

Sustainability & Competitiveness Survey

Poll Results

Πιστεύετε ότι η βιωσιμότητα αποτελεί εμπόδιο ή μοχλό ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας;

A. Περιορίζει την ανταγωνιστικότητα.

1 %

B. Μπορεί να συνυπάρξει αρμονικά με την ανταγωνιστικότητα.

21 %

Γ. Λειτουργεί ως μοχλός ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας μέσω της βελτίωσης της ανθεκτικότητας.

79 %

Σε ποιον βαθμό θεωρείτε ότι η βιωσιμότητα ενσωματώνεται στη στρατηγική μιας επιχείρησης;

Α. Αποτελεί θεμέλιο της μακροπρόθεσμης ανάπτυξης κι επιτυχίας.



Β. Εντάσσεται επιλεκτικά, ανάλογα με τον κλάδο και τις προτεραιότητες.



Γ. Παραμένει περισσότερο μια συμπληρωματική πρακτική, όχι στρατηγική προτεραιότητα.



**Είναι η βιωσιμότητα στρατηγική αναγκαιότητα
ή μια καλά διατυπωμένη τάση που εξυπηρετεί
περισσότερο την εικόνα και όχι την ουσία;**

Α. Αποτελεί πλέον στρατηγική αναγκαιότητα για τη επιτυχία και ως
τέτοια αποτυπώνεται στο εταιρικό αφήγημα.



Β. Πρέπει να υιοθετείται επιλεκτικά, όπου δημιουργεί πραγματική
αξία, και επικοινωνείτε επιλεκτικά.



Γ. Εξακολουθεί να λειτουργεί κυρίως ως εργαλείο εταιρικής
προβολής, όχι ως μοχλός στρατηγικής αλλαγής και ανάπτυξης.



Οι αρχές της βιωσιμότητας είναι περισσότερο θεωρητικές ή πρακτικό εργαλείο για τις επιχειρήσεις;

Α. Παραμένουν θεωρητικό πλαίσιο, με περιορισμένη πρακτική εφαρμογή.

 7 %

Β. Έχουν εξελιχθεί σε εργαλείο που καθοδηγεί στρατηγικά τις επιχειρηματικές αποφάσεις.

 23 %

Γ. Η πρακτική αξία των αρχών βιωσιμότητας εξαρτάται από το πόσο συνειδητά και συστηματικά τις ενσωματώνει κάθε επιχείρηση.

 70 %

Πώς αντιλαμβάνεστε το ρόλο του ESG leader σήμερα στη διαμόρφωση της επιχειρηματικής στρατηγικής;

A. Ο ρόλος του παραμένει περισσότερο συμβολικός, χωρίς
ουσιαστική επιρροή και αλλαγή.

 10 %

B. Είναι μια νέα ηγετική θέση που διαμορφώνεται και χρειάζεται να
προσαρμόζεται στις εξελίξεις.

 40 %

Γ. Αναδεικνύεται σε καταλύτη που μπορεί να επιταχύνει ουσιαστικά
τον ευρύτερο μετασχηματισμό της επιχείρησης.

 50 %

Αντιλαμβάνεστε τη βιωσιμότητα ως ευκαιρία για νέα επιχειρηματικότητα;

A. Ναι, δημιουργεί νέα επιχειρηματικά μοντέλα, αγορές και καινοτόμα προϊόντα.



B. Προσφέρει ευκαιρίες, αλλά η αξιοποίησή τους εξαρτάται από τον κλάδο και τη στρατηγική προσέγγιση.



Γ. Όχι, παραμένει περισσότερο κόστος συμμόρφωσης παρά ευκαιρία.

