας του περιβάλλοντος. Έτσι, η πράσινη οικονομία θεωρείται ως ένα

σύστημα οικονομικών δραστηριοτήτων που περιλαμβάνει την παραγωγή, κατανάλωση και διανομή των αγαθών και των υπηρεσιών, προκειμένου να αυξηθεί η ποιότητα της ζωής των ανθρώπων. Ως συνέπεια των παραπάνω, ένας από τους σημαντικότερους στόχους της πράσινης οικονομίας είναι να αποτρέψει τις μελλοντικές γενιές έναντι σημαντικών περιβαλλοντικών κινδύνων και της οικολογικής σπανιότητας (UNEP, 2011).

Είναι απαραίτητη, λοιπόν, η ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών για την αντιμετώπιση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων των δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων. Έτσι δημιουργήθηκε μια μορφή επιχειρηματικότητας, η οποία συνδέεται άμεσα με την πράσινη οικονομία, που είναι γνωστή ως «πράσινη επιχειρηματικότητα». Επομένως, «πράσινη επιχειρηματικότητα» ονομάζεται εκείνη η μορφή οικονομικής δραστηριότητας που θέτει την προστασία του περιβάλλοντος και της φύσης γενικότερα στο επίκεντρο της στρατηγικής της και συνίσταται στη θετική στάση της επιχείρησης απέναντι στην περιβαλλοντική προστασία, τόσο με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που παράγει, όσο και με τις διαδικασίες παραγωγής της (Gupta, 2003).

Οι πράσινοι επιχειρηματίες, ή οίκο-επιχειρηματίες είναι εκείνοι που ξεκινούν επιχειρήσεις με βάση την αρχή της αειφορίας με ισχυρή πεποίθηση στις πράσινες αξίες, και είναι αυτοί οι οποίοι πωλούν τα πράσινα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους. Όπως είναι φυσικό οι επενδύσεις του ιδιωτικού τομέα στην πράσινη επιχειρηματικότητα δεν παράγουν μόνο ιδιωτικό κέρδος, αλλά και δημιουργούν πλεονεκτήματα για ολόκληρη την κοινωνία. Αυτό συμβαίνει ειδικά όταν δεν συμβάλλουν μόνο στη δημιουργία επενδύσεων σε ένα μικρό τμήμα της αγοράς, αλλά έχουν τη δυνατότητα να επεκταθούν σταδιακά ούτως ώστε να πραγματοποιηθεί η βιώσιμη μετατροπή ενός ολόκληρου κλάδου (Aykan, 2012).

Οι πράσινοι επιχειρηματίες αναγνωρίζονται επίσης ως κινητήριες δυνάμεις της αλλαγής, έχουν πιστωθεί την εισαγωγή της καινοτομίας και την προσαρμογή στις νέες ιδέες καθώς και στο γεγονός ότι είναι ικανοί να ανταποκρίνονται στις αλλαγές πιο γρήγορα, ευέλικτα και αποτελεσματικά σε σχέση με τις μεγάλες εταιρείες. Ο Sarkar, το 2013, διαπίστωσε ότι οι εν λόγω οικολογικές καινοτομίες και οι οικολογικές προωθητικές και αναπτυξιακές προσπάθειες μπορούν να προωθήσουν τη βιώσιμη ανάπτυξη των οίκο-βιομηχανιών με άμεση συνέπεια να ενισχύουν την πράσινη ανάπτυξη.

Στα πλαίσια της νέας αυτής εναλλακτικής μορφής επιχειρηματικότητας αναπτύχθηκε η λεγόμενη «πράσινη επιχείρηση», η οποία πέρα από την αναπτυξιακή της πορεία θα πρέπει να λαμβάνει εθελοντικά μέτρα που προστατεύουν το περιβάλλον και να συμμετάσχει σε περιβαλλοντικά προγράμματα ευαισθητοποίησης του κοινωνικού συνόλου. Έτσι θεωρείται ότι η εικόνα της επιχείρησης είναι πράσινη όταν τα πράσινα προϊόντα της είναι αξιόπιστα, όταν αντιλαμβάνεται τις πράσινες ανάγκες των πελατών της, έχει καλή περιβαλλοντική φήμη και άριστη επίδοση σε σχέση με τη περιβαλλοντική διαχείριση και την πράσινη καινοτομία (Lymperopoulou et al., 2012).

Οι πράσινες επιχειρήσεις πρέπει να θεωρηθούν ως δυναμικές και καινοτόμες οργανώσεις που μπορούν να δημιουργήσουν προστιθέμενη αξία, από το σχεδιασμό και την ταυτοποίηση των δικών τους πρωτότυπων μεθόδων, των επιχειρηματικών μοντέλων τους καθώς και των πράσινων στρατηγικών τους προσαρμοσμένων όμως στις οργανωτικές πραγματικότητες. Επιπρόσθετα, δε θα πρέπει να επιδεικνύουν μόνο μια στάση σεβασμού και προσαρμογής στις προδιαγραφές ή τις άλλες περιβαλλοντικές προδιαγραφές, αλλά θα πρέπει να αποδείξουν τις ικανότητές τους στο σχεδιασμό νέων διαδικασιών και προϊόντων που βασίζονται στις αρχές της αειφορίας (Mioara&Mihai, 2014).

Τέλος, οι πράσινες επιχειρήσεις ολοένα και περισσότερο κατόρθωσαν να αποδείξουν στους μετόχους και τα ενδιαφερόμενα μέλη ότι η αειφορία δεν είναι απλά ένα κόστος, αλλά περισσότερο μια ευκαιρία για την αύξηση των εσόδων και την αφοσίωση των πελατών, ενώ ταυτόχρονα προστατεύουν το περιβάλλον. Πολλοί υποστηρίζουν ότι η ευθύνη για την προστασία του περιβάλλοντος είναι καθαρά ιδιωτική υπόθεση, ωστόσο, «πράσινες επιχειρήσεις» μπορούν να είναι όχι μόνο οι ιδιωτικές και οι πολυεθνικές επιχειρήσεις, αλλά και οι αυτοδιοικήσεις πρώτου και δεύτερου βαθμού, οι συνεταιρισμοί, τα πανεπιστήμια, οι μη κυβερνητικές οργανώσεις και οι διαχειριστικοί φορείς των προστατευόμενων περιοχών. Αναμφισβήτητα γεννιούνται κάποια ερωτήματα που αφορούν την πράσινη επιχειρηματικότητα, δηλαδή κατά πόσο η μορφή αυτή αποτελεί πρόκληση για νέους επιχειρηματίες και κατά πόσο ο δημόσιος τομέας θα μένει αμέτοχος για το ποια περιβαλλοντικά θέματα χρήζουν σημασίας. Υπό το πρίσμα αυτό όλοι οι παραπάνω φορείς θα πρέπει να συμβάλλουν ενεργά στη δημιουργία νέων προϊόντων και υπηρεσιών που θα συμβάλλουν στη βιώσιμη ανάπτυξη (Bahl, 2012).

2.3 Σημασία πράσινης επιχειρηματικότητας

Σε μια περίοδο με τόσες πολλές αναταράξεις, είναι σημαντικό να αξιολογηθεί ο αντίκτυπος της κρίσης σχετικά με τα διάφορα κοινωνικά και οικονομικά φαινόμενα. Στην ευρωπαϊκή στρατηγική για το 2020, η επιχειρηματικότητα, η αειφόρος ανάπτυξη, η ανταγωνιστικότητα και η καινοτομία θεωρούνται βασικά στοιχεία. Η ευρωπαϊκή στρατηγική για το 2020 ορίζει λοιπόν ότι όλα τα παραπάνω στοιχεία είναι ο μόνος δρόμος που θα πρέπει να ακολουθείται από τις ευρωπαϊκές χώρες, λαμβάνοντας υπόψη το σημερινό επίπεδο ανάπτυξης της κάθε χώρας, τις ιδιαιτερότητες του οικονομικού περιβάλλοντος τους καθώς και το νομικό τους πλαίσιο. (Stefanescu&On, 2012)

Ο ρόλος της επιχειρηματικότητας στην επίλυση διάφορων περιβαλλοντικών προκλήσεων είναι πολύ σημαντικός στις μέρες μας. Σύμφωνα με την παραδοσιακή θεωρία για το περιβάλλον έχει εξαχθεί το συμπέρασμα ότι σε μεγάλο βαθμό οι αποτυχίες της αγοράς που χαρακτηρίζουν το οικονομικό σύστημα εμποδίζουν την επιχειρηματική δράση από την επίλυση των περιβαλλοντικών αυτών προβλημάτων και μάλιστα συχνά παρακινούν σε περιβαλλοντικά επιχειρηματικές εξευτελιστικές συμπεριφορές. Πιο συγκεκριμένα, οι κατηγορίες που σχετίζονται με την ανεπάρκεια της αγοράς είναι οι εξής: τα δημόσια αγαθά, οι εξωτερικότητες, η εξουσία των μονοπωλίων, η ανάρμοστη κυβερνητική παρέμβαση και η ελλιπής

ενημέρωση. Τα παραπάνω υποδηλώνουν, ότι το κλειδί για την επίτευξη της βιώσιμης και της περιβαλλοντικής επιχειρηματικότητας συνίσταται στην υπερνίκηση των εμποδίων για την αποτελεσματική λειτουργία των αγορών των περιβαλλοντικών πόρων (Dean&McMullen, 2007).

Εκτιμώντας τα οικονομικά του περιβάλλοντος και τη βιβλιογραφία σχετικά με την αποτυχία της αγοράς βγαίνει το συμπέρασμα ότι τα αποτελέσματα της υποβάθμισης του περιβάλλοντος από την αποτυχία των αγορών είναι ότι οι επιχειρηματικές ευκαιρίες είναι συνυφασμένες με την αποτυχία της αγοράς. Με άλλα λόγια, μερικές αποτυχίες της αγοράς που οδηγούν σε περιβαλλοντικές ζημιές παρέχουν 29 επιχειρηματικές ευκαιρίες, η εκμετάλλευση των οποίων υπόσχεται κέρδη και βελτίωση της κοινωνικής πρόνοιας. Επιπλέον, μειώνοντας τις αποτυχίες της αγοράς, η επιχειρηματική δράση συμβάλλει στην περιβαλλοντική βιωσιμότητα και την κοινωνική ευημερία βελτιώνοντας την αποδοτικότητα των αγορών και έτσι συμβάλλει στην ανεπιθύμητη υποβάθμιση του περιβάλλοντος (Dean&McMullen, 2007).

Η θετική στάση προς το περιβάλλον μπορεί να αναφέρεται σε όλους τους τομείς της παραγωγικής δραστηριότητας. Για παράδειγμα, στον πρωτογενή τομέα μέσω της παραγωγής βιολογικών προϊόντων, στο δευτερογενή τομέα μέσω της ανακύκλωσης, στον τριτογενή τομέα μέσω του εμπορίου πράσινων προϊόντων στην πράσινη αγορά και τέλος στον τεταρτογενή τομέα μέσω της επικοινωνίας και της προβολής. Έτσι η πράσινη επιχειρηματικότητα μπορεί να αποτελέσει ευκαιρία αλλά και πρόκληση για κάθε είδους επιχειρηματική δραστηριότητα (Gupta, 2003).

Όμως δε θα πρέπει να αγνοηθεί το γεγονός ότι προβάλλονται αντιρρήσεις για την χρησιμότητα και τα πλεονεκτήματα της πράσινης επιχειρηματικότητας, καθώς θεωρείται ότι όπως και στην περίπτωση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης κινητήριοι δυνάμεις τους είναι η κερδοφορία και η βελτίωση της εταιρικής εικόνας. Ωστόσο, τόσο η πράσινη επιχειρηματικότητα όσο και η ΕΚΕ όταν χρησιμοποιούνται ορθά από τις επιχειρήσεις μπορεί να συμβάλλουν σημαντικά στην αντιμετώπιση σημαντικών κοινωνικών και περιβαλλοντικών θεμάτων (Baietal., 2014).

Οι νέες ευκαιρίες που παρουσιάζονται στα πλαίσια της ανάπτυξης της «πράσινης επιχειρηματικότητας» θα πρέπει να αξιοποιηθούν στο έπακρο από τα διοικητικά στελέχη των επιχειρήσεων και να τις ενσωματώσουν στις επιχειρησιακές τους στρατηγικές. Επομένως, τα διοικητικά στελέχη, δεν θα πρέπει να παρακολουθούν αμέτοχοι τις εξελίξεις αλλά θα πρέπει να ενημερώνονται για τις τάσεις που επικρατούν για την «πράσινη επιχειρηματικότητα» τόσο σε ευρωπαϊκό όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο. Επιπρόσθετα, η ενημέρωση αυτή μπορεί να συνδυαστεί με επιμορφώσεις από ιδιωτικούς και δημόσιους φορείς ούτως ώστε ολοένα και περισσότεροι ενδιαφερόμενοι να κατανοήσουν την έννοια και τη σημασία της πράσινης επιχειρηματικότητας (Carroll, 1991).

Δε θα πρέπει να αγνοηθεί το γεγονός ότι για να βασισθεί μια οικονομία στην πράσινη επιχειρηματικότητα θα πρέπει οι κυβερνήσεις να συμβάλλουν στην εξισορρόπηση των κινδύνων και των

ανταμοιβών στο επίπεδο της πράσινης επιχειρηματικότητας. Αυτό θα επιτευχθεί με το να επανεξετάσουν το πλαίσιο της κοινωνικής ασφάλισης και των φορολογικών διατάξεων όλων όσων επιθυμούν να ιδρύσουν μία νέα επιχείρηση ή να επεκτείνουν μία υπάρχουσα στους αντίστοιχους τομείς της πράσινης επιχειρηματικότητας (Carroll, 1999).

Προχωρώντας παραπέρα διαπιστώνουμε ότι οι κυβερνήσεις είναι υπεύθυνες να διαχειριστούν την νέα τάση ανάπτυξης των πράσινων προϊόντων και υπηρεσιών, να εφαρμόσουν την πολιτική αυτήν, να ενισχύσουν την προώθηση των υποδομών της αγοράς και να διαχειριστούν τόσο τη δημόσια οικονομία όσο και την πράσινη οικονομία σαν να συνδέονται μεταξύ τους. Από την άλλη πλευρά ο ιδιωτικός τομέας θα πρέπει να εξασφαλίσει την αξιολόγηση των δυνατοτήτων που εξασφαλίζονται με τη μετάβαση στην πράσινη οικονομία και για να ανταποκριθεί σε αυτήν την πρόκληση θα πρέπει να χρησιμοποιήσει τις επενδύσεις όλων των καναλιών (Usluetal., 2015).

2.4 Πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τη βιώσιμη ανάπτυξη και την πράσινη επιχειρηματικότητα

Ο παγκόσμιος ανταγωνισμός για τους φυσικούς πόρους προβλέπεται να ενταθεί με αποτέλεσμα να ασκηθεί πίεση στο περιβάλλον. Η Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ) μπορεί να συμβάλει στη μείωση αυτών των πιέσεων μέσω των πολιτικών της για βιώσιμη ανάπτυξη. Οι στόχοι της ΕΕ για τη βιώσιμη ανάπτυξη είναι οι εξής (Deanetal., 2007):

1. Μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου κατά 20% σε σχέση με παλιότερα χρόνια έως το 2020. Η ΕΕ είναι έτοιμη να προχωρήσει σε περαιτέρω μείωση κατά 30% με την προϋπόθεση ότι και οι άλλες αναπτυγμένες χώρες θα αναλάβουν ανάλογες δεσμεύσεις και ότι οι αναπτυσσόμενες θα συμβάλουν ανάλογα με τις ικανότητές τους, στο πλαίσιο μιας ευρύτερης παγκόσμιας συμφωνίας,

2. Αύξηση του μεριδίου των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας στην τελική κατανάλωση ενέργειας στο 20% και

3. Αύξηση της ενεργειακής απόδοσης κατά 20%.

Όσον αφορά την κλιματική αλλαγή είναι αναγκαίο να μειωθούν ταχύτερα οι εκπομπές άνθρακα και να αξιοποιηθούν οι νέες τεχνολογίες, όπως η αιολική και ηλιακή ενέργεια καθώς και η δέσμευση και απομόνωση του άνθρακα. Πρέπει ακόμη να ενισχυθεί η ανθεκτικότητα των οικονομιών στους κλιματικούς κινδύνους και στην ικανότητά για πρόβλεψη και αντιμετώπιση των καταστροφών (Evangelinosetal., 2009).

Η ΕΕ πρέπει να βελτιώσει την παραγωγικότητα και την ανταγωνιστικότητά της. Είναι σκόπιμο να διατηρήσει το προβάδισμά της στις πράσινες λύσεις, κυρίως ενόψει του εντεινόμενου ανταγωνισμού. Με την επίτευξη των ενεργειακών της στόχων, η Ευρώπη θα εξοικονομήσει 60 δισεκατομμύρια ευρώ από εισαγωγές πετρελαίου και φυσικού αερίου μέχρι το 2020, κάτι ιδιαίτερα σημαντικό τόσο για την ενεργειακή

της ασφάλεια όσο και για την οικονομία της. Η περαιτέρω πρόοδος στην ολοκλήρωση της ευρωπαϊκής ενεργειακής αγοράς μπορεί να αυξήσει το ΑΕΠ κατά 0,6% έως 0,8%⁵.

Η επίτευξη του στόχου για ικανοποίηση των ενεργειακών αναγκών της Ευρώπης από ανανεώσιμες πηγές σε ποσοστό 20% μπορεί να δημιουργήσει περισσότερες από 600.000 θέσεις εργασίας στην ΕΕ, και επιπλέον 400.000 αν επιτευχθεί ο στόχος βελτίωσης της ενεργειακής απόδοσης κατά 20%. Οι δεσμεύσεις για τη μείωση των εκπομπών πρέπει να υλοποιηθούν κατά τρόπο που να μεγιστοποιεί τα οφέλη και να ελαχιστοποιεί τις δαπάνες, μεριμνώντας ταυτόχρονα για τη διάδοση καινοτόμων τεχνολογικών λύσεων⁶.

Ένα ευρωπαϊκό πρόγραμμα που χρηματοδοτεί δράσεις που συμβάλλουν στην προστασία του περιβάλλοντος είναι το πρόγραμμα LIFE που έχει υλοποιηθεί για το χρονικό διάστημα 2007-2013 και συνεχίζεται ακόμα και σήμερα. Το συγκεκριμένο πρόγραμμα συμβάλλει στην αειφόρο ανάπτυξη και την επίτευξη των σκοπών και στόχων της στρατηγικής της Ευρώπης 2020. Το LIFE αποτελείται από δυο θεματικά σκέλη. Το πρώτο σκέλος «Περιβάλλον» του προγράμματος καλύπτει τρεις τομείς προτεραιότητας: το περιβάλλον και την αποδοτικότητα των πόρων, τη φύση και τη βιοποικιλότητα και τέλος τη περιβαλλοντική διακυβέρνηση και τη πληροφόρηση. Το δεύτερο σκέλος «Δράση για το κλίμα» καλύπτει τον μετριασμό της κλιματικής αλλαγής, την προσαρμογή της κλιματικής αλλαγής, και τη διακυβέρνηση του κλίματος και των πληροφοριών. Το πρόγραμμα είναι ανοικτό στη συμμετοχή τρίτων χωρών, προβλέπει δραστηριότητες εκτός της ΕΕ και παρέχει επίσης ένα πλαίσιο για τη συνεργασία με διεθνείς οργανισμούς⁷.

Ένα άλλο πρόγραμμα που συμβάλλει στην προστασία του περιβάλλοντος είναι το Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητας και Καινοτομίας (Competitiveness and Innovation Framework Programme, CIP). Με τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) ως κύριο στόχο του, το CIP υποστηρίζει τις δραστηριότητες καινοτομίας (συμπεριλαμβανομένης της οικολογικής καινοτομίας), παρέχει καλύτερη πρόσβαση στη χρηματοδότηση και παρέχει υπηρεσίες υποστήριξης των επιχειρήσεων στις περιφέρειες (Hallet al., 2010).

Επίσης, υλοποιείται και το πρόγραμμα Έξυπνη Ενέργεια Ευρώπη (Intelligent Energy – Europe, IEE). Σκοπός του προγράμματος αυτού είναι η ενθάρρυνση της ορθολογικής χρήσης της ενέργειας και της δημιουργίας καλύτερων προϋποθέσεων για ένα πιο αειφόρο ενεργειακό μέλλον σε ποικίλους τομείς όπως οι ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, τα ενεργειακά αποδοτικά κτίρια, η βιομηχανία, τα καταναλωτικά προϊόντα και τις μεταφορές⁸.

Τέλος, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή πρότεινε το πρόγραμμα Environmental Compliance Assistance Programme for SMEs (ECAP), δηλαδή της περιβαλλοντικής συνδρομής

⁵www.ec.europa.eu

⁶<http://ec.europa.eu/environment/life/about/index.htm#life2014>

⁷<http://ec.europa.eu/cip/>

⁸<https://ec.europa.eu/energy/intelligent/>

και συμμόρφωσης για να καταστεί ευκολότερο για τις ΜΜΕ να συμμορφωθούν με τις υποχρεώσεις τους και να βελτιώνουν τις περιβαλλοντικές τους επιδόσεις⁹.

2.5 Η ελληνική αγορά και το συγκριτικό πλεονέκτημα στην πράσινη επιχειρηματικότητα

Είναι γεγονός ότι η χώρα μας βιώνει μια έντονη χρηματοπιστωτική κρίση, ωστόσο υπάρχουν διάφοροι τομείς οι οποίοι μπορούν να τη βοηθήσουν να ανακτήσει την ανταγωνιστικότητα της σε τοπικό και διεθνές επίπεδο. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι οι τομείς που μπορούν να συμβάλουν αποφασιστικά προς αυτήν την κατεύθυνση είναι η ενέργεια (αιολική, ηλιακή, γεωθερμική κ.λ.π.) και ο τουρισμός (οικοτουρισμός, πολιτιστικός κ.λ.π).

Η Ελλάδα λοιπόν λόγω της ιδιαίτερης γεωγραφικής θέσης στην οποία βρίσκεται, λόγω των πλούσιων φυσικών της πόρων που διαθέτει, θα πρέπει να διαχειριστεί την αειφορία και τέλος λόγω των πλούσιων τοπίων της, τα οποία αποτελούν πόλο έλξης για πολλούς τουρίστες, είναι σε θέση να βελτιώσει την ανταγωνιστικότητα της. Επομένως, η ελληνική αγορά θα πρέπει να εκμεταλλευθεί τις ευκαιρίες που της παρέχουν τα παραπάνω συγκριτικά της πλεονεκτήματα ούτως ώστε να ενισχυθεί η ανταγωνιστικότητα της ελληνικής οικονομίας (Heimetal., 2005).

Η στροφή που γίνεται παγκόσμια σε περιβαλλοντικά θέματα έχει γίνει αντιληπτή και από το εσωτερικό της χώρας όπου επιδιώκεται η επέκταση της πράσινης επιχειρηματικότητας μέσω της παραγωγής αγαθών και της προσφοράς υπηρεσιών που έχουν υψηλή προστιθέμενη αξία. Θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη βαρύτητα στην ανάπτυξη τεχνογνωσίας, στους ανθρώπινους πόρους και την καινοτομία έτσι ώστε να αποτελέσει η Ελλάδα τόπο ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας με σεβασμό στο περιβάλλον, την ποιότητα και την αειφορία (Jeucken, 2001).

Η Ελλάδα ολοένα και περισσότερο ακολουθεί τις ευρωπαϊκές πολιτικές, και συμμορφώνεται με τις εκάστοτε περιβαλλοντικές νομοθεσίες. Επιπλέον, για την εξάπλωση της πράσινης επιχειρηματικότητας υπάρχουν ευκαιρίες χρηματοδότησης τόσο από ευρωπαϊκούς όσο και από εθνικούς πόρους. Οι χρηματοδοτήσεις αυτές θα συμβάλλουν στην αναδιάρθρωση και τον εκσυγχρονισμό των επιχειρήσεων με όρους οικολογικούς. Οι πρακτικές της πράσινης επιχειρηματικότητας θα προσελκύσουν περισσότερες επενδύσεις σε διάφορους τομείς όπως τα βιοκαύσιμα, τη βιομάζα, τη διαχείριση αποβλήτων, θα δημιουργήσουν νέες θέσεις εργασίας και θα οδηγήσουν στην ίδρυση νέων επιχειρήσεων από γυναίκες, νέους, ευπαθείς ομάδες και ευρύτερες κοινωνικές ομάδες (Kolketal., 2009).

Επιπρόσθετα, όλα τα προηγούμενα θα οδηγήσουν στην χρηματοδότηση των πράσινων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων από τις τράπεζες και τις εταιρείες παροχής επιχειρηματικών κεφαλαίων. Η θετική στάση των ελληνικών επιχειρήσεων απέναντι στο περιβάλλον και η οικολογική συνείδηση τους, δημιουργεί ένα ευνοϊκό κλίμα για την ανάληψη πρωτοβουλιών, βελτιώνει την κοινωνική και οικονομική

⁹http://ec.europa.eu/environment/archives/sme/programme/programme_en.htm

ευημερία του κοινωνικού συνόλου και τέλος βελτιώνει την εικόνα της χώρας διεθνώς. Οι καινοτόμες ιδέες, οι πράσινες τεχνολογίες και η δημιουργία φιλικών προς το περιβάλλον προϊόντων έχουν ως αποτέλεσμα την εκμετάλλευση όλων των ευκαιριών για την εξοικονόμηση ενέργειας και την ενδυνάμωση του ενεργειακού ρόλου της χώρας μας στην ευρύτερη γεωγραφική περιοχή (Lalon, 2015).

2.6 Οφέλη από την πράσινη επιχειρηματικότητα

Η πράσινη επιχειρηματικότητα σε σχέση με τη συμβατική, έχει τεράστιο συγκριτικό πλεονέκτημα, καθώς συμβάλλει σημαντικά στη βιώσιμη ανάπτυξη. Ειδικότερα, οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην κατεύθυνση της πράσινης επιχειρηματικότητας αποκομίζουν σημαντικά οφέλη οι ίδιες, αλλά από τη δραστηριότητα αυτή επωφελείται η τοπική και εθνική οικονομία. Ένα από τα οφέλη που παρατηρούνται είναι η μείωση του λειτουργικού κόστους της επιχείρησης, μέσω των ενεργειών εξοικονόμησης ενέργειας. Πιο συγκεκριμένα, η επιχείρηση μπορεί να χρησιμοποιεί λαμπτήρες χαμηλής κατανάλωσης, να εξοικονομεί νερό και να χρησιμοποιεί τρόπους επεξεργασίας και διάθεσης των αποβλήτων της, τα οποία στην αρχή μπορεί να συνεπάγονται ένα κόστος, ωστόσο σταδιακά επιφέρουν οφέλη (Levinsohn, 2013).

Είναι σαφές ότι σήμερα οι καταναλωτές είναι πιο συνειδητοποιημένοι και αναζητούν προϊόντα και υπηρεσίες που θα ικανοποιήσουν τις αυξανόμενες ανάγκες τους. Αναζητούν λοιπόν προϊόντα και υπηρεσίες με πράσινα χαρακτηριστικά και θέλουν να αναγράφεται η οικολογική σήμανση πάνω στα προϊόντα. Από την πλευρά τους και οι ίδιες οι επιχειρήσεις επιθυμούν να παράγουν και να προσφέρουν τα παραπάνω προϊόντα για να μπορέσουν να διαφοροποιηθούν από τους ανταγωνιστές τους και να διατηρήσουν την επιχειρηματική επιτυχία τους (Sarkar, 2013).

Οι επιχειρήσεις λοιπόν έχουν κατανοήσει ότι για να συνεχίσουν να υφίστανται και να δραστηριοποιούνται στην αγορά προτεραιότητα τους είναι να διατηρήσουν την εμπιστοσύνη των πελατών τους και να περιορίσουν όσο το δυνατόν περισσότερο τη δυσaréσκεια και τα παράπονα τους. Έτσι υπάρχουν συγκεκριμένα χαρακτηριστικά τα οποία θεωρούνται για τους καταναλωτές ότι προσδίδουν υψηλή ποιότητα τόσο για τα προϊόντα όσο και για τις υπηρεσίες. Για αυτόν τον λόγο οι επιχειρήσεις έχοντας σαν καθοριστικό παράγοντα τη βελτίωση των παραγωγικών τους διαδικασιών καθημερινά θέτουν συγκεκριμένους στόχους για να το πετύχουν αυτό (Rebaietal., 2012).

Ένα ακόμα όφελος από την πράσινη επιχειρηματικότητα είναι οι χρηματοδοτήσεις και οι ενισχύσεις που παρέχονται από το κράτος και από την Ευρωπαϊκή Ένωση, ούτως ώστε να προσαρμόζονται οι δραστηριότητες της επιχείρησης στην περιβαλλοντική νομοθεσία και να υιοθετούνται τεχνικές προστασίας του περιβάλλοντος. Σε συνδυασμό με τα προηγούμενα το κράτος επιβάλλει φορολογικές ελαφρύνσεις και κίνητρα για την ανάπτυξη και παραγωγή φιλικών προς το περιβάλλον προϊόντων (Mioaraetal., 2014).

Επιπρόσθετα, οι επιχειρήσεις μπορούν να χρηματοδοτηθούν πιο εύκολα μέσω των πράσινων δανείων που χορηγούν οι τράπεζες, αναγνωρίζοντας και οι ίδιες την πράσινη χρηματοδότηση. Τα

επιχειρηματικά σχέδια με πράσινο προσανατολισμό πολλές φορές αναφέρονται ως πράσινα επιχειρηματικά σχέδια και συντάσσονται είτε για την έναρξη μιας νέας επιχειρηματικής δραστηριότητας, είτε για την μετατροπή μιας υφιστάμενης επιχείρησης σε «πράσινη». Έτσι οι επιχειρηματίες μπορούν να χρηματοδοτηθούν για τις επιχειρηματικές ιδέες που έχουν ένα καινοτόμο και περιβαλλοντικό - πράσινο χαρακτήρα και προσανατολισμό (Portney, 2008).

Η πράσινη επιχειρηματικότητα κερδίζει ολοένα έδαφος καθώς και οι επενδυτές ενδιαφέρονται για επιχειρήσεις οι οποίες είναι φιλικές προς το περιβάλλον και έτσι ενισχύονται οι «πράσινες επενδύσεις». Ωστόσο, θα πρέπει να δοθεί ισότιμη βαρύτητα τόσο στις ιδιωτικές όσο και στις δημόσιες πράσινες επενδύσεις. Έτσι τα κράτη θα αναγκαστούν στο μέλλον να επενδύσουν ακόμη περισσότερο προς την αντιμετώπιση των φυσικών καταστροφών, ενισχύοντας τις πράσινες δημόσιες επενδύσεις, όπως ήδη γίνεται στον τομέα της υγείας, της παιδείας και της κοινωνικής ασφάλισης (Sahooetal., 2007).

Τέλος, δε θα πρέπει να αγνοηθεί ότι πολλές ασφαλιστικές εταιρίες προσπαθούν να μειώσουν τις ενδεχόμενες οικονομικές ζημιές τους μέσω της προσφοράς ελκυστικών ασφαλιστικών προγραμμάτων σε επιχειρήσεις που ενσωματώνουν πράσινες πρακτικές στις δραστηριότητές τους. Με αυτόν τον τρόπο αντισταθμίζουν τις απώλειες τους από τις επιχειρήσεις που προκαλούν επιβαρύνσεις στο περιβάλλον (Gupta, 2003).

Συμπερασματικά, η πράσινη επιχειρηματικότητα συνδυάζει την παραγωγή και την παροχή πράσινων προϊόντων και υπηρεσιών, τα οποία είναι φιλικά προς το περιβάλλον, τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας στους τομείς της, τον περιορισμό της σπατάλης των περιορισμένων φυσικών πόρων, την αξιοποίηση των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, την ευαισθησία σε περιβαλλοντικά θέματα και γενικά την αναβάθμιση της ποιότητας ζωής (Usluetal., 2015).

2.7 Οικονομική κρίση, μικρομεσαίες επιχειρήσεις, πράσινη επιχειρηματικότητα

Οι προοπτικές και στρατηγικές για μια πράσινη οικονομική ανάπτυξη δεν μπορούν να κατανοηθούν πλήρως χωρίς να λαμβάνεται υπόψη η παραγωγή, η τεχνολογία και οι πρακτικές διαχείρισης των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ). Διασφαλίζοντας ότι οι ΜΜΕ συμμετέχουν πλήρως στις προσπάθειες για την πράσινη ανάπτυξη και η προσπάθεια να επωφεληθούν από τις αλλαγές της πολιτικής για την προώθηση της αποτελεί βασική πρόκληση για την αναμόρφωση (Stefanescuetal., 2012).

Το 99% του συνόλου των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων, χαρακτηρίζονται ως μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ), έχουν λιγότερους από 250 υπαλλήλους. Παρέχουν δύο από τις τρεις θέσεις εργασίας στον ιδιωτικό τομέα και συμβάλουν στο περισσότερο από το μισό της συνολικής προστιθέμενης αξίας που δημιουργείται από τις επιχειρήσεις της ΕΕ. Οι ΜΜΕ είναι οι κύριες υπεύθυνες για την αύξηση του πλούτου και της οικονομικής ανάπτυξης, μαζί με τον καίριο ρόλο τους στην καινοτομία, την έρευνα και την ανάπτυξη (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2012). Ο Levinsohn, το 2013, αναφέρει ότι οι ΜΜΕ διαδραματίζουν έναν

καίριο ρόλο, ο οποίος δεν έχει διερευνηθεί ακόμα συμβάλλοντας στην βιωσιμότητα των τοπικών κοινοτήτων. Έτσι το μεγάλο ποσοστό των ΜΜΕ είναι το κλειδί για την μεγάλη κλίμακα πρόσληψης ενός πράσινου μοντέλου ανάπτυξης (Scholtens, 2009).

Επιπλέον, οι ΜΜΕ είναι σημαντικές για την πράσινη ανάπτυξη ως βασικοί μοχλοί της οικολογικής καινοτομίας και αποτελούν τους βασικούς παίκτες στις αναδυόμενες πράσινες βιομηχανίες. Υπάρχουν αυξανόμενες ευκαιρίες στον τομέα των υπηρεσιών που συνδέονται με τις πράσινες κατασκευές. Οι ΜΜΕ μπορούν να γίνουν ιδιαίτερα δημιουργικές και καινοτόμες στον τομέα των υπηρεσιών, όπως για παράδειγμα να ασχοληθούν με το σχεδιασμό και την αρχιτεκτονική των επιχειρήσεων ή με τους παρόχους που παρέχουν λύσεις βίο-ενέργειας. Οι ΜΜΕ μπορούν να συμμετάσχουν ενεργά στους τομείς που βρίσκονται στο επίκεντρο της πρόσφατης πράσινης ανάπτυξης, όπως είναι η παραγωγή ενέργειας από ανανεώσιμες πηγές, τα έξυπνα συστήματα μέτρησης, η ανακαίνιση κτιρίων, τα καθαρότερα αυτοκίνητα, καθώς και αιολικές και ηλιακές εγκαταστάσεις. (IEA, 2009).

Αναπόφευκτα η οικονομική κρίση οδήγησε τις περισσότερες επιχειρήσεις να αντιμετωπίσουν τις αδυναμίες τους και να προβούν σε ενέργειες μείωσης του λειτουργικού τους κόστους ούτως ώστε να επιβιώσουν μακροχρόνια. Έτσι πολλές από αυτές εκμεταλλεύτηκαν το κλίμα των έντονων αναταράξεων και ανακάλυψαν ευκαιρίες και δυνατότητες σε διάφορους τομείς και πιο συγκεκριμένα στον τομέα της πράσινης επιχειρηματικότητας. Η ανάγκη λοιπόν για τη δημιουργία επιχειρήσεων με περιβαλλοντική δράση προτείνεται χωρίς δεύτερη σκέψη (Gupta, 2003).

Η χρηματοπιστωτική και οικονομική κρίση έχει δημιουργήσει χώρο για μια αλλαγή στις δημόσιες πολιτικές, προσφέροντας την ευκαιρία για παρεμβάσεις που στοχεύουν στην ενθάρρυνση, ανάκαμψη και την ανανεωμένη ανάπτυξη σε πιο περιβαλλοντικά και κοινωνικά ζητήματα. Πολλές χώρες έχουν υιοθετήσει τους στόχους της κλιματικής αλλαγής και σημαντικά ποσά διατέθηκαν για τους στόχους της κλιματικής πολιτικής, ως μέρος του πακέτου τόνωσης που λήφθηκαν από τις χώρες σε όλο τον κόσμο για την αντιμετώπιση της οικονομικής κρίσης.

Επομένως, τον τελευταίο καιρό αναπτύσσονται τα λεγόμενα πράσινα επαγγέλματα τα οποία περιλαμβάνουν όλες τις θέσεις εργασίας που είναι άμεσα συνυφασμένες με το περιβάλλον ή δημιουργούνται ή επαναπροσδιορίζονται κατά τη διαδικασία μετάβασης προς μια πιο πράσινη οικονομία. Ο εκτεταμένος αυτός ορισμός αναφέρεται σε όλες εκείνες τις ρυθμιστικές και τεχνολογικές αλλαγές που συνδέονται με τη μετάβαση προς μια οικονομία η οποία κάνει χρήση πιο αποδοτικά των πόρων και τις χαμηλές εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα και με το να έχει εκτεταμένες συνέπειες για ένα ευρύ φάσμα επαγγελματιών (EuropeanCommission, 2015).

Εκτιμάται ότι το 2030 το θεματικό πλαίσιο για το κλίμα και την ενέργεια θα μπορούσε να δημιουργήσει έως και 700.000 επιπλέον θέσεις εργασίας στην Ευρώπη. Η επίτευξη της Ενεργειακής

Ένωσης και η επίτευξη των κλιματικών και ενεργειακών στόχων του 2020 και 2030, θα συμβάλλει στη δημιουργία ευκαιριών απασχόλησης στους τομείς των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και της ενεργειακής απόδοσης. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις, η εφαρμογή των μέτρων ενεργειακής απόδοσης θα μπορούσαν να δημιουργήσουν ή να διατηρήσουν 2 εκατομμύρια θέσεις εργασίας μέχρι το 2020 και η ανάπτυξη των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας θα μπορούσε να οδηγήσουν σε 3 εκατομμύρια θέσεις εργασίας μέχρι το 2020 (EuropeanCommission, 2015).

Η ανάπτυξη πράσινων στρατηγικών θα πρέπει να πραγματοποιεί σε διεθνές και εθνικό επίπεδο, ιδιαίτερα για τις περιβαλλοντικές προκλήσεις που έχουν παγκόσμιο χαρακτήρα, όπως η κλιματική αλλαγή και τη βιοποικιλότητα, αλλά και η τοπική διάσταση θα πρέπει να λαμβάνεται σοβαρά υπόψη. Η διεθνής συνεργασία και ο συντονισμός θα είναι κρίσιμης σημασίας για τη διασφάλιση της συνολικής αποτελεσματικότητας όλων των παραπάνω πολιτικών. Σε συνδυασμό με τα παραπάνω οι τοπικές αρχές έχουν σημαντικό ρόλο να διαδραματίσουν στη μείωση των επιπέδων εκπομπών εντός των περιοχών τους, στη δημιουργία ευκαιριών για την επέκταση των πράσινων δραστηριοτήτων και των επενδύσεων, ιδίως των ΜΜΕ, και στην προσαρμογή της αγοράς εργασίας στο νέο οικονομικό περιβάλλον (Weber, 2008).

Σε γενικές γραμμές, οι ΜΜΕ δυσκολεύονται περισσότερο να συμμορφωθούν με την περιβαλλοντική νομοθεσία σε σχέση με τις μεγάλες εταιρείες. Πιο συγκεκριμένα η μετάβαση σε μια πιο πράσινη οικονομία μπορεί να είναι πιο δύσκολη για τις ΜΜΕ από ότι για τις μεγάλες επιχειρήσεις, παρόλο που οι ΜΜΕ είναι περισσότερο ευέλικτες και μπορούν να προσαρμόζονται στο ταχέως μεταβαλλόμενο περιβάλλον της αγοράς. Η προθυμία και η ικανότητα των ΜΜΕ να υιοθετήσουν στρατηγικές για την αειφορία ή να αδράξουν τις ευκαιρίες της πράσινης επιχειρηματικότητας έρχεται σε αντιπαράθεση με τους περιορισμένους πόρους, τα ελλείμματα στις δεξιότητες και τις γνώσεις, για να μην αναφέρουμε την προσπάθεια για την επιχειρηματική τους επιβίωση, ιδιαίτερα στον απόηχο της τρέχουσας κρίσης.

Η πρόσβαση στη χρηματοδότηση εξακολουθεί να είναι μία από τις πιο σημαντικές προκλήσεις για τη δημιουργία, την επιβίωση και την ανάπτυξη των ΜΜΕ, ιδιαίτερα αν ανήκουν στην κατηγορία των καινοτόμων ΜΜΕ. Η διευκόλυνση της πρόσβασης των ΜΜΕ στη χρηματοδότηση είναι ζωτικής σημασίας για τις επενδύσεις σε βιώσιμες επιχειρηματικές πρακτικές. Οι οικονομικοί περιορισμοί είναι ιδιαίτερα υψηλοί για τους νεοεισερχόμενους στη διαδικασία της καινοτομίας, δεδομένου ότι δεν έχουν καμία ιστορία επιτυχίας και συχνά μόνο περιορισμένη πρόσβαση σε εσωτερική χρηματοδότηση. Επιπλέον, στην περίπτωση της πράσινης καινοτομίας, η τεχνολογική αβεβαιότητα και η αβεβαιότητα της αγοράς είναι ιδιαίτερα υψηλές, αυξάνοντας έτσι τα ασφάλιστα κινδύνου (Gupta, 2003).

Οι κανονισμοί, σε συνδυασμό με τη φορολογία και τις δαπάνες, είναι μερικοί από τους βασικούς μοχλούς που οι κυβερνήσεις μπορούν να χρησιμοποιήσουν για την προώθηση της πράσινης ανάπτυξης (ΟΟΣΑ, 2010). Οι ρυθμιστικές αλλαγές, όμως, μπορεί να δημιουργήσουν σημαντικές επιβαρύνσεις στις πληροφορίες και το κόστος προσαρμογής για τους περιορισμένους πόρους των ΜΜΕ είναι υψηλό. Οι ΜΜΕ

πρέπει να επενδύσουν χρόνο και πόρους για την απόκτηση των σχετικών πληροφοριών, να κατανοήσουν τις επιπτώσεις του νέου κανονισμού και στη συνέχεια να προσαρμόσουν τα προϊόντα τους και τις διαδικασίες τους. Η ικανότητα αντίδρασης σε μια αυστηρότερη ρύθμιση μπορεί να είναι ένα πρόβλημα κατά τη διάρκεια της μετάβασης, κυρίως για τις ΜΜΕ καθώς δυσκολεύονται πολλές φορές να παρακολουθήσουν το ταχέως μεταβαλλόμενο ρυθμιστικό περιβάλλον.

Συμπερασματικά, η έλλειψη εμπειρίας, οι χρονοβόρες διαδικασίες έγκρισης για τα νέα προϊόντα, η έλλειψη καταναλωτικής ζήτησης και η σύσφιξη στους όρους πίστωσης είναι τα κύρια εμπόδια για τις ΜΜΕ να μουν στις πράσινες αγορές. Ωστόσο, δεν είναι λίγοι εκείνοι που υποστηρίζουν ότι οι εκπρόσωποι των ΜΜΕ είναι εκείνοι οι όποιοι προβάλλουν αντιρρήσεις για την ενσωμάτωση περιβαλλοντικών πρακτικών στις καθημερινές τους δραστηριότητες λόγω άγνοιας ή λόγω φόβου για τις δύσκολες οικονομικές συγκυρίες (Gupta, 2003).

Όπως και με κάθε διαρθρωτική αλλαγή, η μετάβαση προς μια πράσινη οικονομία θα αποτελέσει πρόκληση για το εργατικό δυναμικό της. Η μετάβαση σε μια οικονομία χαμηλών εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα θα απαιτήσει την προσαρμογή ορισμένων τομέων και χαρακτηριστικών των θέσεων εργασίας, μέσω της επανεκπαίδευσης ή της αναβάθμισης των δεξιοτήτων των εργαζομένων σε ορισμένους τομείς. Επίσης, η μετάβαση απαιτεί πολλές δράσεις πολιτικής για την αξιοποίηση του δυναμικού για τη δημιουργία θέσεων εργασίας και για τον περιβαλλοντικό προσανατολισμό της εκάστοτε οικονομίας.

Ένα μεγάλο μέρος των εκπροσώπων των ΜΜΕ έχει κατανοήσει τα πλεονεκτήματα που προκύπτουν από την υιοθέτηση διαδικασιών, προϊόντων και υπηρεσιών τα οποία είναι φιλικά προς το περιβάλλον. Ειδικότερα, τα πλεονεκτήματα που προκύπτουν για τις ΜΜΕ είναι τα εξής: α) μειώνονται τα κόστη των επιχειρήσεων, β) βελτιώνεται το εταιρικό τους προφίλ, γ) δημιουργούνται υγιείς χώροι εργασίας, δ) δημιουργείται το επιθυμητό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και ε) δημιουργούνται περισσότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες. Έτσι με δεδομένη τη σημασία των ΜΜΕ στην οικονομική ανάπτυξη θα πρέπει να δημιουργηθεί ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο το οποίο θα ενθαρρύνει το πράσινο επιχειρείν και όσο είναι δυνατόν τη λειτουργία τους με φιλική προς το περιβάλλον συμπεριφορά.

Οι κυβερνήσεις λοιπόν μπορούν να παρέχουν ζωτικής σημασίας υποστήριξη στις ΜΜΕ προκειμένου να ξεπεράσουν τα κύρια εμπόδια που αντιμετωπίζουν για τη μετάβασή τους προς μια πράσινη οικονομική ανάπτυξη και να τις ενθαρρύνουν για νέες επιχειρηματικές επενδύσεις στις πράσινες αγορές. Οι προτεραιότητες των κυβερνήσεων περιλαμβάνουν πρωτοβουλίες όπως είναι: η μεγιστοποίηση της επίγνωσης των ΜΜΕ για τις αυξημένες κλίμακας συνεπειών της μετάβασης προς μια πράσινη οικονομία καθώς και μια οικονομία χαμηλών εκπομπών άνθρακα, αντιμετώπιση των κενών των ΜΜΕ όσον αφορά τις γνώσεις και τις δεξιότητες τους σε σχέση με τις πράσινες τεχνολογίες, τις πρακτικές και τα επιχειρηματικά μοντέλα, και της ενίσχυσης της πρόσβασης των ΜΜΕ στις αναδυόμενες αγορές των περιβαλλοντικών αγαθών και υπηρεσιών (Doane, 2004)

Κεφάλαιο 3: Ο ρόλος των τραπεζών και η βιώσιμη ανάπτυξη

3.1 Εισαγωγή

Οι τράπεζες είναι οι κύριοι οικονομικοί παράγοντες που επηρεάζουν το βιομηχανικό τομέα για δανεισμό αλλά και τη χρηματοδότηση των έργων του. Παράλληλα με αυτά διαδραματίζουν ένα σημαντικό ρόλο στην προώθηση ενός βιώσιμου περιβάλλοντος. Οι δραστηριότητες των τραπεζικών ιδρυμάτων δε σχετίζονται με το περιβάλλον καθώς θεωρούνται επιχειρήσεις που δε προκαλούν προβλήματα σε αυτόν τον τομέα, ωστόσο οι δραστηριότητες των κύριων πελατών τους έχουν σοβαρό αντίκτυπο στο περιβάλλον. Έτσι κρίνεται απαραίτητο τα τραπεζικά ιδρύματα να υιοθετήσουν πράσινες στρατηγικές μέσω τεχνολογικών και λειτουργικών βελτιώσεων και επενδύσεις με σκοπό την αλλαγή των συνηθειών των άμεσων ρυπαίνοντων, δηλαδή των πελατών τους. Καθώς η κοινωνία γνωρίζει αρκετά σχετικά με τα περιβαλλοντικά ζητήματα, υπάρχει ανάγκη για τις τράπεζες να υιοθετήσουν πράσινες στρατηγικές στις εργασίες τους (Γαζή, 2007).

Ο τραπεζικός κλάδος έχει και άμεση και έμμεση επίδραση στο περιβάλλον. Πιο συγκεκριμένα, οι άμεσες επιπτώσεις σχετίζονται με τις εργασίες στο πλαίσιο των τραπεζών, όπως η κατανάλωση ενέργειας για φωτισμό, η θέρμανση, η χρήση υπολογιστών και οι μηχανές ATM, η χρήση νερού και χαρτιού, η διάθεση των αποβλήτων, καθώς και τα επαγγελματικά ταξίδια που πραγματοποιούνται από τα στελέχη τους. Από την άλλη πλευρά, οι έμμεσες επιπτώσεις των τραπεζών, οι οποίες ονομάζονται επίσης και εξωτερικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις, προκαλούνται από τους πελάτες τους μέσω της παροχής χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. Οι υπηρεσίες καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα συμπεριλαμβανομένων της πώλησης χρηματοοικονομικών προϊόντων, τις καταθέσεις και τις συναλλαγές δανεισμού. Αυτές οι δραστηριότητες είναι σημαντικές για την παγκόσμια οικονομία, αλλά μπορεί να έχουν σοβαρές επιπτώσεις στο περιβάλλον. Επισημάνεται ότι σε σύγκριση με τις άμεσες περιβαλλοντικές επιπτώσεις, οι έμμεσες χρήζουν μεγαλύτερης προσοχής (Baietall, 2014).

Επομένως, ο κύριος σκοπός των τραπεζών είναι να εκτελούν τραπεζικές δραστηριότητες, αλλά με ένα επιπλέον σχέδιο για τη φροντίδα του περιβάλλοντος και τη διατήρηση των φυσικών πόρων, συμπεριλαμβανομένης και της βιοποικιλότητας. Αυτό σημαίνει την προώθηση φιλικών προς το περιβάλλον πρακτικών και την μείωση του αποτυπώματος άνθρακα από τις τραπεζικές λειτουργίες. Τα παραπάνω αποτελούν ένα έξυπνο και ενεργό τρόπο σκέψης με όραμα τη μελλοντική βιωσιμότητα (Γαζή, 2007).

Το International Financial Corporation (IFC), στην έκθεσή του για το 2007, σχετικά με τη τραπεζική βιωσιμότητα, αναφέρει ότι για τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, η βιωσιμότητα έχει δύο συνιστώσες: η πρώτη είναι η διαχείριση των κοινωνικών και περιβαλλοντικών κινδύνων στην στρατηγική των αποφάσεων και του δανεισμού και η δεύτερη τον εντοπισμό των ευκαιριών για την ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων σε νέους τομείς που σχετίζονται με την αειφορία. Για τη διαχείριση του περιβαλλοντικού κινδύνου, οι τράπεζες θα πρέπει να σχεδιάσουν κατάλληλα συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης για την αξιολόγηση των

κινδύνων που ενέχουν τα επενδυτικά τους σχέδια. Επιπλέον, οι ίδιες οι τράπεζες μπορούν να αποσυρθούν από τη χρηματοδότηση έργων υψηλού κινδύνου. Το δεύτερο συστατικό των πράσινων τραπεζικών συνεπάγεται τη δημιουργία χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών που υποστηρίζουν την εμπορική ανάπτυξη με περιβαλλοντικά όμως οφέλη.

Η περιβαλλοντική διαχείριση δρα όπως η διαχείριση του κινδύνου, καθώς αυξάνει την ποιότητα των στοιχείων του ενεργητικού και την αξία των επιχειρήσεων. Η ενσωμάτωση περιβαλλοντικών πολιτικών στις τραπεζικές πολιτικές μπορεί να αποβεί σωτήρια για τις τράπεζες λόγω των ζημιών που προκαλούνται από περιβαλλοντικούς κινδύνους. Οι περιβαλλοντικοί κίνδυνοι μπορεί να οδηγήσουν σε απώλειες χρηματικές αλλά και σε απώλειες όσον αφορά τη φήμη των τραπεζών. Όταν οι πελάτες τους αντιμετωπίζουν περιβαλλοντικά προβλήματα, ή έχουν τιμωρηθεί για παραβίαση των περιβαλλοντικών κανονισμών, οι τράπεζες δεν μπορούν να πάρουν πίσω τα δάνεια τους και πρέπει να αντιμετωπίσουν τους κινδύνους φήμης. Εκτός από τους κινδύνους αδυναμίας αποπληρωμής του δανείου από τους οφειλέτες, άλλοι κίνδυνοι περιλαμβάνουν τη μειωμένη αξία των εξασφαλίσεων. Ειδικότερα, οι τράπεζες θα πρέπει να μειώσουν τους περιβαλλοντικούς κινδύνους ενθαρρύνοντας περισσότερο τις επενδύσεις σε εταιρείες που σέβονται το περιβάλλον. Με αυτόν τον τρόπο επιτυγχάνεται η βιώσιμη ανάπτυξη (Γούδα, 2010).

Οι τραπεζικές στρατηγικές είναι πολύ σημαντικές για τη βιώσιμη ανάπτυξη. Σύμφωνα με τον Jeucken, το 2001 υπάρχουν τέσσερα στάδια ενεργειών τα οποία οι τράπεζες πρέπει να υιοθετήσουν για τη βιωσιμότητα. Περιληπτικά τα στάδια είναι τα εξής: α) η αμυντική τραπεζική, β) η προληπτική τραπεζική, γ) η προσβλητική τραπεζική και δ) η αειφορική τραπεζική.

Πιο συγκριμένα κατά τη φάση της αμυντικής στρατηγικής η τράπεζα παραμένει ανενεργή ή ακόμα αντιστέκεται στο να αναλάβει περιβαλλοντικές ρυθμίσεις αφού τα συμφέροντα της μπορεί να βλάπτονται ή να επηρεάζονται άμεσα από τις ζημιές των πελατών της. Το κόστος από το περιβαλλοντικό μάνατζμεντ τείνει να αποφεύγεται. Στη συνέχεια κατά τη φάση της προληπτικής τραπεζικής η τράπεζα απλώς συμπεριλαμβάνει το οργανωσιακό περιβαλλοντικό μάνατζμεντ και το μάνατζμεντ περιβαλλοντικού κινδύνου στις καθημερινές της δραστηριότητες. Οι λόγοι για τους οποίους προβαίνει σε αυτές τις ενέργειες είναι για τη μείωση του κόστους, τη πίεση που δέχεται από τις κυβερνήσεις και τις ΜΚΟ καθώς και τους κινδύνους φήμης (Sharmaetal., 2013).

Έπειτα, κατά τη φάση της προσβλητικής τραπεζικής η τράπεζα αναγνωρίζει την περιβαλλοντική ανησυχία ως ανταγωνιστική ευκαιρία στη χρηματοοικονομική αγορά. Στη συνέχεια θα αναπτύξει φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα ή υπηρεσίες και μετά θα τα διαθέσει στην αγορά. Έτσι οι τράπεζες προσδοκούν ότι θα επιτύχουν τη νικηφόρα λύση, αλλά τέτοιου είδους περιπτώσεις σπάνια πετυχαίνουν, καθώς τα περιβαλλοντικά κόστη στην πραγματικότητα δε συμπεριλαμβάνονται στο τρέχον σύστημα τιμών (Lymperopoulosetal., 2012).

Τέλος κατά τη φάση της αειφορικής τραπεζικής η τράπεζα δεν ψάχνει για την καλύτερη οικονομική απόδοση, αλλά για την υψηλότερη βιώσιμη απόδοση, ενώ είναι επικερδής σε μακροπρόθεσμη βάση. Ωστόσο, στην πραγματικότητα, τέτοια στρατηγική θα οδηγήσει σε απώλεια κέρδους, δεδομένου ότι οι περισσότερες δραστηριότητες τους, δεν θα μπορούσαν να χρηματοδοτηθούν από τους μετόχους κατά αυτόν τον τρόπο. Η φάση αυτή θα λειτουργήσει μόνο εάν όλες οι τράπεζες λειτουργούν σε παρόμοια βάση (Γούδα, 2010).

3.2 Έννοια πράσινης τραπεζικής

Οι 'ηθικές' τράπεζες είναι το μεγαλύτερο κοινωνικό κίνημα προς την κατεύθυνση της κοινωνικής και περιβαλλοντικής ευθύνης στον χρηματοπιστωτικό τομέα και βοηθούν τη συνολική βιώσιμη ανάπτυξη και ανάπτυξη μιας χώρας. Η κίνηση αυτή περιλαμβάνει 'ηθικές' επενδύσεις, κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις, καθιστώντας την εταιρική κοινωνική ευθύνη σημαντικό ζήτημα.

Στα πλαίσια της ηθικής των τραπεζών αναπτύχθηκε μια νέα μορφή τραπεζικής, όπως τη συναντάμε στη βιβλιογραφία η «πράσινη τραπεζική». Η «πράσινη τραπεζική» είναι οποιαδήποτε μορφή τραπεζικής σύμφωνα με την οποία προωθούνται φιλικές προς το περιβάλλον πρακτικές και γίνονται προσπάθειες για τη μείωση του αποτυπώματος άνθρακα από τις τραπεζικές εργασίες (Γούδα, 2010).

Η πράσινη τραπεζική επίσημα ξεκίνησε το 2003 με σκοπό την προστασία του περιβάλλοντος, στη συνέχεια διατυπώθηκαν οι Αρχές του Ισημερινού (EQUATOR PRINCIPLES (EPS)) και έτσι άρχισε να υιοθετείται από ορισμένες κορυφαίες παγκόσμιες τράπεζες. Με την εισαγωγή της πράσινης τραπεζικής η αρχική απόφαση ήταν να ελαχιστοποιηθεί η χρήση χαρτιού στον τραπεζικό τομέα και αυτό γιατί γενικά απαιτείται μεγάλος όγκος χαρτιού στις τραπεζικές εργασίες.

Μια παραδοσιακή τράπεζα μετατρέπεται σε πράσινη τράπεζα όταν ασκεί τις κύριες δραστηριότητες της με τέτοιο τρόπο ώστε να προστατεύει το περιβάλλον. Αυτό σημαίνει ανάπτυξη χωρίς αποκλεισμούς τραπεζικών στρατηγικών που θα εξασφαλίζουν από τη μια σημαντική οικονομική ανάπτυξη και από την άλλη προώθηση φιλικών προς το περιβάλλον πρακτικών. Οι πράσινες τραπεζικές πρακτικές μπορούν να υιοθετηθούν με δυο τρόπους. Ο ένας τρόπος είναι αυτός που υιοθετείται από τις ίδιες τις τράπεζες και ο άλλος είναι αυτός που υιοθετείται από τους τραπεζίτες στα πλαίσια της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας. Επομένως, στον πρώτο τρόπο συμπεριλαμβάνονται η δημιουργία καθαρού και υγιούς τραπεζικού περιβάλλοντος, τα πράσινα κτίρια, η αναδάσωση, οι ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές, η διαχείριση των αποβλήτων, η εγκατάσταση ηλιακών πάνελ στην ταράτσα της τράπεζας, η μείωση της ηχορύπανσης και η χρήση κάμερας για τις διασκέψεις αντί των φυσικών συναντήσεων. Η χρηματοδότηση των πράσινων έργων όπως το βιοαέριο, η ηλιακή ενέργεια και οι άλλες ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, οι μονάδες επεξεργασίας λυμάτων, συγκεκριμένα έργα πρασίνου και οι εθελοντικές δραστηριότητες των τράπεζες ανήκουν στην δεύτερη κατηγορία (Γούδα, 2010).

Η πράσινη τραπεζική αναλαμβάνει προληπτικά μέτρα για την προστασία του περιβάλλοντος και την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής ενώ χρηματοδοτεί μαζί με την αποδοτική χρήση των ανανεώσιμων πηγών, μη ανανεώσιμων, ανθρώπινων και φυσικών πόρων. Μερικά σημαντικά χαρακτηριστικά των πράσινων τραπεζικών εργασιών συνοψίζονται ως εξής (Lalon, 2005):

- Οι τράπεζες μπορούν να βοηθήσουν το περιβάλλον μέσω της αυτοματοποίησης και των online τραπεζικών συναλλαγών,
- Η πράσινη τραπεζική επικεντρώνεται στην κοινωνική προστασία και την ασφάλεια μέσω της αλλαγής των αρνητικών επιπτώσεων της κοινωνίας,
- Στη χρηματοδότηση δίνεται πάντα προτεραιότητα στις επενδύσεις/δάνεια που εξετάζουν τους παράγοντες κινδύνου για τις περιβαλλοντικές συνθήκες,
- Δημιουργείται μια ευχάριστη ατμόσφαιρα μέσα και έξω από το τράπεζα,
- Φροντίζεται πάντα η αειφόρος και η πράσινη ανάπτυξη στη βιομηχανία και για κοινωνικούς σκοπούς,
- Οι πελάτες των τραπεζών θεωρούνται ως μέλη της οικογένειας τους, και οι τράπεζες καθοδηγούν και εποπτεύουν προγράμματα για τη μείωση της ρύπανσης,
- Μειώνεται το κόστος και η ενέργεια εξοικονομώντας έτσι χρήματα και αυξάνοντας το ΑΕΠ της χώρας.

Δε θα πρέπει να αγνοηθεί ότι ένα σημαντικό κομμάτι της πράσινης τραπεζικής είναι και η πράσινη χρηματοδότηση, η οποία έχει αναπτυχθεί για τη βελτίωση της βιώσιμης ανάπτυξης και την προώθηση της οικονομικής ανάπτυξης στο χρηματοπιστωτικό κλάδο. Πιο συγκεκριμένα η πράσινη χρηματοδότηση αναφέρεται σε ποικίλες χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες και προϊόντα που παρέχονται από τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα για την αειφόρο ανάπτυξη. Αν και δεν υπάρχει ακόμα συναίνεση σχετικά με τον ορισμό των πράσινων οικονομικών, έχουν γίνει ευρέως αποδεκτά μερικά βασικά στοιχεία. Σύμφωνα με παλιότερες μελέτες η πράσινη χρηματοδότηση, στα πλαίσια του τραπεζικού τομέα, περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα της αγοράς με βάση το δανεισμό ή την επένδυση των επιχειρήσεων, με τη συμμετοχή της λιανικής τραπεζικής, τη χρηματοδότηση του έργου, τη διαχείριση περιουσιακών στοιχείων, τα είδη των δανείων και τη χρηματοδότηση των επενδύσεων (Baietal, 2014).

Επίσης, στον τραπεζικό κλάδο, η πράσινη χρηματοδότηση σημαίνει ότι ο τραπεζικός κλάδος πρέπει όχι μόνο να συμβάλλει στη μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων της χρηματοδότησης, αλλά θα πρέπει να χρηματοδοτήσει προληπτικά πράσινες επιχειρήσεις και τεχνολογίες, να αναπτύξει νέα πράσινα χρηματοοικονομικά προϊόντα και να συμβάλλει στην περαιτέρω ανάπτυξη της αγοράς για χαμηλές εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα (Baietal., 2014).

Επομένως, έχει έρθει η ώρα για τις τράπεζες να υιοθετήσουν μια ολοκληρωμένη πολιτική πράσινης τραπεζικής με ένα επίσημο και δομημένο τρόπο, σύμφωνα με τα παγκόσμια πρότυπα ούτως ώστε να

προστατεύσουν την υποβάθμιση του περιβάλλοντος και να διασφαλίσουν τις βιώσιμες τραπεζικές πρακτικές (Lalon, 2015). Οι λόγοι για την υιοθέτηση πράσινων στρατηγικών είναι πολλαπλοί, για παράδειγμα, η αύξηση της κατανάλωσης ενέργειας καθώς και των τιμών της ενέργειας, το αυξανόμενο ενδιαφέρον των καταναλωτών σε φιλικά προς το περιβάλλον αγαθά και υπηρεσίες, οι υψηλότερες προσδοκίες του κοινού για τις περιβαλλοντικές αρμοδιότητες των τραπεζών και τις αναδυόμενες αυστηρότερες ρυθμιστικές απαιτήσεις (Sharmaetal., 2013).

3.3 Σημασία πράσινης τραπεζικής

Σε γενικές γραμμές, οι συμβατικές τράπεζες βασίζονται στην ασφάλεια και την αποδοτικότητα, και ως εκ τούτου είναι απρόθυμες να διευρύνουν το πεδίο εφαρμογής των εξωτερικών τους δεοντολογικών τους κανόνων τους. Ωστόσο, τα παραπάνω έχουν αλλάξει λόγω της διεθνούς προπαγάνδας για τις πράσινες τραπεζικές δραστηριότητες. Τα θέματα της βιώσιμης ανάπτυξης, της βιώσιμης τραπεζικής, των βιώσιμων επιχειρήσεων και των βιώσιμων κοινωνιών βρίσκονται ψηλά στην ημερήσια διάταξη σε πολλές αναπτυσσόμενες και βιομηχανικές χώρες. Ο ρόλος των επιχειρήσεων και των τραπεζών έχει λάβει ξεχωριστή θέση, όπως αυτός των κυβερνήσεων, στην προώθηση της ανθρώπινης και της οικονομικής ανάπτυξης κατά τέτοιον τρόπο που να είναι βιώσιμη. Υπάρχει πλέον μεγαλύτερος έλεγχος όσον αφορά τις επιχειρηματικές λειτουργίες και τις πρακτικές εταιρικής διακυβέρνησης των επιχειρήσεων και των τραπεζών σε όλο τον κόσμο (Tseleetal., 2007).

Οι πρόσφατες τραπεζικές κρίσεις έχουν οδηγήσει τους ειδικούς στον χρηματοοικονομικό και τραπεζικό τομέα καθώς και τους επιστήμονες να σκεφτούν καινοτόμες τραπεζικές πρακτικές, προκειμένου οι τράπεζες να βγούνε από τα οικονομικά και χρηματοπιστωτικά προβλήματα που βιώνουν. Επομένως, γίνεται προφανές για τους ειδικούς των τραπεζών ότι οι λύσεις δε θα πρέπει να επικεντρώνονται μόνο στην απλή βελτίωση της εποπτείας και της ρύθμισης. Ως εναλλακτική λύση, οι ειδικοί υποστηρίζουν την ανάγκη αλλαγής της σημερινής οικονομίας, όπου μοναδικό κίνητρο είναι το μέγιστο κέρδος σε μια οικονομία όπου ο καθένας συνεισφέρει για την επίτευξη της τραπεζικής βιωσιμότητας. Εκ νέου η έννοια της «αειφόρου» τράπεζας αρχίζει να αυξάνεται. Η ακριβής έννοια της «βιώσιμης τράπεζας» εξελίσσεται με το χρόνο και εξακολουθεί να είναι ένα αντικείμενο της συζήτησης (Rebaietal., 2012).

Ένας από τους λόγους που η πράσινη τραπεζική έχει αναπτυχθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια είναι γιατί μέσω αυτής ελαχιστοποιούνται οι κίνδυνοι που αφορούν τον τραπεζικό τομέα. Πιο συγκεκριμένα οι κίνδυνοι αυτοί, μπορεί να είναι πιστωτικοί, νομικοί καθώς και κίνδυνοι φήμης, οι οποίοι αναλύονται παρακάτω. Έτσι η σημασία της πράσινης τραπεζικής είναι τεράστια τόσο για τις ίδιες τις τράπεζες όσο και για το σύνολο της οικονομίας.

Πιστωτικός Κίνδυνος: Μπορεί να προκύψει έμμεσα, όταν οι τράπεζες δανείζουν στους πελάτες τους των οποίων οι δραστηριότητες τους επηρεάζονται αρνητικά από το κόστος αντιμετώπισης της ρύπανσης ή

λόγω των αλλαγών στους περιβαλλοντικούς κανονισμούς. Το κόστος αντιμετώπισης των νέων απαιτήσεων σχετικά με τα επίπεδα των εκπομπών μπορεί να είναι σημαντικό ώστε να θέσει ορισμένες εταιρείες εκτός της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας. Οι πιστωτικοί κίνδυνοι μπορεί να είναι μεγαλύτεροι λόγω της πιθανότητας αθέτησης των υποχρεώσεων πελατών ως αποτέλεσμα των ανυπολόγιστων δαπανών για επενδύσεις κεφαλαίου, εγκαταστάσεις παραγωγής, απώλεια μεριδίου αγοράς και αξίωση αστικής ευθύνης έναντι τρίτων. Επιπλέον, ο κίνδυνος αδυναμίας αποπληρωμής του δανείου από τους οφειλότες είναι μεγαλύτερος λόγω των περιβαλλοντικών τους υποχρεώσεων, λόγω των προστίμων, των νομικών ευθυνών και λόγω της μειωμένης προτεραιότητας αποπληρωμής όταν βρίσκονται σε καθεστώς πτώχευσης. Τέλος, οι πιστωτικοί κίνδυνοι συνδέονται με τον δανεισμό για την ασφάλεια των ακινήτων των οποίων η αξία έχει μειωθεί λόγω περιβαλλοντικών προβλημάτων (Sahoo&Nayak, 2007).

Νομικός Κίνδυνος: Οι τράπεζες όπως και άλλες εταιρείες βρίσκονται σε κίνδυνο, αν οι ίδιες δεν συμμορφώνονται με τη σχετική περιβαλλοντική νομοθεσία. Επίσης, είναι σε κίνδυνο της άμεσης ευθύνης του δανειστή για τον καθαρισμό του κόστους ή των αξιώσεων αποζημίωσης εάν έχουν στην κατοχή τους «μολυσμένα» περιουσιακά στοιχεία που προκαλούν ρύπανση. Ένα σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης βοηθά μια τράπεζα να μειώσει κινδύνους και τα κόστη της, να ενισχύσει την εικόνας της και τέλος να επωφεληθεί από τις ευκαιρίες δημιουργίας εσόδων (Sahoo&Nayak, 2007).

Κίνδυνος Φήμης: Κατά πάσα πιθανότητα, λόγω της αυξανόμενης ευαισθητοποίησης σχετικά με περιβαλλοντικά θέματα, τα τραπεζικά ιδρύματα είναι πιο επιρρεπή στο να χάσουν τη φήμη τους, εφόσον συμμετέχουν σε μεγάλα έργα, τα οποία θεωρούνται ως κοινωνικά και περιβαλλοντικά επιζήμια. Υπάρχουν επίσης περιπτώσεις όπου τα συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης έχουν οδηγήσει σε εξοικονόμηση κόστους, σε μείωση του κινδύνου, σε μεγαλύτερη περιβαλλοντική διαχείριση, σε αύξηση των λειτουργικών κερδών και στην αύξηση της αξίας των ομολόγων. Τέλος, ο κίνδυνος φήμης είναι υπολογίσιμος όταν οι τράπεζες εμπλέκονται στην χρηματοδότηση οικολογικών και ηθικών αμφισβητήσιμων έργων (Heim&Zenklusen, 2005).

Εν κατακλείδι, η υιοθέτηση των πράσινων τραπεζικών στρατηγικών θα βοηθήσει την τράπεζα να αντιμετωπίσει αυτούς τους κινδύνους, οι οποίοι συνδέονται με τις δραστηριότητες τους.

3.4 Η διαφορά ανάμεσα στην πράσινη τραπεζική και την παραδοσιακή τραπεζική

Παραδοσιακά τα τραπεζικά ιδρύματα αποτελούν ένα πολύ σημαντικό κομμάτι των λεγόμενων αγορών χρήματος και αγορών κεφαλαίου και έχουν αναπτύξει διάφορα προϊόντα και υπηρεσίες για να υποστηρίξουν την παραδοσιακή λειτουργία της αγοράς και της πώλησης χρήματος. Οι τράπεζες προσφέρουν διαφορετικά κανάλια πρόσβασης σε διάφορα τραπεζικά προϊόντα και τις υπηρεσίες τους μέσω των ATM, των καταστημάτων τους, της ηλεκτρονικής τραπεζικής κ.λπ. Η γκάμα των τραπεζικών προϊόντων είναι συγκεκριμένη και αφορά κυρίως τη λιανική και τη χονδρική τραπεζική. Η λιανική τραπεζική αναφέρεται σε προϊόντα τα οποία αναφέρονται σε «μικρούς» πελάτες, όπως είναι οι ιδιώτες και

τα νοικοκυριά, οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις. Η χονδρική τραπεζική αναφέρεται σε πολύ μεγάλους πελάτες κυρίως σε μεγάλες επιχειρήσεις. Όμως, οι τράπεζες ανέπτυξαν νέα προϊόντα και υπηρεσίες για να ανταποκριθούν στη ζήτηση των καταναλωτών για βιώσιμες επιλογές.

Τρεις είναι οι βασικοί λόγοι οι οποίοι συνέβαλλαν στην εμφάνιση και στην ανάπτυξη των πράσινων προϊόντων και υπηρεσιών: η Περιβαλλοντική γνώση και η κάλυψη από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, η Περιβαλλοντική συνείδηση και η Περιβαλλοντική νομοθεσία και οι κανονισμοί.

Περιβαλλοντική Γνώση και η Κάλυψη από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης

Καθώς ζούμε στην εποχή της κοινωνίας της πληροφορίας έχει ενεργοποιηθεί μια άνευ προηγουμένου κατανόηση των πηγών και των επιπτώσεων των διαφόρων περιβαλλοντικών θεμάτων. Τα σύγχρονα ΜΜΕ καλύπτουν τα θέματα αυτά, σε συνδυασμό με πολυεθνικές περιβαλλοντικές εκστρατείες και πρωτοβουλίες ευαισθητοποίησης που συμβάλουν στη βελτίωση της κατανόηση των θεμάτων από το ευρύ κοινό.

Περιβαλλοντική συνείδηση

Σταδιακά πραγματοποιήθηκε μεταστροφή της συμπεριφοράς των καταναλωτών οι οποίοι ευαισθητοποιήθηκαν πάνω σε περιβαλλοντικά προβλήματα. Δεν είναι λίγοι οι καταναλωτές που υιοθετούν νέα καταναλωτικά πρότυπα αναζητώντας προϊόντα και υπηρεσίες φιλικά προς το περιβάλλον με τους περισσότερους από αυτούς να διαμορφώνουν μια ολοκληρωμένη περιβαλλοντική συνείδηση δαπανώντας ακόμα και περισσότερα χρήματα για να τα αποκτήσουν.

Περιβαλλοντική νομοθεσία και κανονισμοί

Το νέο κανονιστικό πλαίσιο που υιοθετείται και εφαρμόζεται για την αντιμετώπιση των περιβαλλοντικών θεμάτων όπως είναι η κλιματική αλλαγή καθώς και η μείωση των εκπομπών των αερίων θερμοκηπίου τονώνουν σημαντικά τη ζήτηση για πράσινα προϊόντα και υπηρεσίες

3.5 Ορισμός πράσινων τραπεζικών προϊόντων και διεθνής εμπειρία

Τα πράσινα προϊόντα και οι υπηρεσίες συμβάλλουν στη δημιουργία αποδοτικών και μεγάλου εύρους λύσεων για μια αγορά που ανταποκρίνεται στα περιβαλλοντικά προβλήματα, στις νέες νομοθεσίες και οδηγίες και στην περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση. Θεωρούνται δηλαδή εκείνα τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που δίνουν τη δυνατότητα στον πελάτη να επιλέξει μια καθαρή λύση για τη μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων που αφορούν την τραπεζική του δραστηριότητα. Μπορεί η μείωση αυτή να προέλθει είτε από ειδικά σχεδιασμένες στρατηγικές, είτε από τη δημιουργία περιβαλλοντικού οφέλους που λειτουργεί προσθετικά στο περιβαλλοντικό ισοζύγιο.

Τα βασικά ζητήματα που καλείται να λάβει υπόψη όποιος έχει σαν στόχο την ανάπτυξη πράσινων τραπεζικών προϊόντων αφορούν (Eellsetal., 1966):

- Τα υπάρχοντα πράσινα προϊόντα που προσφέρονται σήμερα από τα διάφορα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα στον κόσμο.
- Τις τάσεις της αγοράς για την ανάπτυξη και προώθηση πράσινων προϊόντων.
- Τις οδηγίες και τη νομοθεσία που υποστηρίζει την ανάπτυξη πράσινων προϊόντων.
- Τη σημερινή ανάγκη για τα πράσινα προϊόντα και το πώς αυτή θα διαμορφωθεί μελλοντικά.
- Τις καλές πρακτικές και την εμπειρία που αποκτάται κατά την ανάπτυξη τέτοιων προϊόντων.
- Τα βασικά στοιχεία που χρειάζεται να γνωρίζουν τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα σε σχέση με την ανάπτυξη και το marketing των προϊόντων αυτών.

Και τα έξι αυτά σημεία είναι πολύ σημαντικό να αναλυθούν σε βάθος, προκειμένου να μπορεί κανείς να έχει μια ολοκληρωμένη εικόνα για το τι συμβαίνει γύρω από τα πράσινα τραπεζικά προϊόντα και το πόσο σημαντικό ρόλο παίζει ο τραπεζικός κλάδος με την επιλογή του να δημιουργήσει προϊόντα που απευθύνονται αποκλειστικά σε όσους θέλουν να επενδύσουν στην πράσινη ανάπτυξη. Για τον λόγο αυτό θα γίνει μία ανάλυση των πράσινων τραπεζικών προϊόντων που υπάρχουν ανά τον κόσμο αλλά και να παρουσιαστούν οι βασικές τους κατηγορίες που δεν σχετίζονται μονάχα με τα τραπεζικά προϊόντα, αλλά και με άλλες μορφές. Αυτές είναι (Evangelinosetal., 2009):

1. προϊόντα με σκοπό την προώθηση μεγάλης κλίμακας περιβαλλοντικής προστασίας (πχ. αγοραπωλησία ρύπων, δάνεια ΑΠΕ).
2. προϊόντα βελτιστοποίησης, με σκοπό την προώθηση πράσινων επενδύσεων (πχ. δημιουργία χαρτοφυλακίου πράσινων πελατών, δάνεια για την αγορά περιβαλλοντικών αυτοκινήτων).
3. περιβαλλοντικοί χρηματιστηριακοί δείκτες και δείκτες αειφορίας, που έχουν σαν στόχο την αξιολόγηση εταιριών για την περιβαλλοντική και κοινωνική τους συμπεριφορά.

Αυτοί οι δείκτες επιτρέπουν στους επενδυτές να λάβουν υπόψη περιβαλλοντικά κριτήρια στις επιχειρηματικές τους επιλογές. Με βάση τις κατηγορίες αυτές και το είδος του πελάτη, διαφορετικά τμήματα μέσα σε χρηματοπιστωτικά ιδρύματα ανά τον κόσμο αναπτύσσουν τέτοιου είδους προϊόντα.

3.6 Πράσινα προϊόντα και υπηρεσίες

Τα πράσινα προϊόντα και υπηρεσίες χωρίζονται στους παρακάτω τραπεζικούς τομείς:

3.6.1 Η Λιανική Τραπεζική

Τα πράσινα προϊόντα της λιανικής τραπεζικής που έχουν αναπτυχθεί μέχρι σήμερα, απευθύνονται σε ιδιώτες, εταιρείες και μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Περιλαμβάνουν δάνεια, πιστωτικές και χρεωστικές κάρτες, ταξιδιωτικές επιταγές, εντολές πληρωμών, διαχείριση προσωπικών λογαριασμών και ασφάλιση. Πιο συγκεκριμένα υπάρχουν (NATF, 2007).

3.6.1.1 Τα στεγαστικά δάνεια

Γενικά τα πράσινα στεγαστικά δάνεια προσφέρουν μικρότερα επιτόκια από τα συμβατικά για πελάτες που θέλουν να αποκτήσουν ή να επενδύσουν σε ενεργειακά αποδοτικές οικίες, συσκευές καλύτερης ενεργειακής κατανάλωσης, ανακαινίσεις κτηρίων με στόχο την καλύτερη περιβαλλοντική συμπεριφορά τους και τέλος χρήση ΑΠΕ σε οικίες. Σε μερικές χώρες, κίνητρα δημιουργούνται από τις κυβερνητικές δράσεις που προωθούν την εφαρμογή της οδηγίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τη μείωση της ενεργειακής κατανάλωσης στον κτηριακό τομέα (2002/91) και επομένως τα δάνεια αυτά ανταποκρίνονται στις δράσεις αυτές. Υπάρχουν και χώρες όπου δίνονται ευνοϊκοί όροι τόσο για νέα όσο και για παλαιά σπίτια. Σε αυτή τη περίπτωση δίνεται μία έκπτωση το χρόνο στο επιτόκιο και δεν υπάρχει κόστος εξυπηρέτησης για την δόση κάθε μήνα. Πρόσφατα, εμφανίζονται και περιπτώσεις όπου το δάνειο αυτό συνδέεται με έργα αντιστάθμισης, και ο κάθε πελάτης που συμμετέχει στο πρόγραμμα αυτό λαμβάνει ένα πιστοποιητικό αντιστάθμισης ρύπων (GreenCarbonOffsetCertificate).

Με αυτό τον τρόπο ο συμμετέχων αναγνωρίζει και του αναγνωρίζονται τα περιβαλλοντικά οφέλη με την επιλογή που έκανε για το πράσινο δάνειο. Για να το πετύχει αυτό, θα πρέπει οι όροι του δανείου να μην είναι περιοριστικοί, προκειμένου να χρησιμοποιηθεί ευρέως (Evangelinosetal., 2009).

3.6.1.2 Δάνεια Επαγγελματικής Στέγης

Τα δάνεια αυτά προορίζονται για πελάτες που αναζητούν την ενεργειακή αποδοτικότητα κτηρίων επαγγελματικής στέγης. Πιο συγκεκριμένα, αφορά τα παραδοσιακά κτήρια με χαμηλότερη κατανάλωση ενέργειας καθώς και τη μείωση των απορριμμάτων και της ατμοσφαιρικής ρύπανσης που προκαλούν. Συμβάλλουν έτσι στη μείωση των λειτουργικών εξόδων, τη βελτίωση της ενεργειακής τους απόδοσης και την επιμήκυνση της διάρκειας ζωής. Σε κάποιες χώρες η αποπληρωμή του δανείου γίνεται μέσω της εξοικονόμησης ενέργειας που επιτυγχάνεται. Υπάρχουν και περιπτώσεις που η απόκτηση εμπειρίας αποτελεί βασικό σημείο στην εφαρμογή του προϊόντος, ενώ τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα τα χρησιμοποιούν για ενίσχυση της φήμης τους. Όσο μεγαλύτερα έργα χρηματοδοτούν, τόσο μεγαλύτερη και καλύτερη φήμη αποκτούν (Doane, 2004).

3.6.1.3 Καταναλωτικό cashcollateral

Αφορά καταναλωτικά δάνεια με χαμηλότερο επιτόκιο για εγκατάσταση τεχνολογιών ΑΠΕ. Για τα δάνεια αυτά, οι τράπεζες συνεργάζονται με εταιρίες που διαθέτουν τον εξοπλισμό αλλά και με περιβαλλοντικές μη κυβερνητικές οργανώσεις. Η εκταμίευση αυτών των δανείων γίνεται εφάπαξ, ενώ η αποπληρωμή εξαρτάται από τις εκάστοτε νομοθεσίες. 4. Δάνειο για αγορά αυτοκινήτου ή φορτηγού ή στόλου αυτοκινήτων Δάνεια με χαμηλότερα επιτόκια για την αγορά αυτοκινήτων ή φορτηγών ή στόλου που εκπέμπουν λιγότερα αέρια θερμοκηπίου. Προσφέρονται κυρίως στις αγορές της Αυστραλίας και της Ευρώπης (Aggarwaletal., 2014).

Σε ορισμένες χώρες υπάρχει πρόγραμμα διαβάθμισης αερίων που εκλύονται από όλους τους τύπους αυτοκινήτων και αναλόγως κινείται και το ποσοστό επιτοκίου. Αυτό έχει δώσει μέχρι και 45% άνοδο στα δάνεια αυτοκινήτων. Στην Ευρώπη, υπάρχουν χρηματοπιστωτικά ιδρύματα τα οποία προσφέρουν δάνεια για αυτοκίνητα τα οποία τα συνδέουν με εκπαιδευτικές υπηρεσίες και προγράμματα αντιστάθμισης ρύπων. Για παράδειγμα, με κάθε τέτοιο δάνειο δίνονται και οδηγίες για καλύτερη οδήγηση, με αποτέλεσμα χαμηλότερη κατανάλωση (Aggarwaletal., 2014).

3.6.1.4 Πιστωτικές και Χρεωστικές Κάρτες

Σε πολλές τράπεζες στον κόσμο δίνονται κάρτες που συνδέονται με περιβαλλοντικές δραστηριότητες. Στα ευρωπαϊκά χρηματοπιστωτικά ιδρύματα γίνεται όλο και πιο δημοφιλές το προϊόν που προσφέρει αντιστάθμιση του οικολογικού αποτυπώματος που δημιουργεί ο χρήστης της κάρτας με τις δραστηριότητες του. Αυτό το πρόγραμμα μπορεί να εφαρμοστεί με μικρό κόστος για τον ιδιώτη, με πολύ ικανοποιητικά αποτελέσματα. Υπάρχουν περιπτώσεις που παρέχεται έκπτωση και χαμηλό επιτόκιο για πράσινες αγορές (Halletal., 2010).

3.6.1.5 Προσωπικού λογαριασμοί

Σε αυτή την περίπτωση, μερικοί λογαριασμοί συνδέονται με ετήσιες πράσινες δωρεές. Πιο συγκεκριμένα, στην Αυστραλία υπάρχουν λογαριασμοί που έχουν ανοιχτεί για την υποστήριξη αγροτών που εφαρμόζουν πρακτικές αειφόρου γεωργίας. Με αυτό τον τρόπο η τράπεζα δίνει χορηγίες με βάση τον μέσο όρο υπολοίπων στους συγκεκριμένους λογαριασμούς πελατών. Σε άλλες περιπτώσεις, καταθετικοί λογαριασμοί συνδέονται με δάνεια για την ενίσχυση τοπικών εταιριών που προσφέρουν συστήματα εξοικονόμησης ενέργειας. Στόχος των λογαριασμών αυτών είναι να μειώσουν τα απορρίμματά τους οι εκάστοτε εταιρίες, καθώς και τη ρύπανση του περιβάλλοντος που προκαλούν, όπως και να συμβάλλουν στην εξοικονόμηση φυσικών πόρων (Lalon, 2015).

3.6.1.6 Πράσινες πωλήσεις και προϊόντα μετακινήσεων

Σε αυτή την κατηγορία, τα διάφορα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, δεσμεύονται να δωρίσουν ένα συγκεκριμένο ποσό για κάθε πελάτη που έρχεται στην τράπεζα και παίρνει δάνειο, ή ανοίγει λογαριασμό, ή παίρνει συνάλλαγμα ή ακόμη και πιστωτικές κάρτες. Επιπλέον, υπάρχουν τράπεζες που ενθαρρύνουν την αντιστάθμιση εκπομπής διοξειδίου του άνθρακα που σχετίζεται με αεροπορικές μετακινήσεις. Σε συνεργασία λοιπόν με οργανισμούς αντιστάθμισης, έφτιαξαν ιστοσελίδες που υποστηρίζουν το συγκεκριμένο προϊόν, όπου το κεφάλαιο που συλλέγεται χρησιμοποιείται για επενδύσεις σε εξοικονόμηση ενέργειας, σε δασική αποκατάσταση, και σε έργα ΑΠΕ σε αναπτυσσόμενες περιοχές (Levinsohn, 2013).

3.6.1.7 Άλλα προϊόντα και υπηρεσίες

Άλλα προϊόντα, ευρέως διαδεδομένα στην Ευρωπαϊκή αγορά, κυρίως αφορούν τη μίσθωση (leasing) τεχνολογίας φιλικής προς το περιβάλλον, ή τεχνολογίας ΑΠΕ σε προνομιακά επιτόκια. Επιπλέον, υπάρχουν αρκετές τράπεζες που εξετάζουν το ενδεχόμενο της παροχής μικρών δανείων σε ιδιώτες και ΜΜΕ, στους οποίους οι αιτήσεις δανείων απορρίπτονται παραδοσιακά, με στόχο την χρηματοδότηση μικρών περιβαλλοντικών έργων, όπως μικρών ηλιακών εγκαταστάσεων. Σε πολλές περιπτώσεις, τέτοιου είδους δάνεια προωθούνται πολύ στις αναπτυσσόμενες χώρες (Mioaraetal., 2014).

3.6.2 Επενδυτική Τραπεζική Και Τραπεζική Μεγάλων Επιχειρήσεων

Πολλές τράπεζες στον κόσμο παρέχουν προϊόντα και υπηρεσίες σε μεγάλες επιχειρήσεις, ιδρύματα, κυβερνήσεις και άλλες δημόσιες οντότητες, με περίπλοκες οικονομικές απαιτήσεις. Έτσι, στο θέμα των πράσινων τραπεζικών προϊόντων εμφανίζεται ένα μεγάλο φάσμα επιλογών ανάλογα με την εκάστοτε διεύθυνση (Usluetal., 2015).

3.6.2.1 Project Finance

Η διεύθυνση αυτή, ασχολείται κυρίως με δάνεια για τη χρηματοδότηση μεγάλων έργων υποδομής, όπως τηλεπικοινωνίες, πρώτες ύλες. Σήμερα, μερικές τράπεζες μετρούν τους ρύπους στην ατμόσφαιρα από επενδύσεις κυρίως στον τομέα της Ενέργειας. Ενθαρρύνουν τη χρήση εναλλακτικών πηγών ενέργειας με την ποσοτικοποίηση του κόστους που προκύπτει λόγω των ρύπων. Σε άλλες περιπτώσεις τράπεζες έχουν αναπτύξει τμήματα παροχής υπηρεσιών, ή ομάδες, οι οποίες ασχολούνται με μεγάλης κλίμακας έργα ΑΠΕ. Τα έργα αυτά είτε αφορούν πελάτες της τράπεζας, είτε αφορούν έργα της ίδιας της τράπεζας. Επιπλέον εμφανίζονται πράσινα προϊόντα τα οποία προορίζονται για επενδύσεις σε βιοκαύσιμα. Στόχος είναι η δημιουργία ενός ευέλικτου προϊόντος, το οποίο ανταποκρίνεται στις ανάγκες του κάθε πελάτη. Εκτός από τα βιοκαύσιμα, υπάρχουν χρηματοπιστωτικά ιδρύματα που προσφέρουν χρηματοδότηση επενδύσεων αιολικής ενέργειας (Sharmaetal., 2013).

3.6.2.2 Τιτλοποίηση

Μεγάλης κλίμακας υποδομές χρηματοδοτούνται με εγγύηση την τιτλοποίησή τους στις περιπτώσεις που αυτές συνδέονται με το περιβάλλον, δηλαδή όταν πρόκειται για περιβαλλοντικές υποδομές και έργα. Μέσω της εξασφάλισης αυτής, οι τράπεζες αγοράζουν καινούργια ομόλογα σε εγγυημένη τιμή που πωλούνται έπειτα σε θεσμικούς επενδυτές. Έτσι με βάση αυτό το σχήμα, ένα πρώτο τέτοιο προϊόν εμφανίστηκε, το οποίο έδωσε τη δυνατότητα ανάπτυξης ενός ομολόγου σχετικού με τα δάση. Το ομόλογο αυτό είναι μακροπρόθεσμο, κάτι που ανταποκρίνεται και στο μακροπρόθεσμο σχεδιασμό των επενδυτών.

Στο τέλος του έργου, ένα κεφάλαιο θα έχει μαζευτεί και θα δημιουργηθεί εταιρία ειδικού σκοπού που θα χρησιμοποιήσει το εν λόγω κεφάλαιο για τη δημιουργία υποδομής και αγοράς γης και εξοπλισμού. Οι χρηματοροές από το έργο θα χρησιμοποιηθούν για την εξασφάλιση κερδών των ομολόγων. Ένα αντίστοιχο προϊόν δημιουργήθηκε σε άλλη τράπεζα το οποίο αφορούσε ομόλογα για αντιμετώπιση καταστροφών. Σε αυτή την περίπτωση ο στόχος ήταν η βοήθεια ασφαλιστών προκειμένου να χρηματοδοτήσουν το ρίσκο των καταστροφών (Sharmaetal., 2013).

Σε άλλες περιπτώσεις, οι τράπεζες εξετάζουν τη δυνατότητα για τη δημιουργία ομολόγων από τιτλοποίηση εκατοντάδων υποθηκείσεων που χρησιμοποιούνται ως εγγυήσεις. Τα κτήρια τα οποία θα τιτλοποιηθούν θα πρέπει να πληρούν ορισμένες ενεργειακές και περιβαλλοντικές απαιτήσεις. Τα συγκεκριμένα ομόλογα θα αποτιμηθούν σε υψηλότερη τιμή από τα παραδοσιακά, λόγω της περιβαλλοντικής τους διάστασης. Τέλος, υπάρχουν πράσινα προϊόντα τα οποία σχετίζονται με τη δημιουργία ομολόγων ή την παροχή δανείων μέσω μερικών πιστωτικών εγγυήσεων, τιτλοποιήσεων και διευκολύνσεων κατανομής ρίσκου. Ο στόχος σε αυτή την περίπτωση είναι η δημιουργία ενός ομολόγου, για παράδειγμα από δήμους, οι οποίοι στην προσπάθειά τους να χρηματοδοτήσουν έργα χρησιμοποιούν πόρους που διαφοροποιούνται στην προέλευση και παρέχουν εγγυήσεις οι οποίες ανεβάζουν το επίπεδο κατάταξης τους σε τέτοιο βαθμό που να προσελκύουν θεσμικούς επενδυτές. Τέτοια έργα αφορούν για παράδειγμα τη δασοκομία, την αλιεία και την ύδρευση μέσω μίας αειφόρου προσέγγισης (Παπαδόπουλος, 2009).

3.6.2.3 VentureCapital (επιχειρηματικό κεφάλαιο) και PrivateEquity

Σε αυτή την κατηγορία προϊόντων, δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στα περιβαλλοντικά ζητήματα όταν χρηματοδοτούνται εταιρίες μέσω της κεφαλαιαγοράς. Συγκεκριμένα οι τράπεζες μπορούν να διαδραματίσουν καθοριστικό και επικερδή ρόλο μαζί με δημόσιες εγγραφές για την προμήθεια καθαρότερης ενέργειας, την ανάπτυξη αγοράς ρύπων και τη στήριξη εταιριών που εμπορεύονται περιβαλλοντικά προϊόντα και υπηρεσίες. Τέτοια δάνεια αφορούν την χρηματοδότηση κεφαλαίου κίνησης για επενδύσεις με περιβαλλοντική συνείδηση, πριν καν οι εταιρίες αποκτήσουν δημόσια εγγραφή. Έτσι τα πράσινα αυτά προϊόντα προσφέρουν την υποστήριξη ανοικτής δημόσιας προσφοράς εταιριών περιβαλλοντικού χαρακτήρα και ανάπτυξης αγοράς ρύπων (Sharmaetal., 2013).

Επιπλέον υπάρχουν προϊόντα τα οποία δίνουν τη δυνατότητα χρηματοδότησης επενδύσεων της ίδιας της τράπεζας σε ΑΠΕ, αειφόρο δασοκομία, έργα εξοικονόμησης νερού, καθαρές τεχνολογίες, εξοικονόμηση ενέργειας και αγοράς ρύπων. Σκοπός των συγκεκριμένων προϊόντων είναι η δημιουργία ενός μετοχικού κεφαλαίου σε έργα άμβλυνσης περιβαλλοντικών επιπτώσεων (Παπαδόπουλος, 2009).

3.6.2.4 Δείκτες

Μερικές τράπεζες προσφέρουν στους επενδυτές χρηματοδοτικές δυνατότητες που συνδυάζονται με συνεχώς αναπτυσσόμενους δείκτες, οι οποίοι εναλλάσσονται όσο μελλοντικοί περιβαλλοντικοί κίνδυνοι και ευκαιρίες αναδύονται. Η δημιουργία δεικτών που αποτελούνται από εταιρίες οι οποίες ασχολούνται με την αντιμετώπιση της υπερθέρμανσης του πλανήτη και με το περιβάλλον αποτελεί μία νέα σκέψη για το πράσινο προϊόν. Στόχος είναι η δημιουργία μιας πράσινης αγοράς. Επιπλέον, δημιουργούνται δυνατότητες για ένα εταιρικό ομόλογο ευνοϊκό για τις περιβαλλοντικά υπεύθυνες εταιρίες (Παπαδόπουλος, 2009).

3.6.2.5 Προϊόντα και υπηρεσίες της αγοράς ρύπων

Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες της αγοραπωλησίας ρύπων είναι προκαθορισμένα από το πλαίσιο που έχει οριστεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Αυτό οφείλεται στην εκκίνηση του σχεδίου της για εμπορία ρύπων τον Ιανουάριο του 2005. Πρόκειται για ένα σχέδιο που έθεσε περιορισμούς στις εκπομπές ρύπων σε 12000 ευρωπαϊκές εταιρίες και μερικές θυγατρικές στις ΗΠΑ. Ειδικά για την Ελλάδα, έθεσε 150 εταιρίες σε αυτόν τον περιορισμό.

Οι περιορισμοί οδήγησαν στην δημιουργία καινούριων τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών που σχετίζονται με τις κλιματικές αλλαγές. Πέρα από αυτά, έχουν ήδη δημιουργηθεί και γραφεία αγοραπωλησίας ρύπων μέσα στα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα. Ουσιαστικά πρόκειται για την προσθήκη, στα ήδη υπάρχοντα εμπορεύσιμα προϊόντα (ενέργεια, φυσικό αέριο) ενός νέου, αυτού των ρύπων. Το προϊόν απαρτίζεται από δύο κατηγορίες. Η πρώτη αφορά αυτή του μεσάζοντα- μεσίτη (broker) με επιβάρυνση ενός μικρού ποσού για την παροχή υπηρεσίας, ενώ η δεύτερη αφορά αυτή του υπολογισμού και διαχείρισης κινδύνου λόγω των ρύπων με επιβάρυνση στον πελάτη ενός περιθωρίου (Παπαδόπουλος, 2009).

3.6.2.6 Άλλα προϊόντα και υπηρεσίες

Η περιβαλλοντική χρηματοδοτική μίσθωση και οι προσωπικοί λογαριασμοί οι οποίοι συνδέονται με χορηγίες και δωρεές. Οι πράσινες ασφάλειες, οι οποίες συνδέονται με περιβαλλοντικά χαρακτηριστικά καθώς και ασφάλιστρα που προσαρμόζονται στις καθαρές τεχνολογίες και στη μείωση των ρύπων.

Πολλά από τα «πράσινα» χρηματοπιστωτικά προϊόντα και υπηρεσίες, που αναφέρθηκαν παραπάνω, είτε παραμένουν στο αρχικό στάδιο ανάπτυξης τους ή εφαρμογής τους, ή τα δεδομένα που σχετίζονται με την επιτυχία- αποτυχία τους δεν έχουν ακόμα ερευνηθεί. Λόγω αυτής της έλλειψης εμπειρίας για τα δεδομένα, κάθε αυστηρή μέτρηση θα πρέπει να λαμβάνεται σοβαρά υπόψη. Μελλοντικά, καθώς αναδύονται

πιο ποσοτικά και ποιοτικά στοιχεία για τα προϊόντα αυτά, υπάρχουν ορισμένα ερωτήματα τα οποία πρέπει να εξεταστούν κατά την μέτρηση της απόδοσης τους. Επομένως, τα ερωτήματα που θα πρέπει να εξεταστούν είναι τα ακόλουθα (UNEP, 2007).

- Επιτρέπουν την επίτευξη υψηλών επιπέδων οικονομικών επιδόσεων,
- Έχουν προσελκύσει ένα ιδιαίτερα μεγάλο αριθμό πελατών
- Έχουν διαρκέσει με την πάροδο του χρόνου και έχουν ξεκινήσει εκ νέου από έτος σε έτος,
- Έχουν αυξήσει την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση μεταξύ όλων των ενδιαφερομένων, συμπεριλαμβανομένων των πελατών και των εργαζομένων,
- Έχουν λάβει θετική προσοχή από τα μέσα ενημέρωσης και τις περιβαλλοντικές ΜΚΟ
- Έχουν προτρέψει την εισαγωγή άλλων περιβαλλοντικών προϊόντων και υπηρεσιών
- Έχουν βελτιώσει την αναγνωρισιμότητα και την εταιρική εικόνα μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών.

3.7 Ηλεκτρονική τραπεζική

Είναι ορατά και πολλαπλά τα οφέλη που προκύπτουν από την ηλεκτρονική τραπεζική για τις τράπεζες και για τους πελάτες τους. Έτσι οι ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές που πραγματοποιούνται από τους πελάτες μέσω της πληρωμής λογαριασμών, της πραγματοποίησης καταθέσεων και αναλήψεων, η ηλεκτρονική μεταφορά κεφαλαίων από τους λογαριασμούς τους μέσω του διαδικτύου σε μια ασφαλή ιστοσελίδα της τράπεζας συμβάλλουν και αυτές με τη σειρά τους στην προστασία του περιβάλλοντος. Στην πραγματικότητα η ηλεκτρονική τραπεζική είναι μια υπηρεσία που είναι πράσινη από τη φύση της καθώς μειώνεται το περιβαλλοντικό αποτύπωμα των τραπεζών από τη μείωση των καθημερινών συναλλαγών των πελατών τους. Πιο συγκεκριμένα η χρήση της online τραπεζικής, το mobilebanking, η πληρωμή λογαριασμών online, αντί της συνηθισμένης αλληλογραφίας, το άνοιγμα λογαριασμών σε απευθείας σύνδεση με τις τράπεζες αντί των πολλών τραπεζικών υποκαταστημάτων βοηθούν στη διατήρηση των φυσικών πόρων, στην εξοικονόμηση χαρτιού, ενέργειας και των δαπανών για τους φυσικούς πόρους (Bahl, 2012). Όλα τα παραπάνω θα μπορούσαν να επεκταθούν και στη μισθοδοσία των υπαλλήλων όπου οι εργοδότες θα μπορούσαν να δώσουν στους εργαζόμενους τη δυνατότητα να λαμβάνουν τον μισθό τους ηλεκτρονικά. Έτσι οι πελάτες εξοικονομούν χρήματα και χρόνο με την αποφυγή των καθυστερήσεων στις πληρωμές καθώς και περιορίζεται ο όγκος της εργασίας των τραπεζικών υπαλλήλων.

Οι τράπεζες θα πρέπει να δώσουν μεγαλύτερη έμφαση στο να γίνει πιο εύκολος ο τρόπος χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής, συμβάλλοντας με αυτόν τον τρόπο αλλαγή των συνηθειών των πελατών του τραπεζικού τομέα. Είναι ένας έξυπνος και ενεργός τρόπος σκέψης με το όραμα της μελλοντικής βιωσιμότητας ούτως ώστε όλοι να προστατεύουν το περιβάλλον με το μειώνουν τα απόβλητα χαρτιού, να μειώνουν το κόστος εκτύπωσης και τα έξοδα αποστολής (Παπαδόπουλος, 2009).

3.8 Τα πράσινα προϊόντα στην ελληνική τραπεζική αγορά

Η εικόνα που παρουσιάζει τα τελευταία χρόνια το ελληνικό τραπεζικό σύστημα είναι μεταβαλλόμενη καθώς συντελέστηκαν καθοριστικές αλλαγές μέσω των συγχωνεύσεων και των εξαγορών. Οι ελληνικές τράπεζες δραστηριοποιούνται πλέον σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον με αρκετά προβλήματα λόγω της έντονης ύφεσης της οικονομίας, παρέχοντας όμως υψηλές τραπεζικές υπηρεσίες τόσο σε ιδιώτες όσο και σε επιχειρήσεις. Οι προκλήσεις για τις ελληνικές τράπεζες είναι πολλές καθώς θα πρέπει να προβούν σε μείωση του λειτουργικού τους κόστους βελτιώνοντας το εύρος και την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρουν στους πελάτες τους. Παρόλα ταύτα οι ελληνικές τράπεζες προσανατολίζονται πλέον ολοένα και περισσότερο στη δημιουργία καινοτόμων και φιλικών προς το περιβάλλον προϊόντων και υπηρεσιών ακολουθώντας τις διεθνείς και ευρωπαϊκές τάσεις, εκπληρώνοντας παράλληλα περιβαλλοντικές ανάγκες (Παπαδόπουλος, 2009).

Η στροφή στα λεγόμενα πράσινα τραπεζικά προϊόντα δεν ήταν εύκολη για τα ελληνικά τραπεζικά ιδρύματα καθώς υπήρχαν κενά στη σχετική νομοθεσία. Με το κατάλληλο νομοθετικό πλαίσιο οι ελληνικές τράπεζες ανταποκρίθηκαν άμεσα στις σύγχρονες απαιτήσεις. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι τα πιο διαδεδομένα πράσινα προϊόντα στην Ελλάδα αποδείχτηκαν ότι είναι τα δάνεια για τις Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας (ΑΠΕ) και τα δάνεια για την εξοικονόμηση ενέργειας. Δε θα πρέπει να αγνοηθεί το γεγονός ότι οι ελληνικές τράπεζες προσπαθούν να μειώσουν όσο το δυνατόν μπορούν το περιβαλλοντικό τους αποτύπωμα και να προβούν σε δράσεις 55 προστασίας του περιβάλλοντος, όπως είναι η ανακύκλωση και η ευαισθητοποίηση του κοινωνικού συνόλου. Στον ελληνικό τραπεζικό τομέα υπάρχουν αρκετά πράσινα προϊόντα και υπηρεσίες τα οποία θα αποτελέσουν τον μοχλό ανάπτυξης της πράσινης επιχειρηματικότητας, της πράσινης οικονομίας και γενικά των πράσινων επενδύσεων (Mioaraetal., 2014).

Τα προϊόντα που προσφέρουν οι ελληνικές τράπεζες αναφέρονται συνοπτικά παρακάτω¹⁰:

1. Ανανεώσιμες πηγές ενέργειας οι οποίες περιλαμβάνουν χρηματοδοτήσεις για φωτοβολταϊκά συστήματα, για αιολικά πάρκα, για υδροηλεκτρικούς σταθμούς, για ηλιοθερμικά συστήματα και τεχνολογίες και εφαρμογές γεωθερμίας και βιομάζας.

2. Εξοικονόμηση ενέργειας η οποία περιλαμβάνει χρηματοδοτήσεις που αφορούν τον οικιακό τομέα μέσω της αντικατάστασης κουφωμάτων και συστημάτων θέρμανσης, στα κτήρια του τριτογενή τομέα μέσω της εγκατάστασης συστημάτων θέρμανσης, ψύξης, κλιματισμού υψηλής ενεργειακής απόδοσης, και τέλος στην παραγωγική διαδικασία μέσω της αξιοποίησης απορριπτόμενης θερμότητας, και της αντικατάστασης μηχανημάτων με νέα υψηλότερης απόδοσης. Επίσης, αφορούν: α) βιοκλιματικά κτίρια β) οικολογική δόμηση γ) τεχνολογίες εξοικονόμησης ενέργειας και δ) εταιρίες ενεργειακών επιθεωρητών και υπηρεσιών.

¹⁰<https://www.bsr.org/>

3. Πράσινες μεταφορές οι οποίες περιλαμβάνουν τη χρηματοδότηση αυτοκινήτων χαμηλών εκπομπών για το προσωπικό της επιχείρησης ή και για τους ιδιώτες που αποφασίζουν να αγοράσουν αυτοκίνητο χαμηλών εκπομπών και χαμηλής κατανάλωσης. Αντίστοιχα, χρηματοδοτούνται οι ιδιώτες που αγοράζουν ηλεκτρικό ή συμβατικό ποδήλατο. Ακόμα η επιχείρηση μπορεί να εφαρμόσει και το λεγόμενο πρόγραμμα car-pooling, έτσι ώστε σε κάθε αυτοκίνητο που μετακινείται να αξιοποιούνται όσο το δυνατόν περισσότερες επιβατικές θέσεις.

4. Η εναλλακτική διαχείριση αποβλήτων και νερού η οποία περιλαμβάνει την ανακύκλωση, τη διαχείριση υγρών αποβλήτων, τη διαχείριση νερού και τέλος τη κομποστοποίηση.

5. Η βιολογική γεωργία η οποία περιλαμβάνει επενδυτικές ευκαιρίες που παρουσιάζονται και αφορούν τόσο στις βιολογικές καλλιέργειες, όσο και στην τυποποίηση και εμπορία βιολογικών προϊόντων, φυτικής και ζωικής προέλευσης.

6. Πράσινη χημεία η οποία περιλαμβάνει επενδυτικά σχέδια που μπορεί να αφορούν επιχειρήσεις, οι οποίες ασχολούνται με την παραγωγή ή/και την μεταποίηση προϊόντων πράσινης χημείας, συσκευασία, εμπορία, πιστοποίηση-οικοσήμανση προϊόντων πράσινης χημείας και τέλος εφαρμογή πρακτικών πράσινης τεχνολογίας/μηχανικής.

7. Οικοτουρισμός – Αγροτουρισμός ο οποίος περιλαμβάνει επενδυτικά σχέδια που αφορούν την ενίσχυση της τοπικής αγροτικής παραγωγής και των τοπικών υπηρεσιών, τη δημιουργία και την εμπορία παραδοσιακών προϊόντων, την αγροτική παραγωγή και το πολιτιστικό περιβάλλον των αγροτικών περιοχών. Επίσης, τα επενδυτικά σχέδια αφορούν την προβολή των παραπάνω και γενικά την ενίσχυση επιχειρήσεων που συνεισφέρουν στην εκπαίδευση και γνωριμία του επισκέπτη με την τοπική κουλτούρα, τα τοπικά προϊόντα, τα ήθη και έθιμα και λοιπές τοπικές συνήθειες

3.9 Οφέλη της πράσινης τραπεζικής

Οι παραδοσιακές τράπεζες προκείμενου να μετατραπούν σταδιακά σε πράσινες απαιτούν εξειδικευμένα talέντα, δεξιότητες και εμπειρία λόγω του είδους των πελατών που έχουν να εξυπηρετήσουν. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα οι πράσινες τράπεζες να έχουν υψηλότερα λειτουργικά έξοδα, τουλάχιστον στην αρχή της λειτουργίας τους.

Επίσης, προκύπτουν προβλήματα διαφοροποίησης, καθώς οι πράσινες τράπεζες περιορίζουν τις επιχειρηματικές τους συναλλαγές σε εκείνες τις επιχειρηματικές δραστηριότητες που πληρούν τις προϋποθέσεις της πράσινης τραπεζικής. Έτσι με περιορισμένο αριθμό πελατών, θα έχουν μια μικρότερη βάση για την υποστήριξή τους. Ακόμα και η φήμη των τραπεζών επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό αν έχουν συμμετάσχει σε έργα τα οποία έχουν θεωρηθεί ως κοινωνικά και περιβαλλοντικά επιζήμια. Τέλος, πολλές τράπεζες που ασχολούνται με την πράσινη επιχειρηματικότητα είναι στο αρχικό στάδιο εκκίνησης τους,

γεγονός που καθυστερεί στο να έχουν έσοδα καθώς παίρνει συνήθως τρία με τέσσερα έτη για την εισροή εσόδων (Mioaraetal., 2014).

Ωστόσο προκύπτουν σημαντικά οφέλη από τη βιώσιμη τραπεζική. Πιο συγκεκριμένα τα οφέλη που προκύπτουν από τη βιώσιμη τραπεζική είναι μη οικονομικά και οικονομικά οφέλη. Τα μη οικονομικά οφέλη μπορούν να συνοψιστούν ως εξής: προστασία της φήμης, παροχή στις τράπεζες ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος σε σχέση με τους πελάτες που δίνουν σημασία σε κοινωνικά και περιβαλλοντικά θέματα, η αναβάθμιση της στρατηγικής τους θέσης ως ηγέτης της αγοράς, εμπλουτισμό της τοπικής κοινότητας και της πελατειακής βάσης και συμβολή στη διατήρηση και την προσέλκυση προσωπικού.

Τα οικονομικά οφέλη μπορούν να συνοψιστούν ως εξής: ανάπτυξη νέων προϊόντων και νέων πηγών εσόδων όπως είναι η χρηματοδότηση των υποβαθμισμένων βιομηχανικών εκτάσεων, των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, τη χρηματοδότηση περιβαλλοντικών προϊόντων και την χρηματοδότηση πράσινων κτιρίων. Επιπρόσθετα, τα οικονομικά οφέλη περιλαμβάνουν την ανάπτυξη περιβαλλοντικών συμβουλευτικών υπηρεσιών, τη δημιουργία ασφάλειας κινδύνου για το περιβάλλον και λογαριασμών περιβαλλοντικών καταθέσεων, επενδύοντας σε κεφαλαία σε μειονεκτούσες κοινότητες και υποεξυπηρετούμενες αγορές, τη χρηματοδότηση των κοινωνικών επιχειρήσεων, καθώς και των μικρών επιχειρήσεων, την ανάπτυξη ολοκληρωμένων υπηρεσιών ανάπτυξης της κοινότητας, συμπεριλαμβανομένων των εξειδικευμένων υπηρεσιών μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα (Lymperopoulosetal., 2012).

Η ιδέα της πράσινης τραπεζικής θα είναι ωφέλιμη για τους καταναλωτές, για τις τράπεζες και την οικονομία. Για τους καταναλωτές αυτό σημαίνει ότι περισσότερα δάνεια και περισσότερες καταθέσεις θα είναι διαθέσιμες μέσω της διαδικτυακής τραπεζικής. Επίσης, σημαίνει καλύτερα επιτόκια καταθέσεων για τα πιστοποιητικά καταθέσεων, για τους λογαριασμούς της αγοράς χρήματος και για τους αποταμιευτικούς λογαριασμούς. Επιπλέον, οι πράσινες τράπεζες θα έχουν χαμηλότερες αμοιβές και θα πετυχαίνουν μειώσεις στα επιτόκια για χρηματοδοτήσεις σε αποδοτικά ενεργειακά σχέδια (Sharmaetal., 2013).

3.10 Προοπτικές και Μελλοντικές εξελίξεις πράσινης τραπεζικής

Αναμφισβήτητα οι προοπτικές για την ανάπτυξη της πράσινης τραπεζικής είναι κάτι παραπάνω από ευοίωνες. Το πρόβλημα της παγκόσμιας αειφορίας αναγνωρίζεται ευρέως σε όλο τον κόσμο, έτσι και τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα έχουν αναγνωρίσει την αειφορία ως ένα σημαντικό μέρος των σχεδίων τους και όλες οι ενέργειες τους δείχνουν ότι η αειφόρος τραπεζική μπορεί να είναι μια ισχυρή λύση για την οικονομική κρίση. Οι τράπεζες όπως και οι περισσότερες επιχειρήσεις έχουν συνειδητοποιήσει ότι δραστηριοποιούνται σε μια παγκόσμια και ανταγωνιστική αγορά. Η διαφοροποίηση των προϊόντων τους από άποψη χαρακτηριστικών είναι αρκετά δύσκολη και έτσι πρέπει να στραφούν σε νέες επιχειρηματικές στρατηγικές.

Υπό το πρίσμα αυτό οι τράπεζες αντιλαμβάνονται ότι θα πρέπει να προσαρμοστούν στα νέα δεδομένα με το να είναι περισσότερο κοινωνικά και περιβαλλοντικά ευαίσθητες. Επομένως, η προστασία του περιβάλλοντος αποτελεί βασική προϋπόθεση για την αειφόρο ανάπτυξη και βασικό πυλώνα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Στο πλαίσιο αυτό, οι τράπεζες εντάσσουν στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες διαδικασίες και δράσεις που αποκοπούν στη μείωση του περιβαλλοντικού τους αποτυπώματος. οι στρατηγικές αυτές γίνονται πιο διαδεδομένες, όχι μόνο από τις τράπεζες, από αλλά και από τους παρόχους χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών, από τις εταιρείες διαχείρισης περιουσιακών στοιχείων και από τις ασφαλιστικές εταιρείες. Παρά το γεγονός ότι οι εταιρείες αυτές μπορεί να διαφέρουν σε σχέση με τα κίνητρα για την ανάπτυξη πράσινων προϊόντων και υπηρεσιών, η ανάπτυξη, η τροποποίηση και η καινοτομία πίσω από τις εξελίξεις αυτές δείχνουν ότι βρισκόμαστε στη μέση μιας πολλά υποσχόμενης κίνησης προς την ενσωμάτωση των πράσινων χρηματοοικονομικών προϊόντων στην παραδοσιακή τραπεζική (Lymperopoulouetal., 2012).

Απαραίτητη κρίνεται η συνεργασία των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων με τους επιχειρηματίες, τις κυβερνήσεις και με τις μη κυβερνητικές οργανώσεις προκειμένου γνωστοποιήσουν τη σπουδαιότητα των διάφορων πράσινων προϊόντων στο ευρύτερο κοινωνικό σύνολο. Επιπρόσθετα, από τη συνεργασία των παραπάνω φορέων θα σχεδιαστούν τα κατάλληλα πράσινα προϊόντα που θα ανταποκρίνονται στις πραγματικές ανάγκες όλων των εμπλεκόμενων μερών. Όπως είχε αναφερθεί και παραπάνω τα πράσινα προϊόντα θα πρέπει να είναι ελκυστικά και ευέλικτα προς τους πελάτες, και αν αντέχουν με την πάροδο του χρόνου και συνεχίζονται να υφίστανται. Έτσι, στο μέλλον θα πρέπει να διεξαχθούν έρευνες σχετικά με τα νέα πράσινα τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες προτού αυτά εισαχθούν στην αγορά. Τέλος, ένα ακόμα σημαντικό στοιχείο για την εξέλιξη της πράσινης τραπεζικής είναι και η εξοικείωση της έννοιας αυτής από τους υπαλλήλους των τραπεζών με τη συμμετοχή τους σε εκπαιδευτικά προγράμματα που σχετίζονται με το περιβάλλον. Με αυτόν τον τρόπο θα ευαισθητοποιηθεί το προσωπικό των τραπεζών σε περιβαλλοντικά θέματα επηρεάζοντας όχι μόνο το ίδιο αλλά και τα μέλη της οικογένειας του (Lymperopoulouetal., 2012).

Τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα έγιναν σημαντικά βήματα προς την κατεύθυνση της πράσινης τραπεζικής, με τις μεγαλύτερες τράπεζες της χώρας να αναπτύσσουν διάφορα πράσινα προϊόντα, ωστόσο σίγουρα υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης καθώς είναι πολλοί εκείνοι που δεν έχουν την επαρκή πληροφόρηση σχετικά με αυτά. Όλα αυτά πρέπει να εξεταστούν σε συνδυασμό με το γεγονός ότι η χώρα μας έχει άπειρες δυνατότητες να εκμεταλλευτεί τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας προκειμένου να αντιμετωπίσει την οικονομική κρίση. Ωστόσο, τα οικονομικά προβλήματα της χώρας μας, η γραφειοκρατία, η μη σταθερότητα στο πολιτικό σκηνικό και γενικά η απροθυμία ανάληψης νέων επενδύσεων αποτελούν εμπόδια για την εξέλιξη σε τομείς της βιώσιμης ανάπτυξης. Χαρακτηριστικό παράδειγμα όλων αυτών των προβλημάτων είναι τα τελευταία στατιστικά από τον σύνδεσμο εταιρειών φωτοβολταϊκών, τα οποία είναι απογοητευτικά. Πιο συγκεκριμένα υπήρχε μια πτώση στην απασχόληση λόγω της αναστολής αδειοδότησης νέων έργων, η οποία απασχόληση βασίστηκε ουσιαστικά σε έργα που είχαν ωριμάσει αδειοδοτικά από

παλιά και απλώς εκτελέστηκαν την συγκεκριμένη περίοδο, καθώς έγινε σε μια προσπάθεια να διορθωθούν οι παλαιότερες θεσμικές αστοχίες¹¹.

Η Ελλάδα λοιπόν περισσότερο από ποτέ θα πρέπει να ανασυγκροτηθεί στα θέματα που αφορούν τη βιώσιμη ανάπτυξη, υιοθετώντας τις καλές πρακτικές των άλλων χωρών και ενσωματώνοντας τες στην ελληνική κουλτούρα. Ένα σημαντικό βήμα προς αυτήν την κατεύθυνση είναι να δημιουργηθεί ένα ισχυρό και σταθερό νομοθετικό και κανονιστικό πλαίσιο, το οποίο θα παρέχει σημαντικά επενδυτικά και φορολογικά κίνητρα (Lymperopoulosetal., 2012).

Εν κατακλείδι, η Ελλάδα θα πρέπει να κατανοήσει τη σημαντικότητα του φυσικού της πλούτο και να προσπαθήσει να το χρησιμοποιήσει προς όφελος της, με μοναδικό γνώμονα να απεμπλακεί από την οικονομική κρίση που την ταλανίζει τα τελευταία χρόνια (Lymperopoulosetal., 2012).

¹¹www.helapco.gr

Κεφάλαιο 4: Πράσινα Τραπεζικά Προϊόντα- Η Περίπτωση της Τράπεζας Πειραιώς

4.1 Εισαγωγή

Η Τράπεζα Πειραιώς υποστηρίζει στην πράξη τη πράσινη τραπεζική (greenbanking) καθώς συνιστά στην πράξη, έναν τρόπο ζωής φιλικό προς το περιβάλλον με μια σειρά από ειδικά σχεδιασμένα προϊόντα και υπηρεσίες που προσφέρονται με προνομιακούς όρους και τιμολόγηση.

4.2 Λιανική τραπεζική

Ξεκινώντας από τη προϊόντα για ιδιώτες η Τράπεζα Πειραιώς προσφέρει σήμερα ένα πλήθος δανειακών επιλογών , που καλύπτουν όλο το φάσμα των «πράσινων» απαιτήσεων . Αξιοποιεί τα μέτρα της πολιτείας όσο αφορά την ανάπτυξη των φωτοβολταϊκών συστημάτων και παράλληλα προχωράει πολύ περισσότερο προσφέροντας εξειδικευμένες δανειακές λύσεις.

Έχει δώσει στα προσφερόμενα προϊόντα την ονομασία “Green” ώστε να δώσει έμφαση στη πράσινη στροφή με ουσιαστική εξοικονόμηση ενέργειας και φυσικών πόρων

- **Green Στεγαστικά Δάνεια :** Στα στεγαστικά δάνεια θέλοντας να ενισχύσει τον δανειολήπτη που κατά την αγορά , ανέγερση ή ριζική επισκευή της κατοικίας του ενσωματώνει όλες τις νέες διατάξεις για την ενεργειακή απόδοση της κατοικίας μέσω του Πιστοποιητικού ενεργειακής απόδοσης ή της Μελέτης ενεργειακής απόδοσης του παρέχει προνομιακή τιμολόγηση ανάλογα με το δείκτη ενεργειακής απόδοσης του ακινήτου, μηδενικά έξοδα και ευέλικτες διαδικασίες . Ουσιαστικά παρέχει , έκπτωση στο περιθώριο κέρδους της, σύμφωνα με την κατηγορία ενεργειακής απόδοσης στην οποία θα ενταχθεί η κατοικία και έχει ορίσει τρεις κατηγορίες . Στην πρώτη κατηγορία έχουμε για τις ενεργειακές απόδοσης MEK και A+ όπου η έκπτωση στο περιθώριο ανέρχεται σε 0,35 % , στη δεύτερη κατηγορία για την ενεργειακή απόδοση A όπου η έκπτωση στο περιθώριο ανέρχεται σε 0,30% και στη τρίτη κατηγορία την ενεργειακή απόδοση B+ όπου η έκπτωση στο περιθώριο ανέρχεται σε 0,25 % . Εφόσον η ενεργειακή απόδοση είναι χαμηλότερη δεν υπάρχει έκπτωση στο περιθώριο κέρδους της Τράπεζας. Επίσης προς αυτή την κατεύθυνση όλα τα green στεγαστικά δάνεια παρέχονται με δωρεάν έξοδα δανείου (τεχνικός έλεγχος , νομικός έλεγχος , έξοδα πιστοποίησης εργασιών ακινήτου , έξοδα παράστασης στο πρωτοδικείο και υπάρχει συνεργάτης greenbanking που παρακολουθεί, συμβουλεύει και να βοηθά το πελάτη για την εξέλιξη του δανείου του, για την έκδοση του Πιστοποιητικού ενεργειακής απόδοσης , για την μελέτη ενεργειακής απόδοσης όπως και για τη μελέτη οικονομικής βιωσιμότητας ενεργειακής αναβάθμισης.
- **Στεγαστικό - επισκευαστικό Green δάνειο :** Σκοπός του συγκεκριμένου τύπου δανείου είναι διττός

1. Επισκευή κατοικίας ή επαγγελματικής στέγης για εγκατάσταση Φωτοβολταϊκών συστημάτων. Παρέχει στεγαστικό δάνειο για τις αναγκαίες εργασίες επισκευής του κτιρίου ώστε να εγκατασταθούν οικιακά φωτοβολταϊκά συστήματα . Το μέγιστο ποσό της χρηματοδότησης μπορεί να ανέλθει και μέχρι το 100% του προϋπολογισμού εργασιών και το περιθώριο της τράπεζας κυμαίνεται από 3,95 % ,μέχρι και 7,00 % ανάλογα με τις εξασφαλίσεις που παρέχει ο πελάτης και το ποσό χρηματοδότησης.
2. Επισκευή κατοικίας ή επαγγελματικής στέγης με σκοπό την πράσινη ενεργειακή αναβάθμιση της . Παρέχει στεγαστικό δάνειο σε πελάτες που επιθυμούν επισκευή της κατοικίας τους με ταυτόχρονη ενεργειακή της αναβάθμιση . Η επισκευαστικές εργασίες που εντάσσονται στη κατηγορία αυτή είναι:
 - A. Παρεμβάσεις / επισκευές στο κέλυφος του κτιρίου όπως , τοποθέτηση θερμομόνωσης, τοποθέτηση θερμομονωτικών ρολών , τοποθέτηση ηλιοπροστατευτικού εξοπλισμού και τοποθέτηση θερμομονωτικών κουφωμάτων
 - B. Χρήση ηλεκτρομηχανολογικού εξοπλισμού όπως , εγκατάσταση ενεργειακού τζακιού , εγκατάσταση μονάδων ανάκτησης θερμότητας , εγκατάσταση συστημάτων θερμοστατικής ρύθμισης , εγκατάσταση μικρού βιολογικού σταθμού επεξεργασίας λυμάτων , εγκατάσταση συστήματος επαναχρησιμοποίησης νερού και αξιοποίησης βρόχινου και αντικατάσταση παλαιού συστήματος καυστήρα / λέβητα
 - C. Χρήση Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας (ΑΠΕ) όπως εγκατάσταση πάνελ φωτοβολταϊκών συστημάτων για αυτοκατανάλωση , εγκατάσταση ηλιακών θερμοσιφώνων , εγκατάσταση μικρών ανεμογεννητριών , εγκατάσταση κυψέλων καυσίμου , εγκατάσταση μικρών μονάδων συμπαραγωγής ηλεκτρισμού και θερμότητας

Το μέγιστο ποσό της χρηματοδότησης για τα στεγαστικά – επισκευαστικά δάνεια μπορεί να ανέλθει και μέχρι και το 100% του προϋπολογισμού εργασιών ή της οικονομικής προσφοράς/προτιμολογίου για την εγκατάσταση των φωτοβολταϊκών και το περιθώριο της τράπεζας κυμαίνεται από 3,95 % ,μέχρι και 7,00 % ανάλογα με τις εξασφαλίσεις που παρέχει ο πελάτης και το ποσό χρηματοδότησης.

- ✓ **Προσωπικό δάνειο Green :** Σκοπός του αυτού του προϊόντος είναι η χρηματοδότηση μικρής κλίμακας οικολογικών παρεμβάσεων ή αγοράς εξοπλισμού φιλικών προς το περιβάλλον.
- 1) Αγορά και εγκατάσταση φωτοβολταϊκών συστημάτων . Το συγκεκριμένο χρηματοδοτικό πρόγραμμα αφορά μόνο για αυτοκατανάλωση της παραγόμενης ενέργειας.
 - 2) Βελτίωσης κατοικίας μέσω πράσινων τεχνικών παρεμβάσεων και συστημάτων ΑΠΕ , όπως η τοποθέτηση ηλιοπροστατευτικού εξοπλισμού (εξωτερικά μόνιμα σκίαστρα , τέντες, περσίδες κ.α.), η

κατασκευή πράσινης στέγης στο δώμα του κτιρίου (φυτεμένα δέντρα), χρήση ψυχρών βαφών, αντικατάσταση παλαιού συστήματος καυστήρα, εγκατάσταση μονάδων ανάκτησης ενέργειας, εγκατάσταση κυβέλων καυσίμου, εγκατάσταση ηλιακών θερμοσιφώνων, εγκατάσταση συστημάτων θέρμανσης – κλιματισμού με χρήση ΑΠΕ.

- 3) Αγορά πράσινων οικοσκευών όπως , για οικοσκευές ενεργειακής κλάσης τουλάχιστον A , για αγορά κλιματιστικών ενεργειακής κλάσης τουλάχιστον A και ανεμιστήρες οροφής.
- 4) Πράσινες μεταφορές όπως είναι η αγορά ποδηλάτου , η αγορά ηλεκτρικού ποδηλάτου και η αγορά ηλεκτρικής μηχανής.

Το μέγιστο ποσό της χρηματοδότησης για τα προσωπικά δάνεια Green μπορεί να ανέλθει μέχρι και το 100% του προϋπολογισμού της οικονομικής προσφοράς εργασιών ή της οικονομικής προσφοράς / προτιμολογίου του προμηθευτή ή της εταιρίας εγκατάστασης και προσφέρεται με χαμηλό επιτόκιο και χωρίς άλλες εξασφαλίσεις.

- ✓ **Δάνειο εξοικονόμηση κατ' οίκον :** Σκοπός είναι η επισκευή της κατοικίας με σκοπό την ενεργειακή αναβάθμιση στα πλαίσια του Προγράμματος «Εξοικονόμηση κατ Οίκον» . Το πρόγραμμα συγχρηματοδοτείται από την Ελλάδα και την Ευρωπαϊκή Ένωση και συνίσταται στην παροχή δανείων με ευνοϊκούς όρους . Το πρόγραμμα παρέχει επιχορήγηση του κόστους των παρεμβάσεων μέχρι και 70% , για το υπόλοιπο ποσό άτοκο δάνειο , κάλυψη κόστους ενεργειακών επιθεωρήσεων και κάλυψη κόστους για αμοιβή συμβούλου έργου.

4.3 Μικρών Επιχειρήσεων και επαγγελματιών

Η τράπεζα προσφέρει σχεδιασμένες λύσεις για επιχειρήσεις , οι οποίες επιθυμούν να επενδύσουν σε φωτοβολταϊκούς Σταθμούς και συγκεκριμένα σε Ομίλους ή Επιχειρήσεις που επιθυμούν να επενδύσουν στην εγκατάσταση Φωτοβολταϊκών Σταθμών , σε επαγγελματίες αγρότες που επιθυμούν να επενδύσουν στην εγκατάσταση Φωτοβολταϊκών Σταθμών ισχύος μέχρι και 100 KWp , σε πολύ μικρές επιχειρήσεις που επιθυμούν να εγκαταστήσουν Φωτοβολταϊκά στη στέγη τους μέχρι 10 KWp. Θα πρέπει να αναφερθεί ότι η τράπεζα έδινε την δυνατότητα όλες οι συγκεκριμένες επενδύσεις να ενταχθούν στον αναπτυξιακό νόμο 3299/04 ώστε να τύχουν κρατικής ενίσχυσης σε ποσοστό που μπορούσε να φτάσει το 40% .

- i) Πειραιώς Επιχειρείν Στέγης και Εξοπλισμού

Το συγκεκριμένο προϊόν αναφέρετε στην χρηματοδότηση επενδυτικών σχεδίων που είτε εντάσσονται σε αναπτυξιακά προγράμματα είτε καλύπτονται εξ ολοκλήρου από ίδια κεφάλαια και τραπεζικό δανεισμό που μπορεί να φθάσει μέχρι το 70% του κόστους του επιχειρηματικού σχεδίου. Το ποσοστό χρηματοδότησης ανέρχεται μέχρι το καθορισμένο από την απόφαση υπαγωγής του επενδυτικού σχεδίου και σε περίπτωση που δεν εντάσσεται σε αναπτυξιακά προγράμματα μέχρι και έως το 70% του κόστους της επένδυσης.

ii) Πειραιώς Αναπτυξιακό Κεφάλαιο κίνησης

Αφορά χρηματοδότηση με Κεφάλαιο κίνησης έναντι επιχορήγησης εφόσον η επιχείρηση έχει υπαχθεί σε αναπτυξιακά προγράμματα . Η εξασφάλιση της χρηματοδότησης προέρχεται από την εκχώρηση της εγκεκριμένης επιχορήγησης από την απόφαση ένταξης στον Αναπτυξιακό Νόμο 3299/2004 καθώς και εκχώρηση της σύμβασης αγοραπωλησίας ρεύματος με τη ΔΕΗ,

iii) Εγγυητική επιστολή καλής εκτέλεσης προς ΔΕΗ

Σκοπός είναι η παροχή στον επενδυτή Εγγυητικής επιστολής προς την ΔΕΗ για την καλή εκτέλεση του έργου και την εμπρόθεσμη σύνδεση του Φωτοβολταϊκού Σταθμού στο δίκτυο της ΔΕΗ .

4.4 Μεσαίες επιχειρήσεις

Για τις μεσαίες επιχειρήσεις η τράπεζα Πειραιώς προσφέρει τα παρακάτω χρηματοδοτικά προγράμματα και αφορούν χρηματοδοτήσεις Φωτοβολταϊκών Σταθμών από 150 KW < 5MW.

i) **Μακροπρόθεσμη Χρηματοδότηση Φωτοβολταϊκού Σταθμού**

Σκοπός είναι η χρηματοδότηση σε επενδύσεις με Φωτοβολταϊκά είτε επί του ποσοστού που καθορίζεται από την απόφαση υπαγωγής του επενδυτικού σχεδίου όταν υπάρχει , είτε μέχρι το 75% του κόστους της συνολικής επένδυσης σε περίπτωση που δεν εντάσσεται σε αναπτυξιακά προγράμματα . Κατά η χρηματοδότηση εξασφαλίζεται από την εκχώρηση της σύμβασης αγοραπωλησίας ρεύματος με τη ΔΕΗ ή τον ΔΕΣΜΗΕ.

ii) **Κεφάλαιο κίνησης έναντι της επιχορήγησης**

Σκοπός είναι η χρηματοδότηση έναντι της επιχορήγησης που αντιστοιχεί στην εκάστοτε επένδυση και με εξασφάλιση κύριο λόγω την εκχώρηση της σύμβασης αγοραπωλησίας ρεύματος με την ΔΕΗ ή τον ΔΕΣΜΗΕ

4.5 Μεγάλες επιχειρήσεις

Η Ομάδα Χρηματοδότησης Έργων (Project Finance) που βρίσκεται υπό της οδηγίες της Διεύθυνσης Μεγάλων Επιχειρήσεων & Σύνθετων Χρηματοδοτήσεων Ομίλου της Τράπεζας Πειραιώς περιλαμβάνονται στις αρμοδιότητές της και η παροχή σε πελάτες της Τράπεζας εξειδικευμένων τραπεζικών εργασιών και υπηρεσιών χρηματοοικονομικού Συμβούλου για τα έργα τα οποία πραγματοποιούνται στο κλάδο των Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας και συγκεκριμένα.

- ✓ Φωτοβολταϊκά πάρκα δυναμικότητας άνω των 5 MW
- ✓ Αιολικά πάρκα
- ✓ Υδροηλεκτρικά πάρκα

- ✓ Βιομάζα – Βιοαέριο – Βιοκάυσιμα

Η δραστηριότητες της Ομάδας Χρηματοδότησης Έργων εκτείνεται σε εργασίες τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό.

i) Μακροπρόθεσμη Χρηματοδότηση (TermLoan)

Σκοπός είναι η χρηματοδότηση του συνόλου ή μέρους (κοινοπρακτική χρηματοδότηση) του απαιτούμενου τραπεζικού δανεισμού της επένδυσης που αφορά τα έργα ΑΠΕ και με το ποσοστό χρηματοδότησης να καθορίζεται είτε από την απόφαση υπαγωγής του επενδυτικού σχεδίου, εφόσον υπάρχει , είτε μέχρι το 75% της συνολικής επένδυσης σε περίπτωση που δεν εντάσσεται σε αναπτυξιακά προγράμματα

ii) Βραχυπρόθεσμη χρηματοδότηση έναντι επιχορήγησης (Bridgeloan)

Σκοπός της βραχυχρόνιας χρηματοδότησης είναι η χρηματοδότηση έναντι της επιχορήγησης που αντιστοιχεί στην εκάστοτε επένδυση και με εξασφάλιση κατά κύριο λόγο από την εκχώρηση των απαιτήσεων που απορρέουν από την εν λόγω επιχορήγηση.

4.6 Περιβαλλοντικά επιτεύγματα Τράπεζας Πειραιώς

Διαχρονικά η Τράπεζα Πειραιώς έχοντας ως αφετηρία το 2004 παρουσιάζει μια συνεχή και σταθερή πορεία όσο αφορά την εταιρική κοινωνικά ευθύνη αλλά και με το βλέμμα στραμμένο προς την πράσινη ανάπτυξη την πράσινη χρηματοδότηση και την πράσινη τραπεζική . Θα αναφερθούμε σε αυτή την πορεία καθώς έτσι θα κατανοήσουμε πως με την πάροδο του χρόνου η τράπεζα Πειραιώς έχει αναγνωρισθεί από την αγορά ως πρωτοπόρος Τράπεζα στην πράσινη Τραπεζική για την Ελλάδα δίνοντας έμφαση στη δημιουργία νέων διαφοροποιημένων προϊόντων, συμμετέχοντας σε οργανισμούς , εκπαιδύοντας το προσωπικό της και εφαρμόζοντας συστήματα για την βελτίωση της περιβαλλοντικής της επίδοσης.

- ✓ Ξεκινώντας από το 2004 εγκρίνεται η πολιτική Διαχείρισης Περιβάλλοντος από .Σ. του Ομίλου , ξεκινά η λειτουργία του γραφείου περιβαλλοντικών Θεμάτων και συμμετέχει στο Οικουμενικό σύμφωνο του ΟΗΕ (GlobalCompact).
- ✓ Το 2005 συντάσσεται και εκδίδεται η πρώτη έκθεση Εταιρικής Υπευθυνότητας.
- ✓ Το 2006 εγκρίνεται και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή το πρόγραμμα GREENbanking4life (2006-2009), το πρώτο συγχρηματοδοτούμενο ευρωπαϊκό πρόγραμμα LIFE της Τράπεζας, με το οποίο τίθενται οι βάσεις για την ανάπτυξη του συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης της Τράπεζας και τη δημιουργία του πρώτου πράσινου τραπεζικού προϊόντος.
- ✓ Το 2007 η Μονάδα Περιβάλλοντος της Τράπεζας συμμετέχει στην Επιτροπή Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και υπογράφεται η διακήρυξη του UNEPFI και του «CaringforClimate » του Οικουμενικού Συμφώνου του ΟΗΕ (GlobalCompact) . Επίσης δημιουργείται και προωθείται, το πρώτο πράσινο τραπεζικό προϊόν για ιδιώτες και επιχειρήσεις.

- ✓ Το 2008 Λειτουργεί το πρώτο Πράσινο τραπεζικό κατάστημα στη ΝΑ Ευρώπη (greenbankingbranch) στο οποίο παρουσιάζονται οι επενδυτικές δυνατότητες σε νέες τεχνολογίες και σε υπηρεσίες φιλικές προς το περιβάλλον και η τράπεζα τροποποιεί το καταστατικό ως προς τους σκοπούς της ώστε να περιλαμβάνει και την περιβαλλοντική διάσταση.
- ✓ Το 2009 Ιδρύεται ο τομέας της Πράσινης Επιχειρηματικότητας, ο οποίος περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, τις Εργασίες Πράσινης Τραπεζικής, η ETBA ΒΙ.ΠΕ Α.Ε. εντάσσεται στον Τομέα Πράσινης επιχειρηματικότητας και εξελίσσεται σε κέντρο R&D για περιβαλλοντικές επενδύσεις και πρακτικές. Επίσης εγκρίνεται και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή το πρόγραμμα climabiz, με το οποίο δημιουργείται λογισμικό για τον υπολογισμό με οικονομικούς όρους, του κλιματικού κινδύνου των επιχειρήσεων διαφόρων κλάδων της ελληνικής οικονομίας.
- ✓ Για το 2010 η εκτελεστική επιτροπή του ομίλου αποφασίζει την έμπρακτη στήριξη της περιβαλλοντικής Οικονομίας με συγκεκριμένες ενέργειες όπως αυτές αποτυπώνονται και στην δήλωση Αειφορίας σύμφωνα με την οποία η τράπεζα « θα στηρίζει και θα χρηματοδοτεί εταιρίες, ιδρύματα, οργανισμούς και έργα που παρέχουν προστιθέμενη αξία ωφελώντας τον άνθρωπο και το περιβάλλον, με την υποστήριξη καταθετών και επενδυτών που επιθυμούν να προωθήσουν την ατομική και εταιρική κοινωνική ευθύνη σε μια βιώσιμη κοινωνία. Θέλει η ανάπτυξη να μεταφράζεται σε ποιότητα ζωής και να έχει στο κέντρο της την ανθρώπινη αξιοπρέπεια, χωρίς να διακυβεύονται περιβαλλοντικοί και κοινωνικοί δείκτες στο μέλλον». Επίσης εγκρίνονται από το .Σ. η αναθεωρημένη περιβαλλοντική πολιτική, με έμφαση στην πράσινη τραπεζική και την αειφόρο ανάπτυξη, και η στρατηγική για την Κλιματική Αλλαγή, όπου αναγνωρίζονται οι επιπτώσεις. Ακολούθως ξεκινάει το δεύτερο συγχρηματοδοτούμενο ευρωπαϊκό πρόγραμμα LIFE της Τράπεζας Πειραιώς το climabiz (2010 - 2012) και ταυτόχρονα στα καταστήματα καθορίζεται συνεργάτης GreenBanking σε όλη την Ελλάδα για την παροχή εξειδικευμένων συμβουλευτικών υπηρεσιών για την πράσινη επιχειρηματικότητα και Ορίζεται Συντονιστής Περιβαλλοντικής Διαχείρισης. Τέλος καθορίζεται συνεργάτης GreenBanking σε επιλεγμένα καταστήματα σε όλη την Ελλάδα για την παροχή εξειδικευμένων συμβουλευτικών υπηρεσιών για την πράσινη επιχειρηματικότητα και ορίζεται Συντονιστής Περιβαλλοντικής Διαχείρισης σε κάθε Κατάστημα και Κτήριο της Διοίκησης.
- ✓ Το 2011 το σύστημα περιβαλλοντικής Διαχείρισης της Τράπεζας πιστοποιείται κατά τον ευρωπαϊκό κανονισμό EMAS (Eco – Management and Audit Scheme) και κατά το πρότυπο ISO 14001, για όλα τα καταστήματα και τα κτήρια διοίκησης (συνολικά 187. 831 τ.μ.). Επίσης ολοκληρώνεται η εκπαίδευση 2,500 εργαζομένων της Τράπεζας σε θέματα πράσινης επιχειρηματικότητας και περιβαλλοντικής διαχείρισης.
- ✓ Το 2012 δημιουργείται η διαδικτυακή πύλη GreenBankingPortal με σκοπό την προώθηση της πράσινης επιχειρηματικότητας. Ενσωματώνονται σταδιακά οι νεοαποκτηθείσες εγκαταστάσεις στο Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης της Τράπεζας Πειραιώς και ξεκινάνε τα προγράμματα περιβαλλοντικής εκπαίδευσης για το νέο προσωπικό.

- ✓ Το 2013 Εγκρίνεται και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή επιτροπή το LIFE-Stymfalia, το 3ο συγχρηματοδοτούμενο ευρωπαϊκό πρόγραμμα LIFE της Τράπεζας Πειραιώς , με το οποίο διασυνδέεται η επιχειρηματικότητα με την προστασία της Βιοποικιλότητας , με κεντρικό σημείο αναφοράς το Μουσείο Περιβάλλοντος Στυμφαλίας του Πολιτιστικού Ιδρύματος Ομίλου Πειραιώς. Επίσης σχηματίζεται στρατηγική συμμαχία με το Πολιτιστικό Ίδρυμα της Τράπεζας Πειραιώς (ΠΙΟΠ) για την προώθηση κοινών περιβαλλοντικών και πολιτιστικών σχεδίων.
- ✓ Τέλος για το 2014 η τράπεζα με την ενσωμάτωση των συγχωνευμένων τραπεζών , 580.000 τ.μ. υποδομών πιστοποιούνται κατά EMAS (Eco – Management and Adult Scheme) που έχει σαν αποτέλεσμα η τράπεζα Πειραιώς να γίνει ένας από τους μεγαλύτερους οργανισμούς της Ευρώπης που διαθέτει αυστηρά κριτήρια περιβαλλοντικής διαχείρισης. Ταυτόχρονα και το Πολιτιστικό ίδρυμα του Ομίλου Πειραιώς πιστοποιείται σύμφωνα με τον ευρωπαϊκό κανονισμό EMAS (Eco – Management and Adult Scheme) και το πρότυπο ISO 14001. Επίσης βραβεύεται το climabiz, ως ένα από τα Best LIFE Environment Projects στην Ευρώπη που ολοκληρώθηκαν μέσα στο 2013 (Best LIFE Project) και Βραβεύονται τα πράσινα προϊόντα της Τράπεζας Πειραιώς με το Βραβείο Προϊόντος για την αειφόρο ανάπτυξη για την Ελλάδα από τον Πανελλήνιο Σύνδεσμο Επιχειρήσεων Προστασίας Περιβάλλοντος (ΠΑΣΕΠΠΕ). Τέλος η Τράπεζα εντάσσεται στον διεθνή δείκτη αειφορίας Dow Jones Sustainability Index επιβεβαιώνοντας τη δραστηριοποίησή της με όρους εταιρικής αειφορίας.

4.7 Αποτελέσματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης

Όσο αφορά το κομμάτι των χρηματοδοτήσεων μέχρι το 2013 η συνολική ισχύς των έργων ΑΠΕ που έχουν χρηματοδοτηθεί από την Τράπεζα Πειραιώς ανήλθαν σε 798 MW. Από αυτά 498 MW σε Φωτοβολταϊκά , 34 MW σε μικρά Υδροηλεκτρικά και 266 MW σε Αιολικά πάρκα.

Επίσης τα συνολικά χρηματοδοτούμενα έργα που άπτονται της περιβαλλοντικής οικονομίας το 1ο εξάμηνο του 2014 αντιστοιχούν στο 3% του συνολικού υγιούς χαρτοφυλακίου της Τράπεζας και ανήλθαν στο ύψος των 1.228 δις Ευρώ και παρά την οικονομική κρίση των τελευταίων παρουσιάζουν συνεχόμενη αύξηση. Επίσης ο αριθμός των πελατών το GreenBanking το 1ο εξάμηνο του 2014 ανήλθαν σε 19.411 και παρουσίασαν σημαντική αύξηση σε σχέση με το 2013.

Στο μέρος της εταιρικής υπευθυνότητας για το περιβάλλον όπως αναφέρει η τράπεζα «Αναγκαία προϋπόθεση για την ορθή περιβαλλοντική διαχείριση είναι η μέτρηση και η συνεχής παρακολούθηση των περιβαλλοντικών της επιπτώσεων». Οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις ορίζονται και ως το "αποτύπωμα" της Τράπεζας, στο περιβάλλον, από την κατανάλωση φυσικών πόρων, την εκπομπή αερίων του θερμοκηπίου, τη διάθεση απορριμμάτων κ.ά.

- ✓ Οι περισσότερες δράσεις για τη μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος στην Τράπεζα σχετίζονται με την εξοικονόμηση ενέργειας καθώς η αξιολόγηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων από τη λειτουργία της Τράπεζας υποδεικνύουν ότι η ηλεκτρική κατανάλωση παρουσιάζει τη σημαντικότερη περιβαλλοντική επίπτωση. Η Τράπεζα μείωσε κατά 27 % τη συνολική κατανάλωση ενέργειας ανά εργαζόμενο από το 2008 μέχρι σήμερα . Αυτή η μείωση προήλθε:
 1. Από την αντικατάσταση των λαμπτήρων και του ηλεκτρονικού μέρους των πινακιδίων σε όλα τα καταστήματα και από την αντικατάσταση των λαμπτήρων αλογόνου με λαμπτήρες τεχνολογίας LED σε χώρους της Διοίκησης.
 2. Σε όλα τα καταστήματα τοποθετήθηκαν αισθητήρες παρουσίας – απουσίας.
 3. Σε 6 κτίρια της διοίκησης και σε 30 καταστήματα έχουν τοποθετηθεί συστήματα ενεργειακής διαχείρισης (BEMS).
 4. 310 καταστήματα της τράπεζας εξυπηρετούνται από το σύστημα «Lightcontrol» για τηλε-διαχείριση του εξωτερικού φωτισμού , του φωτισμού ασφαλείας κ.α.

- ✓ Για τη Τράπεζα τα προγράμματα ανακύκλωσης αποτελούν βασικό συστατικό για τη διαρκή και συστηματική βελτίωση του περιβαλλοντικού της αποτυπώματος. Το ανθρώπινο δυναμικό συμμετέχει ενεργά και αυξανόμενα, ενώ πραγματοποιούνται και ετήσιοι διαγωνισμοί ανακύκλωσης μεταξύ των καταστημάτων και των Κτηρίων Διοίκησης. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα την αύξηση της ανακύκλωσης χαρτιού ανά εργαζόμενο κατά 26% από το 2008.
 1. Από την ανακύκλωση χαρτιού από το 2004 , περισσότεροι από 2.200 τόνοι χαρτιού έχουν ανακυκλωθεί και έχει αποφευχθεί η κοπή 726 περίπου στρεμμάτων δάσους,
 2. Από το 2008 έχουν ανακυκλωθεί περισσότερα από 33.500 τεμάχια μελανοδοχείων.
 3. Η ανακύκλωση μπαταριών ξεκίνησε από το 2006 και υλοποιείται από το σύνολο των καταστημάτων και των κτηρίων της διοίκησης.
 4. Βελτίωση της περιβαλλοντικής συμπεριφοράς του ανθρώπινου δυναμικού της Τράπεζας Πειραιώς καθώς μειώθηκε η κατανάλωση μελανοδοχείων,

- ✓ Στο κομμάτι της πολιτικής των προμηθειών η Τράπεζα ενσωματώνει πράσινα κριτήρια, αφού σχεδόν όλες οι ανάγκες της σε φωτοτυπικό χαρτί καλύπτονται με ανακυκλωμένο, μη χλωριωμένο χαρτί, ο στόλος εταιρικών οχημάτων έχει αντικατασταθεί με οχήματα χαμηλής κατανάλωσης καυσίμου, ενώ ο ηλεκτρικός και ηλεκτρονικός εξοπλισμός αντικαθίσταται σταδιακά από συσκευές χαμηλής ενεργειακής κατανάλωσης.

1. Από τη χρήση ανακυκλωμένου χαρτιού δεν κόπηκαν 69.010 δέντρα και εξοικονομήθηκαν πάνω από 10.000 λίτρα νερού.
 2. Έχουν αντικατασταθεί περισσότερα από 263 συμβατικά αυτοκίνητα του στόλου με αυτοκίνητα χαμηλών εκπομπών. Από την αντικατάσταση αυτή είχαμε λιγότερες εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα κατά 1 τόνο.
 3. Το ποσοστό κατανάλωσης ανακυκλωμένου χαρτιού σε σχέση με το συμβατικό ανέρχεται πλέον στο 60% .
 4. Μειώθηκαν οι εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα κατά 26 % ανά εργαζόμενο από το 2008.
-
- ✓ Στις μετακινήσεις έχοντας επενδύσει σημαντικά στο e – learning μειώνει δραστικά τις μετακινήσεις για εκπαιδευτικούς σκοπούς , με αποτέλεσμα να έχουμε αποφυγή μετακινήσεων του προσωπικού για εκπαιδευτικούς σκοπούς κατά 28.000.000 χλμ.
 - ✓ Όσον αφορά την πράσινη ενέργεια η Τράπεζα προχώρησε σε εγκατάσταση φωτοβολταϊκών συστημάτων σε τέσσερα ιδιόκτητα κτήρια της.

Βιβλιογραφία

- Γαζή, Ε., (2007). *Η απαγόρευση του δουλεμπορίου* , Το Βήμα, 2 Φεβρουαρίου 2017 , Διαθέσιμο στο δικτυακό τόπο : <http://www.tovima.gr/opinions/article/?aid=185250>
- Γούδα, Χ., (2010). *Πράσινα Χρηματοοικονομικά Προϊόντα στην Ελληνική Χρηματοπιστωτική Αγορά*. Διπλωματική εργασία για το πρόγραμμα μεταπτυχιακών σπουδών στη Διοίκηση επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας
- Δελλής Γ., (1997). *Το περιβάλλον ως στόχο της κοινοτικής έννομης τάξης και η συνθήκη του Άμστερνταμ* , Αθήνα
- Ζερβός, Γ., (2011). *Η στρατηγική της «ενσωματωμένης διατήρησης» στην Ευρωπαϊκή Σύμβαση του Τοπίου*. Ψυχικό - Αθήνα.
- Ξενογιάννη, Φ., Φραντζή, Σ., Κακαβούλης, Ν., Γαβριήλ, Π., Δημόπουλος, Μοιρασγεντής, Σ., Γεωργοπούλου, Σ., Χόντου, Β., Σαραφίδης, Γ., Γάκης, Ν., Αντωνιάδης, Γ., (2012). *Κλιματική αλλαγή και χρηματοπιστωτικός Τομέας*. Αθήνα , Όμιλος Τράπεζας Πειραιώς – Μονάδα Περιβάλλοντος.
- Παπαδόπουλος, Θ., (2009). *Αειφόρος ανάπτυξη στο πεδίο του χρηματοοικονομικού , τραπεζικού και εταιρικού δικαίου , Νόμος + Φύση* .
<http://www.nomosphysis.org.gr/articles.php?artid=3735&lang=1&catpid=1>
- Παπανδρέου , Α. , Σαρτζετάκης, Ε., (2002). Βιώσιμη Ανάπτυξη : *Οικονομική Επιστήμη και Διεθνές Θεσμικό Πλαίσιο* . Αγορά χωρίς σύνορα , Νοε., τόμος8(2).Διαθέσιμο στον δικτυακό τόπο <http://www.idec.gr/iier/new/PAPADREOY.pdf>
- Aggarwal, P., Kadyan, A. (2014). Green Washing: The Darker Side of CSR. *International Journal of Innovative Research and Practices*, **2**, 22-35.
- Aykan, E. (2012). The Changing Face of Entrepreneurship: Ecopreneurship. *The Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences*, **17**(3), 195-212.
- Bahl, S. (2012).The role of Green Banking in sustainable growth.*InternationalJournal of Marketing, Financial services and management research*, **1**(2), 27-35.
- Bai, Y. Faure, M. & Liu, J. (2014). The Role of China’s Banking Sector in providing Green Finance. *Duke Environmental Law and Policy Forum*, **24**(89), 89-140
- Carroll, A.B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, **34**(4), 39-48.

- Carroll, A.B. (1999). Corporate Social Responsibility Evolution of a Definitional Construct. *Business and Society*, **38**(3), 268-295.
- Citigroup, (2007). Climate Change and Sustainability: *A banking perspective. Global Banking: Economic and Political Strategies.*
- Coates, B. (2007). Market controls on Corporate Social Responsibility: An Exploratory study of Banking and Investment policies. *Journal of American Academy of Business, Cambridge*, **4**(2), 25-32.
- Dean, T.J., McMullen, J.S. (2007). Toward a theory of sustainable entrepreneurship: Reducing environmental degradation through entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing*, **22**(1), 50-76.
- Doane, D., (2004). Beyond corporate social responsibility: minnows, mammoths and markets. *New Economics Foundation Elsevier Ltd.*
- Donella, H., Meadows, D. L., Meadows, J., William W., (1972). *Limits to Growth*. New York: New American Library.
- Eells, R., Walton, C. (1961). *Conceptual Foundations of Business*. Richard D. Irwin Inc., Homewood Illinois.
- European Commission. (2012). SMEs, Resource Efficiency and Green Markets. http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_342_en.pdf
- European Commission. (2015). Green Jobs: *Employment Potential and Challenges*, http://ec.europa.eu/europe2020/pdf/themes/2015/green_jobs.pdf
- Evangelinos, K.I., Skouloudis A., Nikolaou I.E., & Filho, W.L., (2009). *An analysis of corporate social responsibility (CSR) and sustainability reporting assessment in the Greek banking sector. In S.O. Idowu & W.L. Filho (Eds.), Professionals' Perspectives of Corporate Social Responsibility, 1st Edition (pp.157-173).* Berlin: Springer-Verlag.
- Friedman, A., Miles, S., (2001). SMEs and the environment: *two case studies Business Strategy and the Environment*, **11**, (5).
- Gupta, S., (2003). Do Stock market penalize Environment-Unfriendly Behavior? Evidence from India, Delhi School of Economics working Paper Series, No-116.
- Hall, J.K., Daneke, G.A., Lenox, M.J., (2010). Sustainable Development and Entrepreneurship; Past Contributions and Future Directions. *Journal of Business Venturing*, **25**(5), 439-448.
- Heim, G., Zenklusen, O., (2005). *Sustainable Finance: Strategy Options for Development Financing Institutions*. Eco: Fact

- Jeucken, M., (2001). *Sustainable Finance and Banking: The Financial Sector and the Future of the Planet*. London: Earthscan Publications Ltd.
- Kolk, A., Tulder, R., (2009). International business, corporate social responsibility and sustainable development. *International Business Review*, **19**(2), 119-125.
- Lalon, R.M., (2015). Green Banking: Going Green. *International Journal of Economics, Finance and Management Sciences*, **3**(1), 34-42.
- Levinsohn, D., (2013). Disembodied and beheaded? - a critical review of the emerging field of sustainability entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, **19**(2), 190-211.
- Lin, C.H., Yang H.L., Liou, D.Y., (2009). The impact of corporate social responsibility on financial performance: *Evidence from business in Taiwan. Technology in Society*, **31**(1), 56-63.
- Lymperopoulos, C., Chaniotakis I.E., Soureli, M., (2012). A model of green bank marketing. *Journal of Financial Services Marketing*, **17**, 177-186.
- Lyon, T.P., Maxwell, J.W., (2008). Corporate Social Responsibility and the Environment: *A Theoretical Perspective, Review of Environmental Economics and Policy*, **1**(0), 1-22.
- Mioara, B., Mihai, T., (2014). Incidence of green business on developing the entrepreneurial environment from Metropolitan Area of Iasi. *Procedia Economics and Finance*, **15**, 1201-1208.
- Portney, P.R., (2008). The (not so) new corporate social responsibility: *An empirical perspective. Review of Environmental Economics and Policy*, **2**(2), 261-275.
- Rebai, S., Azaiez, M.N., Saidane, D., (2012). Sustainable performance evaluation of banks using a multi-attribute utility model: *an application to French banks. Procedia Economics and Finance*, **2**, 363- 372.
- Sahoo, P. & Nayak, B., (2007). *Green Banking in India, The Indian Economic Journal*, **55**(3), 82-98.
- Sarkar, A.N., (2013). *Promoting eco-innovations to leverage sustainable development of eco-industry and Green growth. European Journal of Sustainable Development*, **2**(1), 171-224.
- Scholtens, B. (2009). *Corporate social responsibility in the international banking industry. Journal of Business Ethics*, **86**(2), 159-175.
- Sharma, N., Sarika K., & Gopal, R. (2013). *A study on customer's awareness on Green Banking initiatives in selected public and private sector banks with special reference to Mumbai. IOSR Journal of Economics and Finance*, **2**, 28-35.

Stefanescu, D. & On, A. (2012). *Entrepreneurship and sustainable development in European countries before and during the international crisis*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, **58**, 889-898.

Uslu, Y.D., Hancioglu, Y., & Demir, E. (2015). Applicability to Green Entrepreneurship in Turkey: A Situation Analysis. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, **195**, 1238 - 1245.

vanKleef, J.A.G., &Roome, N.J. (2007). Developing capabilities and competence for sustainable business management as innovation: *a research agenda*. *Journal of Cleaner Production*, **15**(1), 38-51.

Wayne, V., 2010. *CSR 2.0: The Evolution and Revolution of Corporate Social Responsibility in Responsible Business: How to Manage a CSR Strategy Successfully*», edited by M.Pohl and N.Tolhurst, John Wiley and Sons Ltd, Publishing.

Weber, M. (2008). The business case for corporate social responsibility: *A company level measurement approach for CSR*. *European Management Journal*, **26**(4), 247- 261.

