



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Η οικονομική ευημερία έχει σχέση με το δείκτη ευτυχίας ενός λαού, μιας κοινωνίας.

Μύθος ή αλήθεια; Σχολιάστε στο πλαίσιο της κρίσης

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ

ΤΖΩΡΤΖΑΚΗ ΑΛΕΞΙΑ ΜΑΙΡΗ

ΕΠΙΚΟΥΡΗ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ

ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ

ΠΟΤΣΟΣ ΣΤΑΥΡΟΣ

ΧΑΤΖΗΧΡΙΣΤΟΔΟΥΛΟΥ ΗΛΙΑΝΑ

ΤΣΟΥΒΑΛΑΣ ΙΩΑΝΝΗΣ

ΗΡΑΚΛΕΙΟ, ΙΟΥΝΙΟΣ 2016

Περιεχόμενα

Κατάλογος Σχημάτων.....	3
Κατάλογος Πινάκων.....	4
Κατάλογος Διαγραμμάτων.....	5
Περίληψη.....	6
Abstract.....	7
1 Εισαγωγή.....	8
1.1 Γενικά στοιχεία.....	8
1.2 Ερευνητικός σκοπός και ερωτήματα.....	9
1.3 Δομή Μελέτης.....	10
1.4 Σημαντικότητα έρευνας.....	11
2 Οικονομική Ευημερία και Δείκτης Ευτυχίας.....	12
2.1 Θεωρητικές προσεγγίσεις σχετικά με την έννοια της οικονομικής ευημερίας.....	12
2.2 Ο δείκτης ευτυχίας και η μέτρηση του.....	17
2.2.1 Η μέτρηση του δείκτη ευτυχίας σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ.....	24
2.2.2 Μέτρηση του δείκτη ευτυχίας σύμφωνα με την παγκόσμια έκθεση για την ευτυχία (WorldHappinessReport).....	25
2.3 Η οικονομική κρίση και ο αντίκτυπος στην ελληνική οικονομία.....	26
2.4 Αποτελέσματα του δείκτη ευτυχίας για την Ελλάδα με βάση τον ΟΟΣΑ (OECD)	
30	
3 Βιώσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και εταιρική κοινωνική υπευθυνότητα επιχειρήσεων.....	33
3.1 Οικονομική ευημερία σε σχέση με την ανάπτυξη βιώσιμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος σε μια επιχείρηση.....	37
3.2 Μοντέλα ηγεσίας στις επιχειρήσεις.....	39
3.3 Η επίδραση του μετασχηματισμού και της καινοτομίας των επιχειρήσεων στην ανάπτυξη βιώσιμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.....	41

4	Μεθοδολογία Έρευνας	44
4.1	Φιλοσοφία Έρευνας	44
4.2	Ερευνητική προσέγγιση	45
4.3	Ερευνητική στρατηγική	46
4.4	Ερευνητική μέθοδος.....	47
4.5	Δειγματοληψία	48
4.6	Ανάπτυξη ερωτηματολογίου.....	49
4.7	Δεοντολογία	50
4.8	Ανάλυση δεδομένων	50
5	Αποτελέσματα έρευνας	51
5.1	Δημογραφικά στοιχεία-Νοικοκυριά	51
5.1.1	Φύλο	51
5.1.2	Ηλικία	52
5.1.3	Εκπαιδευτικό επίπεδο	52
5.1.4	Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.....	53
5.1.5	Οικογενειακή κατάσταση	53
5.1.6	Αριθμός μελών οικογένειας.....	53
5.1.7	Ύπαρξη και αριθμός παιδιών στην οικογένεια.....	54
5.2	Δημογραφικά στοιχεία-Επιχειρήσεις	55
5.2.1	Φύλο	55
5.2.2	Ηλικία	56
5.2.3	Εκπαιδευτικό Επίπεδο	56
5.2.4	Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.....	57
5.2.5	Οικογενειακή κατάσταση	57
5.2.6	Χρόνια εργασιακής εμπειρίας	58
5.2.7	Ύπαρξη και αριθμός παιδιών στην οικογένεια.....	58
5.3	Δείκτης ευτυχίας για τα νοικοκυριά	59

5.4	Δείκτης ευτυχίας για τις επιχειρήσεις	61
5.5	Οικονομικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά	61
5.6	Βιώσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα των επιχειρήσεων	74
5.7	Σχέση μεταξύ δείκτη ευτυχίας των νοικοκυριών και ποιότητας ζωής των ατόμων 79	
5.8	Σχέση μεταξύ δείκτη ευτυχίας των επιχειρήσεων και ύπαρξης βιωσιμότητας των επιχειρήσεων.....	80
6	Συζήτηση	81
7	Συμπεράσματα	84
7.1	Γενικά.....	84
7.2	Προτάσεις για πρακτική εφαρμογή των αποτελεσμάτων	84
7.3	Περιορισμοί της έρευνας	85
7.4	Προτάσεις για μελλοντική έρευνα	86
	Βιβλιογραφία	88
	Παράρτημα	95

Κατάλογος Σχημάτων

Σχήμα 1:	Μια τυπική καμπύλη αδιαφορίας και το άριστο σημείο.....	14
Σχήμα 2:	Κατά κεφαλήν ΑΕΠ για διάφορες χώρες 2012 (μετρημένο σε αμερικανικά δολάρια).....	18
Σχήμα 3:	Μεταβολή του Δείκτη Ανθρώπινης Ανάπτυξης σε μια ομάδα χωρών, 1990-2012	19
Σχήμα 4:	Δείκτης Ευτυχίας του Πλανήτη για το 2012.....	22
Σχήμα 5:	ΑΕΠ της Ελλάδας 2005-2013 σε σύγκριση με της Γαλλίας και της Ιταλίας (σε \$US).....	28
Σχήμα 6:	Ο Δείκτης Ανθρώπινης Ανάπτυξης της Ελλάδας (1980-2010)	29
Σχήμα 7:	Προτιμήσεις ελλήνων (μονίμων και μη) για τις 11 διαστάσεις της ευτυχίας.....	32

Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 1: Ηλικιακή διάρθρωση.....	52
Πίνακας 2: Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.....	53
Πίνακας 3: Αριθμός μελών οικογένειας.....	53
Πίνακας 4: Αριθμός παιδιών στην οικογένεια.....	54
Πίνακας 5: Πίνακας κατανομής της ηλικίας.....	56
Πίνακας 6: Πίνακας κατανομής του εκπαιδευτικού επιπέδου.....	56
Πίνακας 7: Πίνακας κατανομής του ετήσιου οικογενειακού εισοδήματος.....	57
Πίνακας 8: Πίνακας κατανομής της οικογενειακής κατάστασης.....	57
Πίνακας 9: Πίνακας κατανομής ετών εργασιακής εμπειρίας.....	58
Πίνακας 10: Κατανομή του αριθμού παιδιών στην οικογένεια.....	59
Πίνακας 11: Περιγραφικά στατιστικά του δείκτη ευτυχίας για τα νοικοκυριά.....	60
Πίνακας 12: Περιγραφικά στατιστικά του δείκτη ευτυχίας για τις επιχειρήσεις.....	61
Πίνακας 13: Περιγραφικά στατιστικά των ωρών ελεύθερου χρόνου ανά ημέρα.....	65
Πίνακας 14: Συχνότητα για φαγητό εκτός οικογενειακής εστίας.....	66
Πίνακας 15: Συχνότητα για διακοπές.....	68
Πίνακας 16: Ικανοποίηση των ατόμων στις σχέσεις τους με άλλα άτομα.....	68
Πίνακας 17: Ικανοποίηση των ατόμων στις σχέσεις τους με τα μέλη της οικογένειας.....	69
Πίνακας 18: Συχνότητα επικοινωνίας με τους φίλους.....	70
Πίνακας 19: Ικανοποίηση ατόμων από τις δημόσιες υπηρεσίες και υποδομές.....	70
Πίνακας 20: Συχνότητα επίσκεψης στην εκκλησία.....	73
Πίνακας 21: Ποιότητα ζωής των ατόμων.....	73
Πίνακας 22: Ικανοποίηση από την εργασία.....	74
Πίνακας 23: Επίπεδο συμμετοχής των εργαζομένων στη λήψη αποφάσεων των επιχειρήσεων.....	76
Πίνακας 24: Ικανοποίηση σε σχέση με το κόστος των προϊόντων και υπηρεσιών που πωλούνται.....	77
Πίνακας 25: Ικανοποίηση σε σχέση με τη ποιότητα των προϊόντων και υπηρεσιών που παρέχονται στους πελάτες.....	77
Πίνακας 26: Συσχέτιση μεταξύ δείκτη ευτυχίας και ποιότητας ζωής των ατόμων.....	79
Πίνακας 27: Συσχέτιση μεταξύ του δείκτη ευτυχίας και της βιωσιμότητας των επιχειρήσεων.....	80

Κατάλογος Διαγραμμάτων

Διάγραμμα 1: Κυκλικό διάγραμμα κατανομής του φύλου.....	51
Διάγραμμα 2: Κυκλικό διάγραμμα για την ύπαρξη παιδιών στην οικογένεια.....	54
Διάγραμμα 3: Κυκλικό διάγραμμα κατανομής του φύλου.....	55
Διάγραμμα 4: Κυκλικό διάγραμμα κατανομής της ύπαρξης παιδιών στην οικογένεια.....	58
Διάγραμμα 5: Ραβδόγραμμα κατανομής των τρόπων πληρωμής στις αγορές.....	62
Διάγραμμα 6: Κυκλικό διάγραμμα της κατοχής αυτοκινήτου από τα νοικοκυριά.....	63
Διάγραμμα 7: Κυκλικό διάγραμμα του είδους του σπιτιού διαμονής.....	63
Διάγραμμα 8: Ραβδόγραμμα κατανομής των χρημάτων σε σημαντικούς τομείς κατανάλωσης.....	64
Διάγραμμα 9: Κυκλικό διάγραμμα σχετικά με το αν τα άτομα ακολουθούν υγιεινή διατροφή.....	66
Διάγραμμα 10: Μέρη φαγητού εκτός οικογενειακής εστίας.....	67
Διάγραμμα 11: Ραβδόγραμμα κατανομής των σημαντικότερων κοινωνικών προβλημάτων στη περιοχή διαμονής.....	71
Διάγραμμα 12: Ραβδόγραμμα κατανομής των σημαντικότερων πλεονεκτημάτων στη περιοχή διαμονής.....	71
Διάγραμμα 13: Κυκλικό διάγραμμα της ικανοποίησης των ατόμων από τις τοπικές αρχές.....	72
Διάγραμμα 15: Κυκλικό διάγραμμα για την ικανοποίηση των ατόμων σχετικά με το δίκαιο σύστημα αμοιβών των επιχειρήσεων.....	75
Διάγραμμα 16: Κυκλικό διάγραμμα σχετικά με την ύπαρξη κοινωνικής ευθύνης των επιχειρήσεων.....	76
Διάγραμμα 17: Κυκλικό διάγραμμα για την ύπαρξη βιωσιμότητας των επιχειρήσεων.....	78

Περίληψη

Στην παρούσα εργασία εξετάζεται το θέμα της σχέσης της οικονομικής ευημερίας ενός λαού με την ευτυχία τους, επικεντρώνοντας την ανάλυση στην περίπτωση της Ελλάδας. Αρχικά, υπάρχουν διάφορες θεωρητικές προσεγγίσεις οι οποίες κατά καιρούς έχουν θεμελιώσει την έννοια αλλά και τους τρόπους με τους οποίους επιτυγχάνεται η οικονομική ευημερία μέσα σε μια κοινωνία. Από αυτές τις προσεγγίσεις, σε εμπειρικό επίπεδο, έχει καθιερωθεί ο λεγόμενος Δείκτης Ευτυχίας των χωρών, ο οποίος περιγράφει ποσοτικά το πόσο ευτυχισμένος είναι ένας τόπος ή μία χώρα. Χρησιμοποιείται από διεθνείς οργανισμούς όπως η Παγκόσμια Τράπεζα (WorldBank), ο ΟΟΣΑ (OECD) και, στην Ελλάδα, η Τράπεζα της Ελλάδος (BankofGreece). Τα τελευταία χρόνια, ο Δείκτης Ευτυχίας, τόσο διεθνώς όσο και στην Ελλάδα, παρουσιάζει μία κάμψη η οποία αντιστοιχεί σε χαμηλό επίπεδο οικονομικής ευημερίας. Η οικονομική αυτή ευημερία αντανακλάται και στην πορεία των επιχειρήσεων μέσω της ανάπτυξης ενός βιώσιμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Στην εμπειρική ανάλυση που πραγματοποιήθηκε, χρησιμοποιήθηκαν δύο ερωτηματολόγια τα οποία διανεμήθηκαν σε 56 νοικοκυριά της Αθήνας και σε 40 επιχειρήσεις (συγκεκριμένα στον Δήμο Αθηναίων), για να διαπιστωθεί αν πράγματι υπάρχει σχέση μεταξύ αυτών των εννοιών. Όπως προέκυψε, τόσο ο δείκτης ευτυχίας τους όσο και το επίπεδο οικονομικής ευημερίας για τα νοικοκυριά και τις επιχειρήσεις ήταν ιδιαίτερα χαμηλά, πράγμα που οδήγησε στο συμπέρασμα ότι η σχέση τους αυτή φαίνεται ιδιαίτερα σημαντική. Εν κατακλείδι, ο δείκτης ευτυχίας, έτσι όπως χρησιμοποιήθηκε στη παρούσα εργασία, δείχνει να έχει σχέση τόσο με τα οικονομικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά των ατόμων όσο και με την ανάπτυξη βιώσιμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος των επιχειρήσεων, συστατικά στοιχεία της οικονομικής ευημερίας. Συνεπώς, ο δείκτης ευτυχίας αποτελεί ένα <<σήμα>> το οποίο δείχνει το επίπεδο οικονομικής ευημερίας ενός λαού ή μίας χώρας, παρά το γεγονός ότι η σχέση αυτή είναι κάπως αμφίδρομη αν ληφθούν υπόψη και τα μειονεκτήματα του εν λόγω δείκτη αλλά και της ίδιας της έρευνας

.Λέξεις-Κλειδιά: Οικονομική Ευημερία, Κοινωνική Ευημερία, Δείκτης Ευτυχίας, Βιώσιμο Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα, Βιωσιμότητα, Κοινωνική Ευθύνη.

Abstract

In the present thesis is investigated the question of the relationship of the economic welfare of a people with their happiness, focusing the analysis in the Greek households and businesses. Initially, there are several theoretical approaches that, occasionally, have embedded the concept and the ways in which the economic welfare in a society is present. Of these approaches, at the empirical level, it has been established the so-called Happiness PlanetIndex (HPI) of countries, which describe, quantitatively, how happy a place or a country is. It is also used by international organizations such as the World Bank, the OECD and the Bank of Greece. In recent years, the happiness index level, both internationally and in Greece, is showing a decline which corresponds to a low level of economic welfare. This economic welfare is reflected in the course of business through the development of a sustainable competitive advantage. The empirical analysis that was carried out via questionnaire distributed to 56 households of Athens as well as to 40 businesses (specifically in the Municipality of Athens), to see if there is a relationship between these concepts. It was deduced that both households and businesses 'happiness index and their level of economic welfare were particularly low, which led to the conclusion that their relationship seems particularly important. In conclusion, the happiness index, as used in the present work, seems to have a relation to both economic and social characteristics of individuals as well as the development of sustainable competitive advantage of companies, which are all components of economic welfare. Therefore, the happiness index is a signal which indicates the level of economic well-being of people or a country, despite the fact that this relationship is somewhat bidirectional due to the drawbacks of this indicator's usage.

Keywords: Economic Welfare, Social Welfare, Happiness Index, Sustainable Competitive Advantage, Sustainability, Social Responsibility.

1 Εισαγωγή

1.1 Γενικά στοιχεία

Όταν γίνεται λόγος για λέξεις οι οποίες είναι ευρέως γνωστές και χρησιμοποιούμενες, τόσο από επιστήμονες όσο και από ανθρώπους σε μια καθημερινή δραστηριότητα, δηλαδή η "ευημερία" και η "ευτυχία", συνήθως παραπέμπει στο κατά πόσο οι άνθρωποι δηλώνουν ότι είναι γενικώς ευχαριστημένοι από τη ζωή τους και συνάμα το βιοτικό τους επίπεδο είναι υψηλό, κατά τη γνώμη τους. Οι δύο αυτές λέξεις όμως, όσο ταυτόσημες και αν φαίνονται, ουσιαστικά είναι συνώνυμες αλλά το νόημα τους είναι διαφορετικό. Έτσι, όταν μιλάμε για ευημερία, συνήθως νοείται με τον όρο ευμάρεια, δηλαδή την σχετική αφθονία υλικών και άυλων αγαθών και υπηρεσιών η οποία παραπέμπει σε μια άνετη και αξιοπρεπής διαβίωση, καθώς επίσης και σε ευζωία. Με τη στενή έννοια του όρου, η ευημερία αναφέρεται στην άνεση ή τη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου ενός ατόμου, μιας ομάδας ή μιας κοινωνίας ως συνάρτηση του εισοδήματος τους. (Sumner, 1996)

Αντίθετα, η ευτυχία ορίζεται συνήθως ως η ψυχική ικανοποίηση του ανθρώπου η οποία προκύπτει από τις διάφορες απολαύσεις της ζωής, εφόσον ένα άτομο ή μια ομάδα ή ένα κράτος ή μία χώρα κλπ. έχει εκπληρώσει τις επιθυμίες του και τους στόχους του. Επομένως, η ευτυχία είναι περισσότερο μια ανθρωποκεντρική έννοια σε σύγκριση με την ευημερία καθώς η πρώτη συνεπάγεται την πνευματική ικανοποίηση του ανθρώπου ενώ η δεύτερη συνεπάγεται την υλική του ικανοποίηση, δηλαδή την εξασφάλιση όλων των αναγκαιών και μη μέσων προς επιθυμία για μια άνετη ζωή. (Sumner, 1996)

Από τους παραπάνω ορισμούς προκύπτει ότι τόσο η ευημερία όσο και η ευτυχία είναι σημαντικοί καθοριστικοί παράγοντες της ίδιας της ανθρώπινης ζωής. Γι' αυτό και όταν οι άνθρωποι συσπειρώθηκαν και οργανώθηκαν, δημιουργώντας πολιτισμούς, επινοούσαν κατά καιρούς διάφορους δείκτες μέτρησης τόσο της ευημερίας (κυρίως από οικονομική άποψη) όσο και της ευτυχίας. Οι δείκτες αυτοί προκύπτουν από πολλούς

οικονομικούς δρώντες, συμπεριλαμβανομένου και του κράτους, αλλά οι κύριοι τύποι δρώντων, κατά την κλασική οικονομική θεωρία είναι δύο: τα νοικοκυριά και οι επιχειρήσεις. Οι δρώντες αυτοί χαρακτηρίζονται από συγκεκριμένους στόχους και κανόνες λειτουργίας τους ενώ αλληλεπιδρούν κυρίως σε οργανωμένους χώρους οι οποίοι ενίοτε ονομάζονται αγορές. Οι αγορές αυτές είναι δύο: η αγορά αγαθών και υπηρεσιών και η αγορά παραγωγικών συντελεστών. Στη μεν πρώτη αγορά, τα νοικοκυριά είναι αγοραστές και οι επιχειρήσεις πωλητές ενώ στη δεύτερη αγορά τα νοικοκυριά είναι πωλητές και οι επιχειρήσεις αγοραστές. Οι διάφορες αλληλεπιδράσεις αυτές χαρακτηρίζουν το κλασικό οικονομικό κύκλωμα μιας κοινωνίας, το οποίο βέβαια μπορεί να γίνει αρκετά σύνθετο αν σε αυτό συμπεριληφθούν διάφοροι άλλοι δρώντες όπως το κράτος, ΜΚΟ, χρηματοπιστωτικά ιδρύματα κ.α. (Mankiw, 2011, σελ. 29-31)

Συνεπώς, τόσο η ευημερία όσο και η ευτυχία επηρεάζουν κάθε οικονομική οντότητα μέσα σε μια κοινωνία, καθώς είναι καθοριστικοί παράγοντες της συνάρτησης κοινωνικής ευημερίας.

1.2 Ερευνητικός σκοπός και ερωτήματα

Ο κύριος ερευνητικός σκοπός της παρούσας εργασίας μπορεί να αποκρυσταλλωθεί στην ακόλουθη πρόταση: **"Κριτική ανάλυση της σχέσης μεταξύ της οικονομικής ευημερίας και του δείκτη ευτυχίας ενός λαού"**. Για την καλύτερη προσέγγιση του θέματος αυτού, ο παραπάνω σκοπός διασπάται σε πέντε βασικά ερευνητικά ερωτήματα τα οποία παρουσιάζονται παρακάτω:

1. Πώς μετριέται η ευτυχία των ατόμων και των επιχειρήσεων; Πως υπολογίζεται με βάση τα δεδομένα της παρούσας έρευνας; Έχει μεγάλη ή μικρή τιμή ο εν λόγω δείκτης για τα νοικοκυριά και τις επιχειρήσεις ξεχωριστά;
2. Με βάση τα οικονομικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά των ατόμων, η ευημερία τους κρίνεται μεγάλη ή μικρή;
3. Με βάση τα χαρακτηριστικά που συνθέτουν τις απόψεις των ατόμων για το επιχειρηματικό περιβάλλον, οι επιχειρήσεις χαρακτηρίζονται ή όχι από βιώσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα;

4. Υπάρχει σχέση μεταξύ του δείκτη ευτυχίας των νοικοκυριών και της ποιότητας ζωής των ατόμων;
5. Υπάρχει σχέση μεταξύ του δείκτη ευτυχίας των επιχειρήσεων και της βιωσιμότητας των ελληνικών επιχειρήσεων;

Τα παραπάνω ερευνητικά ερωτήματα θα απαντηθούν το καθένα ξεχωριστά στο κεφάλαιο που παρουσιάζονται τα εμπειρικά ευρήματα της παρούσας έρευνας.

1.3 Δομή Μελέτης

Η συγκεκριμένη έρευνα δομείται σε έξι κεφάλαια, καθένα από τα οποία παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον σχετικά με τον εν λόγω ζήτημα. Έτσι, το πρώτο κεφάλαιο είναι το εισαγωγικό κομμάτι της μελέτης το οποίο παρουσιάζει εν συντομία κάποια βασικά στοιχεία του θέματος αυτού, τον ερευνητικό σκοπό και τα ερωτήματα καθώς και την σημαντικότητα της έρευνας αυτής.

Το δεύτερο κεφάλαιο θα αφιερωθεί αποκλειστικά στην βιβλιογραφική επισκόπηση της οικονομικής ευημερίας και του δείκτη ευτυχίας, παρουσιάζοντας πολύ σημαντικά ζητήματα που σχετίζονται διάφορες θεωρητικές προσεγγίσεις της οικονομικής ευημερίας, τον δείκτη ευτυχίας και τον τρόπο μέτρησης του, καθώς και συγκεκριμένη αναφορά στην οικονομική κρίση της Ελλάδας και σε αποτελέσματα του δείκτη ευτυχίας της με βάση την έρευνα του ΟΟΣΑ. Επιπλέον, το τρίτο κεφάλαιο είναι πάλι βιβλιογραφικό καθώς θα αναλυθεί η οικονομική ευημερία από τη σκοπιά των επιχειρήσεων, παρουσιάζοντας σημαντικές έννοιες όπως το βιώσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, την εταιρική κοινωνική ευθύνη, καθώς και τα διάφορα μοντέλα ηγεσίας που υπάρχουν στις επιχειρήσεις.

Στο τέταρτο κεφάλαιο θα περιγραφεί αναλυτικά η μεθοδολογία που θα χρησιμοποιηθεί στην παρούσα έρευνα, αναφέροντας την ερευνητική μέθοδο που θα χρησιμοποιηθεί, την ερευνητική στρατηγική, τη φιλοσοφία της έρευνας, τη δειγματοληψία, την δομή του ερωτηματολογίου, την δεοντολογία και την περιγραφή για το πως τα δεδομένα πρόκειται να αναλυθούν.

Το πέμπτο κεφάλαιο θα αφιερωθεί αποκλειστικά στην αποτύπωση και ερμηνεία των αποτελεσμάτων που θα προκύψουν με βάση τη συγκεκριμένη έρευνα. Τα

αποτελέσματα αυτά θα δώσουν όλες τις απαραίτητες απαντήσεις στα ερευνητικά ερωτήματα που ετέθησαν πιο πάνω.

Το έκτο κεφάλαιο θα περιλαμβάνει τη συζήτηση που έχει να γίνει σχετικά με τα αποτελέσματα, συνδέοντας τα ευρήματα με την βιβλιογραφία για να διαπιστωθεί αν συνάδουν ή όχι με αυτά.

Τέλος, το έβδομο κεφάλαιο θα περιλαμβάνει τα συμπεράσματα, παρουσιάζοντας τα κύρια σημεία της εν λόγω έρευνας. Πέρας όμως από τα όποια συμπερασματικά σχόλια, θα αναφερθούν επίσης οι προτάσεις για πρακτική εφαρμογή των αποτελεσμάτων, οι περιορισμοί της έρευνας και διάφορες άλλες προτάσεις για μελλοντική έρευνα.

1.4 Σημαντικότητα έρευνας

Η συγκεκριμένη έρευνα που εξετάζεται εδώ κρίνεται ιδιαίτερης σημασίας σε σχέση με όλη την βιβλιογραφική ανάλυση που έχει γίνει σχετικά με το θέμα της οικονομικής ευημερίας και του δείκτη ευτυχίας, κυρίως σε χώρες όλου του πλανήτη. Καθώς υπάρχει ένα ευρύ φάσμα μελετών γύρω από αυτό το ζήτημα, είναι σημαντικό να εξεταστεί ιδιαίτερα στη περίπτωση της Ελλάδας η οποία έχει επηρεαστεί ιδιαίτερα από την πρόσφατη οικονομική κρίση και έχει φτάσει στο σημείο να αμφισβητείται η ίδια η ευημερία και η ευτυχία των κατοίκων της. Η αμφισβήτηση αυτή θέτει το βασικό ερώτημα του αν η χώρα μας έχει υψηλό ή χαμηλό δείκτη ευημερίας και ευτυχίας, λαμβάνοντας υπόψη τις τελευταίες εξελίξεις στην χώρα. (Βαρουφάκης, Πατώκος, Τσερκέζης, & Κουτσοπέτρος, 2011) Παρά το γεγονός ότι η διεξαγωγή της έρευνας αυτής καθίσταται ιδιαίτερα δυσχερής λόγω φυσικών, οικονομικών, κοινωνικών κ.α. λόγων, η μελέτη θα περιοριστεί σε στενότερο φάσμα στατιστικών μονάδων, από τις οποίες θα προκύψουν (σίγουρα με κάποια επιφύλαξη) χρήσιμα συμπεράσματα.

2 Οικονομική Ευημερία και Δείκτης Ευτυχίας

2.1 Θεωρητικές προσεγγίσεις σχετικά με την έννοια της οικονομικής ευημερίας

Μιλώντας για την οικονομική ευημερία γενικά, είναι ένας κλάδος της Οικονομικής επιστήμης που χρησιμοποιεί μικροοικονομικές τεχνικές για να αξιολογήσει την ευημερία στο σύνολο του πληθυσμού μέσα σε μια δεδομένη χωρική ενότητα (π.χ. μια χώρα ή, ακόμα και ολόκληρο τον πλανήτη). Μια τυπική μέθοδος ξεκινά με την παραγωγή ή παραδοχή της συνάρτησης κοινωνικής ευημερίας, η οποία μπορεί στη συνέχεια να χρησιμοποιηθεί για να ταξινομήσει οικονομικά εφικτές κατανομές των πόρων όσον αφορά την κοινωνική ευημερία που αυτές συνεπάγονται. Αυτές οι λειτουργίες περιλαμβάνουν τυπικά μέτρα της οικονομικής αποτελεσματικότητας και της ισότητας, αν και πιο πρόσφατες προσπάθειες για την ποσοτικοποίηση της κοινωνικής ευημερίας έχουν συμπεριλάβει ένα ευρύτερο φάσμα μέτρων, συμπεριλαμβανομένης της οικονομικής ελευθερίας. (Pigou, 2013, σελ.1-20; Broadway&Niel, 1991, σελ. 1-8)

Το πεδίο των οικονομικών της ευημερίας συνδέεται με δύο θεμελιώδη θεωρήματα. Η πρώτη αναφέρει ότι, δεδομένων κάποιων υποθέσεων, οι ανταγωνιστικές αγορές δίνουν αποτελεσματικές λύσεις κατά Pareto, μπαίνοντας στη λογική του αόρατου χεριού με βάση τον Adam Smith. Η δεύτερη αναφέρει πως, δεδομένων κάποιων περιορισμών, οποιαδήποτε κατά Pareto αποτελεσματική κατάσταση μπορεί να υποστηριχθεί ως μια ανταγωνιστική ισορροπία της αγοράς. Έτσι, ένας κοινωνικός σχεδιαστής θα μπορούσε να χρησιμοποιήσει μια συνάρτηση κοινωνικής ευημερίας για να επιλέξει τη πιο δίκαια και συνάμα πιο αποτελεσματική κατάσταση, η οποία θα είναι ικανή να επιτευχθεί μέσω αμοιβαία επωφελών συναλλαγών που διεξάγονται μέσω του εμπορίου για την επίτευξή της. Λόγω των στενών σχέσεων οικονομικής της ευημερίας στην κοινωνική θεωρία επιλογής, το θεώρημα αδυναμίας του Arrow αναφέρεται πολλές φορές σαν μια τρίτη βασική προσέγγιση στην οικονομική της ευημερίας. (Johansson, 1991, σελ.15-16; Broadway&Niel, 1991; σελ.11-14, Eatwell, Milgate, & Newman, 1987)

Η κλασική προσέγγιση όσον αφορά την οικονομική της ευημερίας αναπτύχθηκε από τους Edgeworth, Sidgwick, Marshall, και Pigou. Η προσέγγιση τους αυτή υποθέτει τα εξής:(Pigou, 2013, σελ. 18-21; Marshall, 1920; Dardi, 2008)

- 1) Η χρησιμότητα είναι θεμελιώδης έννοια, η οποία προσδιορίζεται είτε από παρατήρηση είτε από την αξιολογική κρίση των ατόμων,
- 2) Οι προτιμήσεις των ατόμων είναι εξωγενώς δεδομένες και σταθερές, δηλαδή τα καταναλωτικά πρότυπα σε μια δεδομένη χρονική στιγμή δεν μεταβάλλονται,
- 3) Η πρόσθετη κατανάλωση οδηγεί σε όλο και μικρότερες αυξήσεις στην χρησιμότητα (φθίνουσα οριακή χρησιμότητα) και
- 4) Όλα τα άτομα έχουν συγκρίσιμες συναρτήσεις χρησιμότητας.

Με αυτές τις υποθέσεις, είναι δυνατόν να κατασκευαστεί μια συνάρτηση κοινωνικής ευημερίας, απλώς αθροίζοντας όλες τις επιμέρους συναρτήσεις χρησιμότητας. Να σημειωθεί ότι ένα τέτοιο μέτρο θα εξακολουθεί να οδηγεί σε άνιση διανομή του εισοδήματος (διανεμητική αποτελεσματικότητα), αλλά όχι και σε άνιση κατανομή των χρησιμοτήτων.(Eatwell, Milgate, & Newman, 1987; Dardi, 2008)

Η μεταγενέστερη προσέγγιση της οικονομικής ευημερίας βασίζεται στο έργο των Pareto, Hicks, και Kaldor. Η προσέγγιση αυτή αναγνωρίζει πλήρως τις διαφορές μεταξύ της πτυχής της αποτελεσματικότητας και την πτυχή της διανομής και τις αντιμετωπίζει με διαφορετικό τρόπο. Τα ζητήματα της αποτελεσματικότητας αξιολογούνται με κριτήρια όπως η αποτελεσματικότητα κατά Pareto και την προσέγγιση των Kaldor-Hicks, ενώ τα ζητήματα της κατανομής του εισοδήματος που περιλαμβάνονται στην εξειδίκευση της συνάρτησης της κοινωνικής ευημερίας. Περαιτέρω, η αποτελεσματικότητα καταργεί τα προαναφερθέντα κριτήρια μέτρησης της χρησιμότητας, αντικαθιστώντας τα με την λεγόμενη τακτική χρησιμότητα, η οποία απλώς κατατάσσει τους συνδυασμούς διαφόρων αγαθών και υπηρεσιών, η οποία σχηματικά προσδιορίζεται από τις καμπύλες αδιαφορίας.(Kaldor, 1939; Lange, 1942; Johansson, 1991; Ξίαρχος, 1994)

Οι καταστάσεις αυτές θεωρούνται ότι έχουν μια αποτελεσματικότερη διανομή όταν τα αγαθά διανέμονται στους ανθρώπους που μπορούν να αποκομίσουν από αυτά την μεγαλύτερη δυνατή χρησιμότητα.(Kaldor, 1939; Lange, 1942)

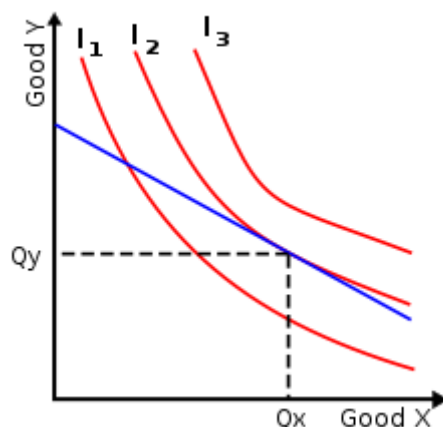
Πολλοί οικονομολόγοι χρησιμοποιούν την αποτελεσματικότητα κατά Pareto ως τον αποτελεσματικό στόχο τους. Σύμφωνα με τη μέτρηση της κοινωνικής ευημερίας, η

κατάσταση είναι άριστη μόνο όταν δεν υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης της θέσης ενός ατόμου χωρίς να χειροτερεύσει η θέση ενός άλλου. (Pareto, 2014)

Σε μια άλλη όψη της οικονομικής ευημερίας, μια ωφελμιστική συνάρτηση ευημερίας περιέχει τη χρησιμότητα του κάθε ατόμου προκειμένου να αποκτήσει τη συνολική ευημερία της κοινωνίας. Όλοι οι άνθρωποι έχουν την ίδια ικανοποίηση, ανεξάρτητα από το αρχικό τους επίπεδο χρησιμότητας. Μία επιπλέον μονάδα χρησιμότητας για κάποιον που είναι φτωχός δεν φαίνεται να έχει κάποια μεγαλύτερη αξία από ό, τι μια επιπλέον μονάδα χρησιμότητας για έναν εκατομμυριούχο. Στο άλλο άκρο είναι το κριτήριο Max-Min, ή Rawlsian συνάρτηση χρησιμότητας. Σύμφωνα με το κριτήριο του Max-Min, η ευημερία μεγιστοποιείται όταν η χρησιμότητα των μελών της κοινωνίας είναι η μέγιστη δυνατή για όλους. Καμία οικονομική δραστηριότητα δεν θα αυξήσει την κοινωνική ευημερία εκτός αν βελτιώνει τη θέση ενός μέλους της κοινωνίας που είναι σε χειρότερη θέση. Οι περισσότεροι οικονομολόγοι προσδιορίζουν τις συναρτήσεις κοινωνικής ευημερίας που είναι ενδιάμεσα μεταξύ αυτών των δύο άκρων. (Bergson, 1954; Eatwell, Milgate, & Newman, 1987)

Η συνάρτηση κοινωνικής ευημερίας μεταφράζεται συνήθως σε καμπύλες (κοινωνικής) αδιαφορίας, ώστε να μπορούν να χρησιμοποιηθούν στον ίδιο γραφικό χώρο όπως με τις άλλες συναρτήσεις με τις οποίες αλληλεπιδρά. Μια εξαιρετικά χρήσιμη καμπύλη (κοινωνικής) αδιαφορίας είναι η γραμμική και με αρνητική κλίση προς τα δεξιά. Η καμπύλη κοινωνικής αδιαφορίας με βάση το κριτήριο Max-Min παίρνει το σχήμα των δύο ευθειών που ενώνονται έτσι ώστε να σχηματίζουν μια γωνία 90 μοιρών. Μια καμπύλη αδιαφορίας που προέρχεται από μια συνάρτηση κοινωνικής ευημερίας είναι μια καμπύλη η οποία κλίνει προς τα κάτω και προς τα δεξιά. Μια τυπική μορφή καμπύλης αδιαφορίας παρουσιάζεται παρακάτω: (Ecognomy, 2013)

Σχήμα 1: Μια τυπική καμπύλη αδιαφορίας και το άριστο σημείο



Πηγή: ecognomy(2013)

Στο παραπάνω σχήμα, οι καμπύλες (κοινωνικής) αδιαφορίας παρουσιάζονται με τη κόκκινη γραμμή (όπως ειπώθηκε, έχουν αρνητική κλίση και είναι κυρτές) ενώ τα εφικτά σημεία τα οποία οι καταναλωτές μπορούν να έχουν στη κοινωνία περιγράφονται από τη μπλε ευθεία γραμμή και προς τα κάτω για δύο αγαθά, X και Y. Συνήθως, το αγαθό X ορίζεται σαν ένα αγαθό που επιλέγεται ανάλογα τη περίπτωση που εξετάζεται (π.χ. γάλα, κρέας, μύρα κλπ) ενώ το αγαθό Y ορίζεται σαν η δαπάνη που γίνεται για όλα τα υπόλοιπα αγαθά (π.χ. τρόφιμα, ένδυση, στέγη, θέατρο, ποδόσφαιρο, δημόσια αγαθά κλπ), είναι με άλλα λόγια ένα σύνθετο αγαθό. Έτσι, οι καμπύλες αδιαφορίας του παραπάνω σχήματος περιγράφουν όλες τις προτιμήσεις των καταναλωτών σε μια κοινωνία, υποθέτοντας ότι οι προτιμήσεις είναι ίδιες και δεδομένες στο χρόνο. Η ευημερία της κοινωνίας δε μεγιστοποιείται στην καμπύλη αδιαφορίας I_1 εφόσον στο σημείο που τέμνει την μπλε γραμμή (άριστα εφικτά σημεία) υπάρχει περιθώριο βελτίωσης της ευημερίας όλων των ανθρώπων χωρίς να ζημιωθεί κανείς άλλος. Έτσι, στη καμπύλη I_3 είναι αδύνατον να μεγιστοποιείται η ευημερία με δεδομένους τους πόρους αφού αντιστοιχεί σε ανέφικτα σημεία. Η μόνη περίπτωση που μεγιστοποιείται η ευημερία είναι στην I_2 όπου η καμπύλη εφάπτεται της ευθείας στα σημεία Q_X και Q_Y , όπου Q_X η ποσότητα του αγαθού X και Q_Y η ποσότητα του αγαθού Y. Να σημειωθεί επίσης ότι η κυρτή μορφή τους αντανακλά φθίνον οριακό λόγο υποκατάστασης, δηλαδή όλο και λιγότερες μονάδες από το ένα αγαθό απαιτούνται για την απόκτηση επιπλέον μονάδων από το άλλο αγαθό, όταν η κατανάλωση αυτού είναι αρκετά μεγάλη. (Eatwell, Milgate, & Newman, 1987)

Η κυρτή μορφή της καμπύλης της κοινωνικής αδιαφορίας μπορεί επίσης να ερμηνευθεί ως απόδειξη ότι καθώς η ανισότητα αυξάνεται, μια μεγαλύτερη βελτίωση στη

χρησιμότητα των σχετικά πλούσιων ατόμων είναι αναγκαία για να αντισταθμίσει την απώλεια χρησιμότητας των σχετικά φτωχών ατόμων. (Broadway&Niel, 1991, σελ. 96-100)

Μια τυπική συνάρτηση κοινωνικής ευημερίας μπορεί να κατασκευαστεί με τη μέτρηση της υποκειμενικής αξίας των αγαθών και των υπηρεσιών που διανέμονται στους συμμετέχοντες στην οικονομία. (MusgraveR. & MusgraveP., 1983, σελ. 83-86; Broadway&Niel, 1991, σελ. 96-101)

Επίσης, οι οικονομολόγοι της Αυστριακής Σχολής αμφισβητούν τη σκοπιμότητα της κατά Pareto βέλτιστης κατανομής και εξετάζουν περιπτώσεις στις οποίες το πλαίσιο των σκοπών και των μέσων δεν είναι απόλυτα γνωστό, αφού η νεοκλασική θεωρία υποθέτει πάντα ότι το πλαίσιο αυτό είναι εκ των προτέρων καθορισμένο. (Pareto, 2014; Bergson, 1954)

Ορισμένοι αμφισβητούν ακόμη και την αξία των συναρτήσεων χρησιμότητας που έχουν τη δυνατότητα να κατατάσσονται ανάλογα με το ποιοι συνδυασμοί έχουν μεγαλύτερες και ποιοι μικρότερες χρησιμότητες. Έχουν προτείνει άλλα μέσα μέτρησης της ευημερίας ως εναλλακτική λύση για τους δείκτες τιμών, τις λεγόμενες συναρτήσεις προθυμίας πληρωμής (willingness to pay functions) καθώς και άλλα μέτρα για την τιμή. Αυτά τα μέτρα για τις τιμές μπορούν να θεωρηθούν ότι προωθούν τον καταναλωτισμό και παραγωγισμό (υπερπαραγωγή αγαθών) για πολλούς. Θα πρέπει να σημειωθεί επίσης ότι είναι δυνατόν να μελετηθεί η οικονομία της ευημερίας χωρίς τη χρήση των τιμών, ωστόσο αυτό δεν γίνεται πάντα. (Eatwell, Milgate, & Newman, 1987; Lange, 1942)

Τέλος, οι σημαντικότερες προσεγγίσεις οι οποίες παρατέθηκαν παραπάνω παρουσιάζονται συγκεντρωτικά στον παρακάτω πίνακα.

Προσέγγιση	Άποψη περί Ευημερίας
Edgeworth, Sidgwick,, Marshall, και Pigou	Η ευτυχία ενός λαού χαρακτηρίζεται από μία συνάρτηση κοινωνικής ευημερίας η οποία αποτελεί το άθροισμα των ατομικών συναρτήσεων ευημερίας
Pareto, Hicks, και Kaldor	Τα ζητήματα της αποτελεσματικότητας αξιολογούνται με κριτήρια όπως η αποτελεσματικότητα κατά Pareto κα ενώ τα ζητήματα διανομής του εισοδήματος με την συνάρτηση της κοινωνικής ευημερίας

Ωφελμιστική Συνάρτηση Ευημερίας	Όλοι οι άνθρωποι έχουν την ίδια ικανοποίηση και συνεπώς το ίδιο επίπεδο ευημερίας, ανεξάρτητα από το αρχικό τους επίπεδο χρησιμότητας
κριτήριο Max-Min, ή Rawlsian συνάρτηση χρησιμότητας	Η κοινωνική ευημερία μεγιστοποιείται όταν η χρησιμότητα των μελών της κοινωνίας είναι η μέγιστη δυνατή για όλους.
οικονομολόγοι της Αυστριακής Σχολής	Η αποτελεσματικότητα κατά Pareto αμφισβητείται και συνεπώς η κοινωνική ευημερία εξετάζεται σε ένα πλαίσιο εκτός της θεωρίας αυτής

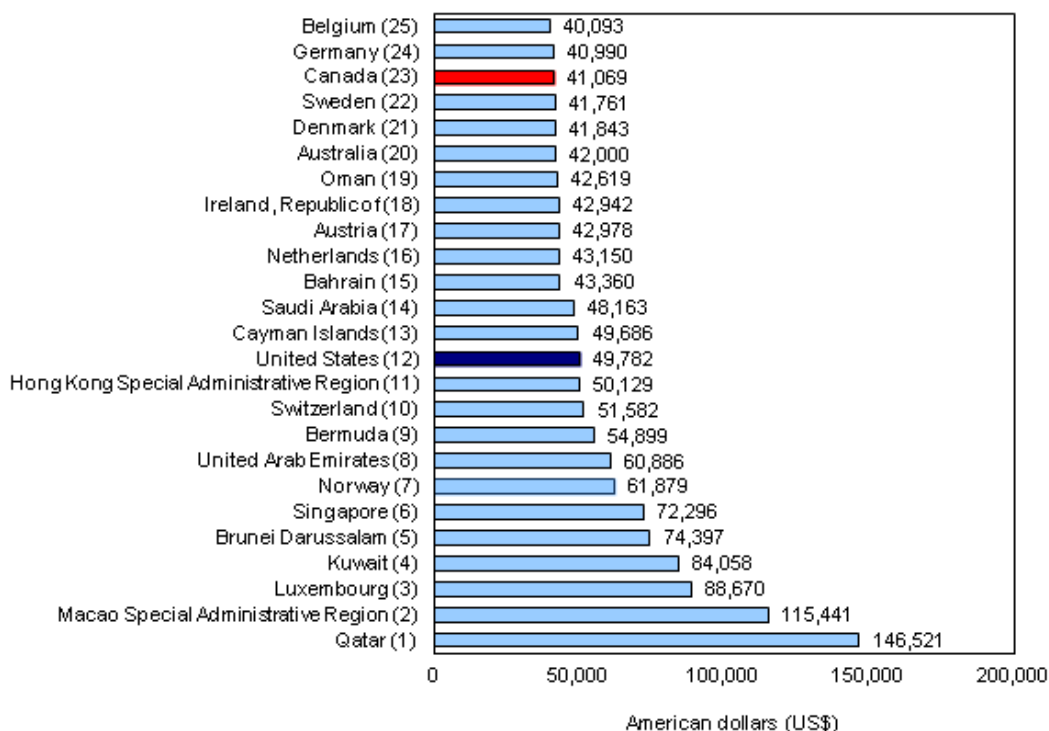
2.2 Ο δείκτης ευτυχίας και η μέτρηση του

Γενικώς, ο δείκτης ευτυχίας είναι ένας δείκτης της ανθρώπινης ευημερίας ο οποίος σχετίζεται με την ποιότητα ζωής, το επίπεδο διαβίωσης, τον πλούτο που διαθέτουν όσον αφορά υλικά και άυλα αγαθά, εισόδημα κλπ. (Broadway&Niel, 1991, σελ. 195-198)

Οι πλέον χρησιμοποιούμενοι δείκτες που έχουν κατά καιρούς χρησιμοποιηθεί και χρησιμοποιούνται ακόμη και σήμερα είναι δύο: α) το πραγματικό Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ) και β) ο Δείκτης Ανθρώπινης Ανάπτυξης (HDI). (Eatwell, Milgate, &Newman, 1987)

Όσον αφορά τον δείκτη που μετρά το πραγματικό Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν, ορίζεται ως η συνολική αξία των αγαθών και υπηρεσιών που παράγονται μέσα σε μια χώρα, στη διάρκεια μιας ορισμένης χρονικής περιόδου, όταν έχει διορθωθεί σύμφωνα με το επίπεδο πληθωρισμού. Το ΑΕΠ περιλαμβάνει συνήθως μόνο την αξία των αγαθών και υπηρεσιών που δηλώνονται στις εθνικολογιστικές αρχές και δεν περιλαμβάνει αγαθά και υπηρεσίες που προορίζονται για αυτοκατανάλωση ή/και η παραγωγή και η διανομή τους είναι παράνομη (το φαινόμενο αυτό είναι γνωστό και ως παραοικονομία). Για λόγους μέτρησης της διανομής του εισοδήματος στον πληθυσμό, μια πιο βελτιωμένη εκδοχή του ΑΕΠ είναι το κατά κεφαλήν ΑΕΠ το οποίο μετρά το επίπεδο παραγωγής (ή εισοδήματος) που αντιστοιχεί σε κάθε κάτοικο ενός πληθυσμού. (Mankiw, 2011, σελ. 123-129, Τόμος Β') Έτσι, το κατά κεφαλήν ΑΕΠ για τις χώρες του ΟΟΣΑ παρουσιάζεται στο παρακάτω σχήμα.

Σχήμα 2: Κατά κεφαλήν ΑΕΠ για διάφορες χώρες 2012 (μετρημένο σε αμερικανικά δολάρια)



Πηγή: StatisticsCanada(2014)

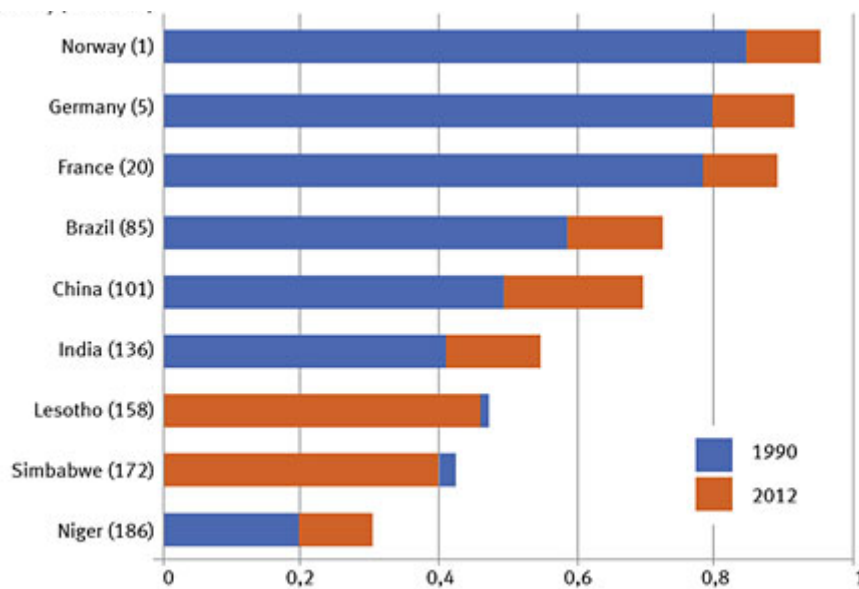
Όπως φαίνεται παραπάνω, το 2012 το μεγαλύτερο κατά κεφαλήν ΑΕΠ του δείγματος χωρών που επιλέχθηκε το έχει το Κατάρ με 146.521\$ κατά κεφαλήν ενώ το μικρότερο το Βέλγιο με μόλις 40.093\$ κατά κεφαλήν. Οι ΗΠΑ βρίσκονται στην 12η θέση ενώ ο Καναδάς στην 23η (εμφανίζεται με κόκκινο χρώμα επειδή η μελέτη προέρχεται από εκεί). Άλλες χώρες της Μέσης Ανατολής αλλά και της Ευρώπης έχουν επίσης υψηλά επίπεδα ΑΕΠ κατά κεφαλήν, όπως το Λουξεμβούργο, το Μακάο, το Κουβέιτ, το Μπρούναι, η Σιγκαπούρη, η Νορβηγία και τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα. Το συμπέρασμα από αυτόν τον πίνακα είναι ότι στο Κατάρ η διανομή του εισοδήματος είναι πιο ίση και ενδεχομένως πιο δίκαιη απ' ότι άλλες χώρες. Στο Βέλγιο για παράδειγμα, η διανομή είναι η πιο άνιση από όλες τις άλλες χώρες του πίνακα, γεγονός που δείχνει ότι η ανθρώπινη ευτυχία είναι χαμηλότερη σε σχέση με τις άλλες χώρες.

Το ΑΕΠ όμως, είτε είναι συνολικό είτε κατά κεφαλήν έχει ένα βασικό μειονέκτημα ότι δε συμπεριλαμβάνει ποιοτικούς παράγοντες που έχουν να κάνουν με την ευτυχία ενός ανθρώπου όπως για παράδειγμα ο ελεύθερος χρόνος, το φυσικό περιβάλλον, η ψυχαγωγία, κλπ. Έτσι, η αξιοπιστία του όσον αφορά την ευτυχία δεν είναι ακριβής και για τον λόγο

αυτό χρησιμοποιήθηκαν άλλοι δείκτες για τη μέτρηση της ποιότητας ζωής.(Krugman & Wells, 2012, σελ. 589-595; World Bank, 2014)

Ο Δείκτης Ανθρώπινης Ανάπτυξης (Human Development Index-HDI) είναι ένας άλλος δείκτης μέτρησης της ευημερίας ο οποίος, σε σχέση με το ΑΕΠ, είναι πιο σύνθετος, δηλαδή περιλαμβάνει πολλές και διάφορες μεταβλητές για την εκτίμηση της. Όλες οι μεταβλητές αυτές προσδιορίζονται από τρία κύρια χαρακτηριστικά μέτρησης της ευημερίας, το προσδόκιμο ζωής(μακροζωία), το επίπεδο διαβίωσης(ποιότητα ζωής) και το εκπαιδευτικό επίπεδο των ανθρώπων (π.χ. σε μια χώρα).Τα αποτελέσματα του δείκτη αυτού κατατάσσουν τις χώρες ανάλογα με το αν είναι αναπτυγμένες, αναπτυσσόμενες ή υπανάπτυκτες ενώ η χρησιμότητα του επεκτείνεται μέχρι και την επίδραση των οικονομικών πολιτικών στο επίπεδο διαβίωσης. Προφανώς, υψηλές τιμές του δείκτη αυτού δηλώνουν ότι μια χώρα έχει μεγαλύτερο δείκτη ευτυχίας. Μερικά δεδομένα του δείκτη αυτού παρουσιάζονται στο παρακάτω σχήμα.(World Bank, 2014; Neumayer, 2001)

Σχήμα 3: Μεταβολή του Δείκτη Ανθρώπινης Ανάπτυξης σε μια ομάδα χωρών, 1990-2012



Πηγή: FIPR(2014)

Στον παραπάνω πίνακα φαίνεται ότι ο Δείκτης Ανθρώπινης Ανάπτυξης είναι μεγαλύτερος στη Νορβηγία από το 1990 ενώ το 2012 η μεταβολή που σημειώθηκε ήταν σχετικά μικρή. Στη 2η θέση έρχεται η Γερμανία (5η στη παγκόσμια κατάταξη) ενώ ακολουθούν η Γαλλία (20η θέση), Βραζιλία (85η θέση) η Κίνα (101η θέση) και η Ινδία (136η θέση). Χώρες οι οποίες το 1990 είχαν αρκετά χαμηλό δείκτη ανθρώπινης ανάπτυξης ήταν το Λεσόθο, η Ζιμπάμπουε και ο Νίγηρας ο οποίος καταλαμβάνει τη τελευταία θέση στο παραπάνω σχήμα. Παρόλα αυτά, το 2012 ο δείκτης αυτός αυξήθηκε σημαντικά στο Λεσόθο και τη Ζιμπάμπουε ενώ ο Νίγηρας είχε μια μέτρια μεταβολή του δείκτη.

Παρά την ευρύτητα όμως της χρήσης του HDI, έχει και αυτός αδυναμίες. Το βασικό του μειονέκτημα είναι ότι δε διευκρινίζει την φτώχεια μεταξύ των χωρών καθώς δε χρησιμοποιεί μέτρα για την ποσοτικοποίηση της. Αντίθετα, μετράει μόνο το πόσο ευτυχισμένοι είναι οι άνθρωποι σε μια χώρα και δεν είναι σίγουρο ότι χώρες με χαμηλό δείκτη ανθρώπινης ανάπτυξης συνεπάγονται φτώχεια. Στο παραπάνω σχήμα ο δείκτης ανθρώπινης ανάπτυξης για το Λεσόθο και τη Ζιμπάμπουε αυξήθηκε σημαντικά το 2012 αλλά δεν διευκρινίζεται το αν οι χώρες αυτές έχουν γίνει λιγότερο φτωχές. (World Bank, 2014)

Ένας ευρέως χρησιμοποιούμενος δείκτης ευτυχίας είναι ο λεγόμενος Δείκτης Ευτυχίας του Πλανήτη (Happy Planet Index-HPI) ο οποίος μετρά την ανθρώπινη ευημερία (όχι μόνο από οικονομική άποψη αλλά και άλλες όψεις της ζωής) και των περιβαλλοντικών επιπτώσεων. Ο δείκτης αυτός εισήχθη από το New Economics Foundation (NEF) τον Ιούλιο του 2006. (NEF, 2006) Ο δείκτης αυτός σταθμίζεται για να δώσει σταδιακά υψηλότερες τιμές σε χώρες με χαμηλότερο οικολογικό αποτύπωμα. (NEF, 2006)

Ο δείκτης έχει σχεδιαστεί για να αμφισβητήσει τους καθιερωμένους δείκτες ανάπτυξης των χωρών, όπως το ακαθάριστο εγχώριο προϊόν (ΑΕΠ) και το Δείκτη Ανθρώπινης Ανάπτυξης (HDI), οι οποίοι θεωρούνται ως μη λαμβάνοντες υπόψη τη βιωσιμότητα. Ειδικότερα, το ΑΕΠ θεωρείται ως ακατάλληλο μέτρο καθώς ο συνήθης τελικός στόχος των περισσότερων ανθρώπων δεν είναι να είναι πλούσιοι, αλλά να είναι ευτυχισμένοι και υγιείς. Επιπλέον, πιστεύεται ότι η έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης απαιτεί ένα μέτρο του περιβαλλοντικού κόστους της επιδίωξης των στόχων αυτών. (Eatwell, Milgate, & Newman, 1987; World Bank, 2014)

Από τις 178 χώρες που συμμετείχαν στην έρευνα το 2006, οι χώρες με τις υψηλότερες τιμές ήταν οι Βανουάτου, Κολομβία, Κόστα Ρίκα, Ντομίνικα, και Παναμάς, αν και η Βανουάτου είναι απύσχα από όλους τους μετέπειτα δείκτες. Το 2009, η Κόστα Ρίκα ήταν η πιο "ευτυχισμένη" χώρα μεταξύ των 143 που αναλύθηκαν ακολουθούμενη από τη Δομινικανή Δημοκρατία, τη Τζαμάικα, τη Γουατεμάλα και το Βιετνάμ. Η Τανζανία, η Μποτσουάνα και η Ζιμπάμπουε βρίσκονται στο κάτω μέρος της κατάταξης. (NEF, 2006)

Για την κατάταξη 2012, 151 χώρες συγκρίθηκαν, και η καλύτερη χώρα βαθμολόγησης για δεύτερη φορά στη σειρά ήταν η Κόστα Ρίκα, και ακολουθούν το Βιετνάμ, η Κολομβία, το Μπελίτζε και το Ελ Σαλβαδόρ. Στη χαμηλότερη κατάταξη χωρών το 2012 ήταν η Μποτσουάνα, το Τσαντ και το Κατάρ. (World Bank, 2014)

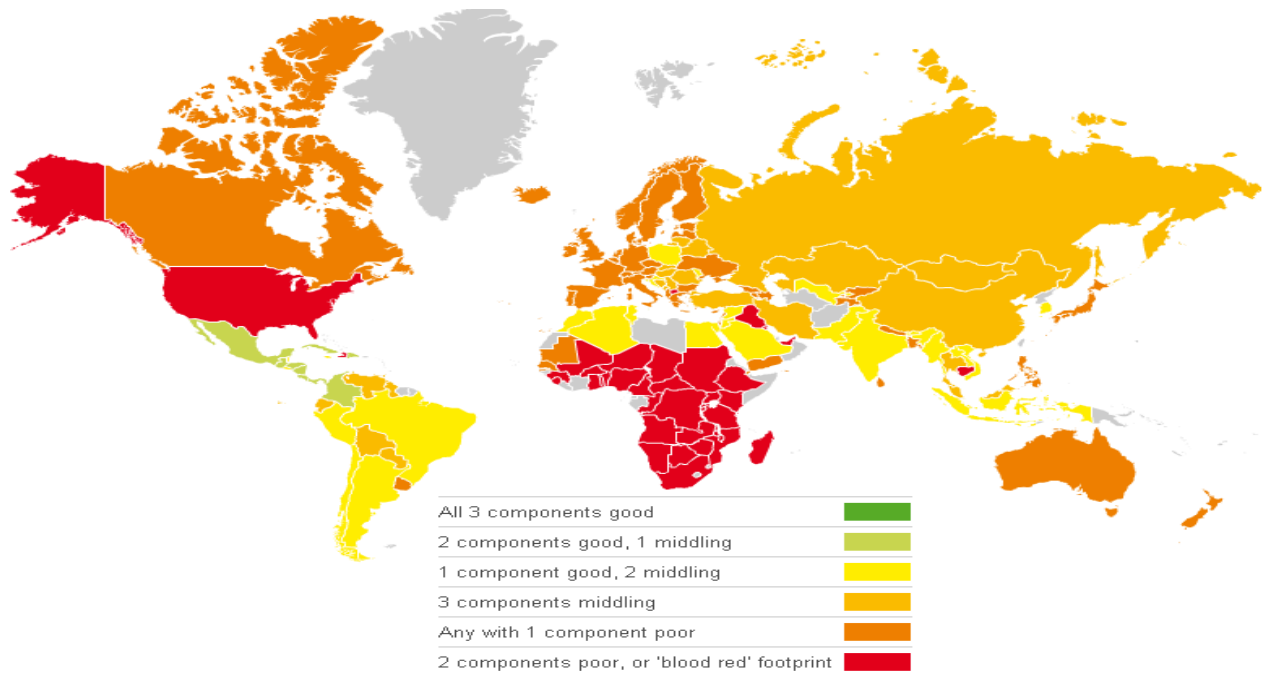
Ο HPI βασίζεται σε γενικές ωφελιμιστικές αρχές, ότι οι περισσότεροι άνθρωποι θέλουν να ζήσουν μακρά και ικανοποιητική ζωή και η χώρα που κάνει το καλύτερο είναι αυτή που επιτρέπει στους πολίτες της να το πράξει, αποφεύγοντας να παραβιάζουν για τη δυνατότητα των μελλοντικών ατόμων σε άλλες χώρες να πράξουν το ίδιο. Στην πραγματικότητα αυτό αποτελεί μια επιχειρησιακή πρόσκληση η οποία απαιτεί τη μέτρηση της παραγωγής της ανθρώπινης ευημερίας (όχι απαραίτητα με υλικά αγαθά) ανά μονάδα εξόρυξης ή επιβολή στη φύση. (NEF, 2006)

Η ανθρώπινη ευημερία μπορεί να συγκεκριμενοποιηθεί ως ευτυχές προσδόκιμο ζωής. Η εξόρυξη ή η επιβολή στη φύση χρησιμοποιούνται για τη χρήση του οικολογικού αποτυπώματος ανά κάτοικο και οι οποίες προσπαθούν να υπολογίσουν το ποσό των φυσικών πόρων που απαιτούνται για να διατηρήσουν τον τρόπο ζωής μιας δεδομένης χώρας. Μια χώρα με μεγάλο κατά κεφαλήν οικολογικό αποτύπωμα χρησιμοποιεί περισσότερο από το μερίδιο των πόρων, τόσο από την άντληση πόρων από άλλες χώρες καθώς επίσης και προκαλώντας μόνιμη βλάβη στον πλανήτη που θα έχει επίδραση στις μελλοντικές γενιές. (NEF, 2006; Lange, 1942; Bergson, 1954)

Ως εκ τούτου, οHPI δεν είναι ένα μέτρο το οποίο υποδεικνύει ότι ορισμένες χώρες είναι οι πιο ευτυχισμένες στον πλανήτη. Οι χώρες με σχετικά υψηλά επίπεδα ικανοποίησης από τη ζωή, όπως μετράται σε έρευνες, βρίσκονται από την κορυφή (Κολομβία στην 6η θέση) στο κάτω μέρος (οι ΗΠΑ στην 114η θέση) της σειράς κατάταξης. ο HPI καλύτερα σχεδιάστηκε ως ένα μέτρο της περιβαλλοντικής απόδοσης της στήριξης της ευημερίας σε μια συγκεκριμένη χώρα. Μια τέτοια απόδοση θα μπορούσε να προκύψει σε μια χώρα με

φυσιολογικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις (π.χ. Κόστα Ρίκα) και πολύ υψηλή ευημερία, αλλά θα μπορούσε επίσης να προκύψει σε μια χώρα με μόνο μέτρια ευημερία, αλλά πολύ περιορισμένες επιπτώσεις στο περιβάλλον (π.χ. Βιετνάμ). Τα δεδομένα αυτά αποτυπώνονται στο παρακάτω σχήμα. (Happy Planet Index, 2012)

Σχήμα 4: Δείκτης Ευτυχίας του Πλανήτη για το 2012



Πηγή: HappyPlanetIndex(2012)

Κάθε τιμή του HPI είναι συνάρτηση του μέσου όρου ικανοποίησης της προσωπικής ζωής, το προσδόκιμο ζωής κατά τη γέννηση, και το οικολογικό αποτύπωμα ανά κάτοικο. Η ακριβής συνάρτηση είναι λίγο πιο περίπλοκη αλλά εννοιολογικά αυτό προσεγγίζει την ικανοποίηση από τη ζωή και το προσδόκιμο ζωής, διαιρεμένα με το οικολογικό αποτύπωμα. Τα περισσότερα από τα δεδομένα της ικανοποίησης από τη ζωή έχουν ληφθεί από την Παγκόσμια έρευνα αξιών και της World Database Happiness, αλλά μερικά προέρχονται από άλλες έρευνες, και κάποια υπολογίζονται με τη χρήση τεχνικών στατιστικής παλινδρόμησης. (Happy Planet Index, 2012)

Μεγάλη κριτική που έχει ασκηθεί στον δείκτη αυτό οφείλεται σε λανθασμένη αντίληψη από τους αναλυτές ότι είναι ένα μέτρο της προσωπικής ευτυχίας, όταν είναι στην

πραγματικότητα ένα μέτρο της "ευτυχίας" του πλανήτη, με άλλα λόγια, της οικολογικής αποτελεσματικότητας της στήριξης της ευημερίας.(Neumayer, 2001)

Εκτός από αυτό, η κριτική έχει επικεντρωθεί στα εξής:(Neumayer, 2001; NEF, 2006)

- 1) Ο HPI αγνοεί εντελώς θέματα όπως η πολιτική ελευθερία, τα ανθρώπινα δικαιώματα και τα δικαιώματα των εργαζομένων.
- 2) Η Παγκόσμια Έρευνα Αξιών καλύπτει μόνο μια μειοψηφία των χωρών του κόσμου και πραγματοποιείται μόνο κάθε πέντε χρόνια. Ως αποτέλεσμα, πολλά από τα στοιχεία για τον δείκτη προέρχονται από άλλες πηγές ή υπολογίζονται με τη χρήση παλινδρομήσεων.
- 3) Τα υποκειμενικά μέτρα της ευημερίας είναι μη αξιόπιστα.
- 4) Το οικολογικό αποτύπωμα είναι ένα αμφιλεγόμενο και πολλοί επικρίνουν την έννοια αυτή.

Ο δείκτης έχει επικριθεί για τη στάθμιση του αποτυπώματος άνθρακα σε πολύ μεγάλο βαθμό, σε σημείο που οι ΗΠΑ θα έπρεπε να είναι γενικά χαρούμενοι και θα έπρεπε να έχουν ένα προσδόκιμο ζωής 439 χρόνια για να είναι ίσο με το αντίστοιχο του Βανουάτου στον δείκτη του 2006.(NEF, 2006)

Παρ' όλα αυτά, οHPI και τα συστατικά του έχουν ληφθεί υπόψη στη πολιτική σκηνή. Το οικολογικό αποτύπωμα, σύμφωνα με τονWWF,(WWF, 2012) χρησιμοποιείται ευρέως τόσο από τις τοπικές και εθνικές κυβερνήσεις, καθώς και από υπερεθνικούς οργανισμούς, όπως η Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Ο ίδιος ο δείκτης αναφέρθηκε το 2007 στο βρετανικό Συντηρητικό Κόμμα (British Conservative Party) ως πιθανό αντικαταστάτη του ΑΕΠ.(WWF, 2012; World Bank, 2014) Μια ανασκόπηση του 2007 των δεικτών προόδου που παράγεται από το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο αναφέρει τα ακόλουθα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα από τη χρήση του HPI ως μέτρο της προόδου σε εθνικό επίπεδο. Τα πλεονεκτήματα είναι τα εξής:(WWF, 2012; World Bank, 2014)

- 1) εξετάζει τα πραγματικά αποτελέσματα της οικονομικής δραστηριότητας με τη μορφή της ικανοποίησης από τη ζωή και τη μακροζωία,
- 2) συνδυάζει την ευεξία και διάφορες περιβαλλοντικές πτυχές,
- 3) διαθέτει απλό και εύκολα κατανοητό σύστημα για τον υπολογισμό του δείκτη,
- 4) μεγάλη συγκρισιμότητα των αποτελεσμάτων,
- 5) τα δεδομένα είναι διαθέσιμα ηλεκτρονικά αν και παραμένουν κάποιες ελλείψεις δεδομένων,

- 6) λαμβάνει υπόψη την ευημερία των ανθρώπων και τη κατανάλωση πόρων από τις χώρες.

Τα μειονεκτήματα είναι τα εξής:(WWF, 2012; World Bank, 2014)

- 1) Η ευτυχία ή η ικανοποίηση από τη ζωή είναι πολύ υποκειμενική και προσωπική λόγω πολιτιστικών επιρροών και πολύπλοκων επιπτώσεων των πολιτικών για την ευτυχία,
- 2) Στο όνομα υπάρχει μία κάποια σύγχυση: ο δείκτης δεν είναι ένα μέτρο της ευτυχίας, αλλά μάλλον ένα μέτρο της περιβαλλοντικής απόδοσης της στήριξης της ευημερίας σε μια συγκεκριμένη χώρα.

2.2.1 Η μέτρηση του δείκτη ευτυχίας σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ

Σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ, μια προσπάθεια για μέτρηση του δείκτη ευτυχίας ξεκίνησε τον Μάιο του 2011 μετά από μια δεκαετία εργασιών για το θέμα αυτό και έγινε μια πρώτη απόπειρα να συγκεντρωθούν διεθνώς συγκρίσιμα μέτρα της ευημερίας, σύμφωνα με τις συστάσεις της Επιτροπής για τη Μέτρηση των Οικονομικών Επιδόσεων και της Κοινωνικής Προόδου. Οι συστάσεις που έγιναν από αυτήν την Επιτροπή επιδίωξε να αντιμετωπίσει τις ανησυχίες ότι οι συνήθεις μακροοικονομικές στατιστικές, όπως το ΑΕΠ, δεν κατάφεραν να δώσουν μια πραγματική ερμηνεία για την τρέχουσα και τη μελλοντική ευημερία των ανθρώπων. Η πρωτοβουλία για τη βελτίωση του ΟΟΣΑ ζωή περιλαμβάνει δύο κύρια στοιχεία:: "Your Better Life Index" και "How's Life?". (OECD, 2013)

Ο δείκτης αυτός είναι ένα διαδραστικό εργαλείο που επιτρέπει να συγκριθούν οι επιδόσεις των χωρών σύμφωνα με τις προτιμήσεις των ανθρώπων όσον αφορά το τι κάνουν ή τι επιδιώκουν για μια καλύτερη ζωή. Δημοσιεύτηκε για πρώτη φορά στις 24 Μαΐου 2011 και περιλαμβάνει 11 "διαστάσεις" της ευημερίας: (OECD, 2013)

1. Στέγαση: οι συνθήκες στέγασης και διάφορες δαπάνες (π.χ. τιμολόγηση των ακινήτων),
2. Έσοδα: Τα έσοδα των νοικοκυριών και του χρηματοοικονομικού πλούτου,
3. Εργασίες: κέρδη, η ασφάλεια της απασχόλησης και της ανεργίας,
4. Κοινότητα: η ποιότητα του δικτύου κοινωνικής υποστήριξης,
5. Εκπαίδευση: το εκπαιδευτικό επίπεδο των ανθρώπων

6. Περιβάλλον: ποιότητα του περιβάλλοντος (π.χ. περιβαλλοντική υγεία)
7. Διακυβέρνηση: συμμετοχή στη δημοκρατία
8. Υγεία
9. Ικανοποίηση ζωής: επίπεδο της ευτυχίας
10. Ασφάλεια: ποσοστά εγκληματικότητας
11. Ισορροπία στη κατανομή του χρόνου εργασίας και σχόλης.

Κάθε θέμα είναι βασισμένο χρησιμοποιώντας από έναν μέχρι τρεις συγκεκριμένους δείκτες. Στην περίπτωση της ισορροπίας μεταξύ εργασίας και σχόλης, για παράδειγμα, τρία διαφορετικά μέτρα θεωρούνται: ο αριθμός των εργαζομένων που εργάζονται πολλές ώρες, το ποσοστό των μητέρων που εργάζονται και οι άνθρωποι που αφιερώνουν χρόνο σε ψυχαγωγικές και προσωπικές δραστηριότητες. Επιπλέον, ο δείκτης αυτός επιδιώκει να συμμετάσχουν οι πολίτες στη συζήτηση για το τι έχει μεγαλύτερη σημασία στη ζωή τους και ότι οι κυβερνήσεις θα πρέπει να κάνουν για να βελτιώσουν την ευημερία τους. (OECD, 2013)

2.2.2 Μέτρηση του δείκτη ευτυχίας σύμφωνα με την παγκόσμια έκθεση για την ευτυχία (World Happiness Report)

Η Παγκόσμια Έκθεση Ευτυχίας είναι ένα μέτρο της ευτυχίας που δημοσιεύθηκε από τα Ηνωμένα Έθνη για την βιώσιμη ανάπτυξη. Τον Ιούλιο του 2011, η Γενική Συνέλευση του ΟΗΕ εξέδωσε ψήφισμα καλώντας τις χώρες μέλη της να μετρήσουν την ευτυχία των λαών τους και να τη χρησιμοποιήσουν για να βοηθήσουν στην καθοδήγηση των δημόσιων πολιτικών τους. Στις 2 Απριλίου 2012 ακολούθησε η πρώτη Συνάντηση Υψηλού Επιπέδου των Ηνωμένων Εθνών για την "Ευτυχία και Ευημερία" με σκοπό τον καθορισμό ενός νέου οικονομικού προτύπου, της οποίας προήδρευσε ο Πρωθυπουργός Jigme Thinley του Μπουτάν, η πρώτη και μοναδική μέχρι σήμερα χώρα που έχει υιοθετήσει επίσημα την ακαθάριστη εθνική ευτυχία αντί του ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος ως τον κύριο δείκτη ανάπτυξης της. (Helliwell, Layard, & Sachs, 2013)

Η πρώτη Παγκόσμια Έκθεση Ευτυχίας επέστησε την προσοχή της διεθνώς ως μια πρώτη παγκόσμια έρευνα ευτυχίας του πλανήτη. Η έκθεση παρουσιάζει την κατάσταση της παγκόσμιας ευτυχίας, τις αιτίες της ευτυχίας και της δυστυχίας, και τις επιπτώσεις της πολιτικής(μαζί με μελέτες περιπτώσεων μεταξύ άλλων, από το Μπουτάν). Τον Σεπτέμβριο του 2013, η δεύτερη Παγκόσμια Έκθεση Ευτυχίας προσέφερε την πρώτη ετήσια παρακολούθηση. Η έκθεση χρησιμοποιεί στοιχεία από την Gallup World Poll. Στην πρώτη έκθεση χρησιμοποιήθηκαν τα διαθέσιμα δεδομένα από 2005-2011 ενώ στη δεύτερη έκθεση χρησιμοποιήθηκαν τα διαθέσιμα δεδομένα από 2005-2012, εστιάζοντας στα δεδομένα από την περίοδο 2010-2012. (Helliwell, Layard, & Sachs, 2013)

Στις εκθέσεις, κορυφαίοι ειδικοί σε διάφορους τομείς όπως την οικονομική, την ψυχολογία, την ανάλυση της έρευνας, τα εθνικά στατιστικά στοιχεία, κλπ. περιγράφουν πως οι μετρήσεις της ευημερίας μπορούν να χρησιμοποιηθούν αποτελεσματικά για να αξιολογήσουν την πρόοδο των χωρών. Η δεύτερη έκθεση ερεύνησε διεξοδικά τα θέματα που σχετίζονται με την ευτυχία, συμπεριλαμβανομένης της ψυχικής ασθένειας, τα αντικειμενικά οφέλη της ευτυχίας, τη σπουδαιότητα της δεοντολογίας, τις επιπτώσεις της πολιτικής, καθώς και συνδέσεις με την προσέγγιση του ΟΟΣΑ για τη μέτρηση της υποκειμενικής ευημερίας, καθώς και η Έκθεση Ανθρώπινης Ανάπτυξης (Human Development Report). (Neumayer, 2001; Helliwell, Layard, & Sachs, 2013)

2.3 Η οικονομική κρίση και ο αντίκτυπος στην ελληνική οικονομία

Στο κεφάλαιο αυτό αναλύεται η επίδραση της οικονομικής κρίσης στην οικονομική ευημερία και την ευτυχία της Ελλάδας, ξεκινώντας πρώτα από την όλη διαδικασία που προκάλεσε αυτή τη κατάσταση.

Η ευρωπαϊκή κρίση χρέους, η οποία συχνά αναφέρεται και ως Κρίση της Ευρωζώνης ή Ευρωπαϊκή κρίση χρέους είναι μια συνεχής μακρά κρίση χρέους πολλών ετών που λαμβάνει χώρα σε μια ομάδα κρατών-μελών της ευρωζώνης από τα τέλη του 2009. Η κρίση αυτή είχε τεράστιο αντίκτυπο στην ευημερία και την ευτυχία των κρατών. Τα κράτη αυτά δεν ήταν σε θέση να αποπληρώσουν ή αναχρηματοδοτήσουν το δημόσιο χρέος τους ή για τη διάσωση των υπερχρεωμένων τραπεζών τους σύμφωνα με την εθνική εποπτεία τους, χωρίς τη βοήθεια τρίτων, όπως την ΕΚΤ (Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα-ECB) ή το ΔΝΤ (Διεθνές Νομισματικό Ταμείο). Η ευρωπαϊκή κρίση χρέους ξέσπασε στον

απόηχο της Μεγάλης Ύφεσης γύρω στα τέλη του 2009, και χαρακτηρίζεται από ένα περιβάλλον ιδιαίτερα υψηλών διαρθρωτικών ελλειμμάτων των κυβερνήσεων και επιτάχυνσης των επιπέδων του χρέους. Τα κράτη μέλη επλήγησαν δυσμενώς από την κρίση, που αντιμετώπισαν μια μεγάλη άνοδο των spreads των επιτοκίων για τα κρατικά ομόλογα, ως αποτέλεσμα των ανησυχιών των επενδυτών για τη μελλοντική βιωσιμότητα του χρέους τους, στο βαθμό που οι τέσσερις χώρες της ευρωζώνης (Ελλάδα, Ιρλανδία, Πορτογαλία και Ισπανία) χρειάζονται να διασωθούν από τα προγράμματα διάσωσης που προέρχονται από το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο και την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, με πρόσθετη υποστήριξη (σε τεχνικό επίπεδο) από την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα. Μαζί αυτές οι τρεις διεθνείς οργανώσεις που εκπροσωπούν τους πιστωτές διάσωσης ονομάστηκαν με το παρατσούκλι «η Τρόικα».(Βαρουφάκης, Πατώκος, Τσερκέζης, & Κουτσοπέτρος, 2011; Κότιος, Γαλανός, & Ρουκανάς, 2012)

Η κρίση της ευρωζώνης ήταν αποτέλεσμα ενός συνδυασμού σύνθετων παραγόντων συμπεριλαμβανομένης της παγκοσμιοποίησης των οικονομιών και ευνοϊκών πιστωτικών συνθηκών κατά την περίοδο 2002-2008 που ενθάρρυναν τις πρακτικές χορήγησης και λήψης δανείων υψηλού κινδύνου, την οικονομική κρίση του 2007-08, τις διεθνείς εμπορικές ανισοροπίες, τις πραγματικές φούσκες ακινήτων και τη Μεγάλη Ύφεση του 2008-2012, τις επιλογές δημοσιονομικής πολιτικής που σχετίζονται με τα δημόσια έσοδα και τα έξοδα και μεθόδων που χρησιμοποιούνται από τα κράτη για τη διάσωση προβληματικών τραπεζικών βιομηχανιών και κατόχων ομολόγων, αναλαμβάνοντας ιδιωτικά βάρη του χρέους ή την κοινωνικοποίηση των ζημιών.(Βαρουφάκης, Πατώκος, Τσερκέζης, & Κουτσοπέτρος, 2011; Κότιος, Γαλανός, & Ρουκανάς, 2012)Σε μια συνέντευξη με το Bloomberg, ο Ted Virute του Mid-Ocean Partners δήλωσε ότι εστιάζει σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις και διάφορες ευκαιρίες παρά την κρίση του ευρώ.(Bloomberg, 2009)

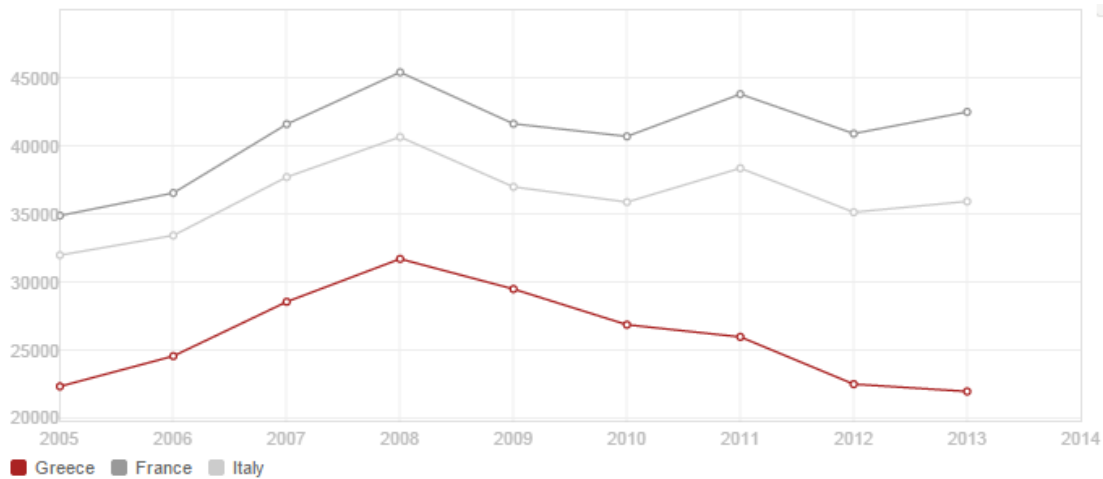
Μια έκθεση που ολοκληρώθηκε το 2012 για το Κογκρέσο των Ηνωμένων Πολιτειών, εξηγεί ότι η σημερινή κρίση της ευρωζώνης εξαπλώνεται από το 2009, όταν η νέα Ελληνική κυβέρνηση αποκάλυψε ότι οι προηγούμενες ελληνικές κυβερνήσεις είχαν υποεκτιμήσει τα ελλείμματα του προϋπολογισμού. Η κρίση στη συνέχεια εξαπλώθηκε στην Ιρλανδία και τη Πορτογαλία, ενώ εγέρθηκαν ανησυχίες για την Ιταλία, την Ισπανία και το ευρωπαϊκό τραπεζικό σύστημα, και πιο σημαντικές ανισοροπίες εντός της ευρωζώνης.(Κότιος, Γαλανός, & Ρουκανάς, 2012; Τράπεζα της Ελλάδος, 2012)

Στη περίπτωση της Ελλάδας, όλα τα εφαρμοζόμενα μέτρα λιτότητας συνέβαλαν στο να μειώσει η Ελλάδα το πρωτογενές έλλειμμα, δηλαδή το δημοσιονομικό έλλειμμα εκτός των πληρωμών, από 24.7 δισεκατομμύρια ευρώ (10,6% του ΑΕΠ) το 2009 σε μόλις 5.2 δισεκατομμύρια ευρώ (2,4% του ΑΕΠ) το 2011, αλλά ως μια παρενέργεια συνέβαλε στην επιδείνωση της ελληνικής κρίσης. Το ελληνικό ΑΕΠ είχε τη χειρότερη δυνατή μείωση το 2011 με -6,9%, το έτος κατά το οποίο 111.000 ελληνικές επιχειρήσεις χρεοκόπησαν. Ως αποτέλεσμα, οι Έλληνες έχασαν περίπου το 40% της αγοραστικής τους δύναμης από την αρχή της κρίσης και το ποσοστό ανεργίας αυξήθηκε από 7,5% το Σεπτέμβριο του 2008 στο ιστορικό υψηλό του 27,9% τον Ιούνιο του 2013 ενώ το ποσοστό ανεργίας στους νέους αυξήθηκε από 22,0% σε 62%. Το ποσοστό ανεργίας των νέων έφτασε το 16,1% το 2012. (Κότιος, Γαλανός, & Ρουκανάς, 2012; Βαρουφάκης, Πατώκος, Τσερκέζης, & Κουτσοπέτρος, 2011)

Συνολικά, το ποσοστό του πληθυσμού που ζει με τον κίνδυνο της φτώχειας ή του κοινωνικού αποκλεισμού δεν αυξάνει σημαντικά κατά τη διάρκεια των πρώτων 2 ετών από την κρίση. Το ποσοστό αυτό μετρήθηκε σε 27,6% το 2009 και 27,7% το 2010 αλλά για το 2011 το ποσοστό αυτό εκτιμάται ότι σήμερα έχει αυξηθεί κατακόρυφα πάνω από 33%. Τον Φεβρουάριο του 2012, ένα στέλεχος του ΔΝΤ που διαπραγματευόταν για τα ελληνικά μέτρα λιτότητας παραδέχθηκε ότι οι υπερβολικές περικοπές δαπανών έβλαψαν σοβαρά την ελληνική κοινωνία. (Κότιος, Γαλανός, & Ρουκανάς, 2012; Βαρουφάκης, Πατώκος, Τσερκέζης, & Κουτσοπέτρος, 2011)

Ως συνέπεια των παραπάνω, τόσο η οικονομική ευημερία όσο και ο δείκτης ευτυχίας της Ελλάδας μειώθηκαν σημαντικά. Η εξέλιξη του ΑΕΠ της Ελλάδας παρουσιάζεται στο παρακάτω σχήμα.

Σχήμα 5: ΑΕΠ της Ελλάδας 2005-2013 σε σύγκριση με της Γαλλίας και της Ιταλίας(σε \$US)

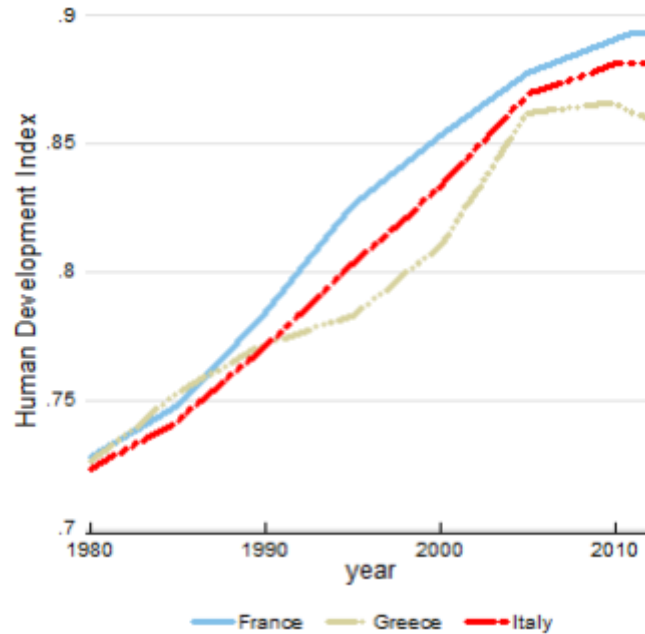


Πηγή: WorldBank(2014)

Όπως προκύπτει, το ΑΕΠ της Ελλάδας τη περίοδο 2005-2013 έφτασε στο ανώτατο σημείο το 2008 ενώ με το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης έπεσε κατακόρυφα ένα στοιχείο που δηλώνει ότι η οικονομική ευημερία των ελλήνων πολιτών έπεσε κατακόρυφα, από περίπου 350 δις ευρώ σε περίπου 250 δις ευρώ. Τα αποτελέσματα είναι σαφώς μικρότερα από τα αντίστοιχα ΑΕΠ, έστω της Γαλλίας και της Ιταλίας, χώρες-μέλη του ΟΟΣΑ.

Όσον αφορά για τον Δείκτη Ανθρώπινης Ανάπτυξης της Ελλάδας, φαίνεται παρακάτω:

Σχήμα 6: Ο Δείκτης Ανθρώπινης Ανάπτυξης της Ελλάδας (1980-2010)



Πηγή: Human Development Report (2013), σ. 3

Εδώ παρουσιάζεται ο Δείκτης Ανθρώπινης Ανάπτυξης της Ελλάδας, σε σύγκριση και με τους αντίστοιχους της Γαλλίας και της Ιταλίας. Όπως προκύπτει, ο HDI της Ελλάδας είχε γενικώς μια αυξητική τάση μέχρι και τη πρώτη πενταετία του 21ου αιώνα, στη συνέχεια έμεινε σταθερός μέχρι το 2010 και έκτοτε άρχισε να υποχωρεί ελάχιστα. Οι αντίστοιχοι δείκτες όμως της Γαλλίας και της Ιταλίας παρουσιάζουν μέχρι και σήμερα μια σταθερή αύξηση στη τιμή τους. (Human Development Report, 2013)

2.4 Αποτελέσματα του δείκτη ευτυχίας για την Ελλάδα με βάση τον ΟΟΣΑ (OECD)¹

Η Ελλάδα αποδίδει αρκετά καλά στο σύνολο των μέτρων ευημερίας, από το γεγονός ότι κατατάσσεται κοντά στο μέσο όρο σε μεγάλο αριθμό θεμάτων στο Δείκτη Καλύτερης Ζωής (Better Life Index) με βάση τη μελέτη του ΟΟΣΑ. (OECD, 2013)

¹ Για εναλλακτική παρουσίαση των αποτελεσμάτων, ο αναγνώστης μπορεί να ανατρέξει στα στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής (ΕΛ.ΣΤΑΤ.) για τους δείκτες ευημερίας του ελληνικού πληθυσμού (ΕΛ.ΣΤΑΤ., 2014) στον παρακάτω σύνδεσμο: http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/BUCKET/A0802/PressReleases/A0802_SFA10_DT_AN_0_0_2013_13_F_GR.pdf

Εισόδημα: Στην Ελλάδα, το μέσο καθαρό προσαρμοσμένο διαθέσιμο εισόδημα των νοικοκυριών είναι 20.440 δολάρια το χρόνο, ελαφρώς μικρότερο από το μέσο όρο του ΟΟΣΑ, 23.047 δολάρια το χρόνο. Αλλά υπάρχει ένα σημαντικό χάσμα μεταξύ των πλουσιότερων και των φτωχότερων :το κορυφαίο 20% του πληθυσμού κερδίζει έξι φορές το κατώτατο 20%. (OECD, 2013)

Εργασία: Σε όρους απασχόλησης, περίπου 56% των ατόμων ηλικίας 15 έως 64 ετών στην Ελλάδα έχουν μια αμειβόμενη εργασία, κάτω από το μέσο όρο του ΟΟΣΑ για την απασχόληση του 66%. Ένα 66% των ανδρών είναι σε αμειβόμενη εργασία, σε σύγκριση με το 45% των γυναικών, γεγονός που υποδηλώνει ότι οι γυναίκες αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην εξισορρόπηση της οικογενειακής και επαγγελματικής ζωής. Οι άνθρωποι στην Ελλάδα εργάζονται 20.032 χιλιάδες ώρες ετησίως, περισσότερο από ό, τι οι περισσότεροι άνθρωποι στις χώρες του ΟΟΣΑ που εργάζονται 1.776 ώρες κατά μέσο όρο. Σχεδόν το 5% των εργαζομένων εργάζονται πολλές ώρες, κάτω από το μέσο όρο του ΟΟΣΑ, του 9%, με 6% των ανδρών που εργάζονται πολλές ώρες σε σύγκριση με 4% για τις γυναίκες. (OECD, 2013)

Εκπαίδευση: Στην Ελλάδα, το 65% των ενηλίκων ηλικίας 25-64 ετών έχουν αποκτήσει το ισοδύναμο πτυχίο λυκείου, λιγότερο από το μέσο όρο του ΟΟΣΑ, 74%. Αυτό ισχύει εξίσου για άνδρες και γυναίκες. Όσον αφορά την ποιότητα του εκπαιδευτικού συστήματος, ο μέσος φοιτητής πέτυχε 473 βαθμούς στην ικανότητα ανάγνωσης, τα μαθηματικά και τις επιστήμες στο πρόγραμμα του ΟΟΣΑ για τη Διεθνή Αξιολόγηση των Μαθητών (PISA). Αυτή η βαθμολογία είναι χαμηλότερη από το μέσο όρο του ΟΟΣΑ 497. Κατά μέσο όρο στην Ελλάδα, τα κορίτσια ξεπέρασαν τα αγόρια κατά 14 μονάδες, πάνω από το μέσο όρο του ΟΟΣΑ, μια διαφορά της τάξης των 9 πόντων. (OECD, 2013)

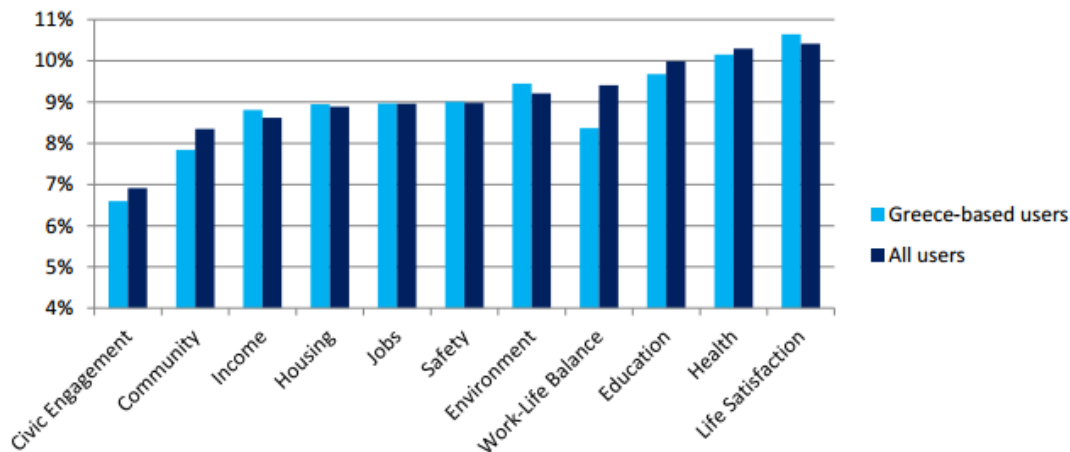
Υγεία και περιβάλλον: Όσον αφορά την υγεία, το προσδόκιμο ζωής κατά τη γέννηση στην Ελλάδα είναι σχεδόν 81 χρόνια, ελαφρώς υψηλότερο από το μέσο όρο του ΟΟΣΑ σε 80 χρόνια. Το προσδόκιμο ζωής για τις γυναίκες είναι 83 σχεδόν χρόνια, σε σύγκριση με 78 για τους άνδρες. Η Ελλάδα τελεί επίσης κάτω από το μέσο όρο του ΟΟΣΑ όσον αφορά την ποιότητα του νερού, καθώς το 69% των πολιτών δηλώνουν ότι είναι ικανοποιημένοι με την ποιότητα των υδάτων τους, κάτω από το μέσο όρο του ΟΟΣΑ, 84%. (OECD, 2013)

Κοινότητα και δημόσια δέσμευση: Όσον αφορά τη δημόσια πτυχή, υπάρχει μια μέτρια αίσθηση της κοινότητας και μέτρια επίπεδα της συμμετοχής των πολιτών στην Ελλάδα, όπου το 81% των ανθρώπων πιστεύουν ότι γνωρίζουν κάποιον που θα μπορούσε να

επικαλεστούν σε ώρα ανάγκης, χαμηλότερα από το μέσο όρο του ΟΟΣΑ του 90%. Η προσέλευση των ψηφοφόρων, ένα μέτρο της εμπιστοσύνης του κοινού στην κυβέρνηση και τη συμμετοχή των πολιτών στην πολιτική διαδικασία, ήταν 62% κατά τις πρόσφατες εκλογές, κάτω από το μέσο όρο του ΟΟΣΑ, 72%. (OECD, 2013)

Ικανοποίηση ζωής: Σε γενικές γραμμές, οι Έλληνες είναι λιγότερο ικανοποιημένοι από τη ζωή τους από τον μέσο όρο του ΟΟΣΑ, με το 71% των ατόμων που δηλώνουν ότι έχουν πιο θετικές εμπειρίες σε μια μέση ημέρα (αισθήματα ηρεμίας, υπερηφάνεια στην εκπλήρωση, απόλαυση, κλπ) από ότι αρνητικές (πόνος, ανησυχία, θλίψη, ανία, κλπ). Το ποσοστό αυτό είναι χαμηλότερο από το μέσο όρο του ΟΟΣΑ, 80%. (OECD, 2013). Παρακάτω απεικονίζονται οι προτιμήσεις με βάση τις παραπάνω κατηγορίες

Σχήμα 7: Προτιμήσεις ελλήνων (μονίμων και μη) για τις 11 διαστάσεις της ευτυχίας



Πηγή: ΟΟΣΑ (2013), σελ. 41

Σχηματικά φαίνεται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό στο οποίο οι έλληνες πολίτες δηλώνουν πιο χαρούμενοι είναι στην ικανοποίηση από τη ζωή, αφού έχουν περισσότερες θετικές εμπειρίες απ' ότι αρνητικές, με βάση τον ΟΟΣΑ. Το χαμηλότερο ποσοστό ευτυχίας εντοπίστηκε στην δημόσια δέσμευση η οποία γενικώς αφορά την εμπιστοσύνη που έχουν στη κυβέρνηση και στον γενικότερο δημόσιο τομέα ή, ακόμα και στην κοινωνία.

3 Βιώσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και εταιρική κοινωνική υπευθυνότητα επιχειρήσεων

Στη σημερινή εποχή, υπό την πίεση των διαφόρων ανισοροπιών που συνεπάγονται στο φυσικό και κοινωνικό περιβάλλον και αντιμέτωπο με την έλλειψη της βιώσιμης ανάπτυξης του, το οικονομικό σύστημα, το οποίο επικεντρώθηκε αποκλειστικά στην οικονομική αποτελεσματικότητα παρά στην κοινωνική δικαιοσύνη, διανύει μια φάση παγκόσμιων διαρθρωτικών αλλαγών οι οποίες αποσκοπούν στη σύνδεση του συστήματος αυτού με τις αξίες της κοινωνίας και της ανθρωπότητας, συχνά μάλιστα και ως καταναγκαστική υποχρέωση για την επιβίωση και ανάπτυξη μέσω του βιώσιμου (αιφόρου) ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. (D'Amato, Henderson, & Florence, 2009)

Λαμβάνοντας υπόψη ότι η παγκοσμιοποίηση τείνει να τυποποιήσει γρήγορα τις τεχνολογίες και να εξισώσει τα ποσοστά των κερδών, η έννοια του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος επεκτείνεται πέρα από τον τομέα των οικονομικών παραγόντων (π.χ. διαφοροποίηση των προϊόντων, μείωση του κόστους, κλπ) σε περιοχές διασυνδεδεμένες μεταξύ τους, όπου παράγοντες όπως η κοινωνική ευθύνη που αναλαμβάνουν κυρίως οι επιχειρήσεις γίνονται μοχλοί για την αύξηση της ανταγωνιστικότητας μιας χώρας. (D'Amato, Henderson, & Florence, 2009)

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη οριοθετεί το σύνολο των υποχρεώσεων που έχει μια εταιρεία προς το ενδιαφερόμενα μέρη (π.χ. άτομα, ομάδες ή οργανισμούς που επηρεάζονται άμεσα ή έμμεσα από τις δράσεις, τους στόχους και τις πολιτικές της εταιρείας) σε ένα συγκεκριμένο σύστημα αναφοράς. Πολλές ομάδες που απαρτίζουν την κοινωνία αναφοράς μιας εταιρείας οδηγούν σε μια πληθώρα προσδοκιών σχετικά με τη συγκεκριμένη εταιρεία. Η νομιμότητα αυτών των προσδοκιών υιοθετεί διάφορους βαθμούς εγκυρότητας. Ευθύνη είναι μια συνεχής δυναμική διαδικασία που σκοπεύει να εναρμονίσει και να ισορροπήσει το συμφέροντα των διαφόρων ομάδων και τους ρόλους που παίζουν σε σχέση με το κοινό καλό. (D'Amato, Henderson, & Florence, 2009)

Μια σειρά από θεωρητικές και πρακτικές έρευνες έχουν τονίσει την ανάγκη για ένα νέο μοντέλο που θα μπορούσε να καθοδηγήσει την οικονομική έρευνα και ανάλυση, επαναπροσδιορίζοντας την εταιρική αποδοτικότητα και ανταγωνιστικότητα με τη συμπερίληψη της έννοιας της κοινωνικής ευθύνης. Παρακάτω, παρουσιάζονται μερικές από αυτές τις έννοιες της κοινωνικής ευθύνης.

Πρώτα απ' όλα, σύμφωνα με τη μελέτη του Demetrescu(1983, σελ. 19), η κοινωνική ευθύνη ορίζεται ως μια συστημική προσέγγιση του οικονομικού περιβάλλοντος ως στοιχείο του μακρο-περιβάλλοντος αλληλεπιδρώντας με το σύνολο και με κάθε ένα από τα συστατικά του. Δηλαδή, υπάρχει μια σειρά αλληλεξαρτήσεων στις οποίες το σύνολο του συστήματος είναι μεγαλύτερο από ό,τι όλα τα υποσυστήματα μέσα σε αυτό. Με την εφαρμογή της γενικής θεωρίας των συστημάτων, έχουμε το μέσο που χρειαζόμαστε για την κατανόηση πολύπλοκων μη γραμμικών συστημάτων, όπου τα στοιχεία αλληλεπιδρούν με ολιστικό τρόπο και όπου οι διασυνδέσεις είναι πολλαπλές, έτσι ώστε είναι δύσκολο να εξηγηθούν με μαθηματικές ή λογικές σχέσεις. Αντιστεκόμενα στην πίεση πολλών εξωτερικών επιδράσεων, τέτοια συστήματα τροποποιούν τη συμπεριφορά τους στο πλαίσιο της δράσης ορισμένων παραμέτρων που έχουν μεγάλο αντίκτυπο στα συστήματα αυτά. Έτσι, η γνώση δεν περιορίζεται ούτε στο σύνολο ούτε στα άτομα. (Demetrescu, 1983)

Οι επιχειρήσεις και οι οργανισμοί έχουν αναπτύξει μια ποικιλία στρατηγικών για την ικανοποίηση των αναγκών της κοινωνίας, του φυσικού περιβάλλοντος, και τις αντίστοιχες ανάγκες τους καθαυτές. Οι επιχειρήσεις και οι οργανισμοί μπορούν επίσης να θεωρηθούν ως μια αναπτυξιακή συνέχεια σε σχέση με το πόσο καλά ενσωματώνουν τις διάφορες προσεγγίσεις της κοινωνικής ευθύνης τόσο σε στρατηγικές όσο και στην καθημερινή λειτουργία τους σε όλο τον κόσμο. Στο ένα άκρο της συνέχειας αυτής είναι οι επιχειρήσεις και οι οργανισμοί που δεν αναγνωρίζουν καμία ευθύνη για την κοινωνία και το περιβάλλον. Και από την άλλη άκρη είναι οι επιχειρήσεις και οι οργανισμοί που έχουν σημαντικό αντίκτυπο, καθώς και μεγάλη εξάρτηση από την κοινωνία, όσον αφορά τα οικονομικά, κοινωνικά και οικολογικά επίπεδα, με αποτέλεσμα να υπάρχει ένα αίσθημα ευθύνης πέρα από τα παραδοσιακά όρια του οργανισμού. Οι περισσότεροι οργανισμοί και επιχειρήσεις μπορούν να τοποθετηθούν κάπου στο ενδιάμεσο, αναγνωρίζοντας ένα βαθμό κοινωνικής ευθύνης απέναντι στο περιβάλλον τους.(Carroll&Shabana, 2010)

Επομένως, η εταιρική ευθύνη ή η βιωσιμότητα επιχειρήσεων είναι ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό της επιχείρησης και της κοινωνίας, όσον αφορά την αντιμετώπιση των θεμάτων της επιχειρηματικής ηθικής, της εταιρικής κοινωνικής επίδοσης, για την η παγκόσμια εταιρική ιδιότητα του πολίτη και τη διαχείριση των ενδιαφερομένων. Επιπλέον, η διαχείριση της εκπαίδευσης μπορεί να αποτελέσει σημαντική πηγή νέων ιδεών σχετικά με τη μετατόπιση προς μια ολοκληρωμένη οικονομία της γνώσης, αλλά αυτό σημαίνει επίσης ότι ο ρόλος και η έννοια της κοινωνικά υπεύθυνης ηγεσίας πρέπει να ενημερωθεί. Έτσι, απαιτείται περαιτέρω έρευνα για να δημιουργηθεί μια σαφέστερη κατανόηση του τι

απαιτείται, τόσο στην ίδια την ηγεσία όσο και στον τομέα της αναπτυξιακής ηγεσίας.(Carroll&Shabana, 2010)

Σε σύγκριση με την έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, η έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης έχει υιοθετηθεί ως βάση για το σχεδιασμό και τον τρόπο ζωής των ανθρώπων σε μια παγκόσμια έννοια, στο παρόν και στο μέλλον καθώς επίσης και ολόκληρο το σύνολο των κοινωνικο-οικονομικών δραστηριοτήτων που τώρα αξιολογείται από μια βιώσιμη άποψη. Ο θεμελιώδης στόχος της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι η αειφόρος ανάπτυξη, η οποία συνίσταται στη διατήρηση της ικανότητας του πλανήτη να στηρίξει τη ζωή και ευημερία των ανθρώπων σε όλες τις διάφορες μορφές της, και η οποία απαιτεί: (United Nations Conference on Environment & Development, 1992)

- Την οικονομική ευημερία η οποία βασίζεται στην εξασφάλιση ενός μακροπρόθεσμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, τη βιωσιμότητα και την ευημερία των οικονομικών φορέων και τις κοινωνίες που ανήκουν, αλλά και στην αύξηση της ποιότητας της εργασίας με την παροχή κατάλληλης πληρωμής και καλύτερων συνθηκών εργασίας,
- την κοινωνική ισότητα και συνοχή μέσω της βελτίωσης της ποιότητας ζωής στις κοινότητες που συνυπάρχουν με τις επιχειρήσεις, με το να εμπλέκονται στο σχεδιασμό και τη διαχείριση των δραστηριοτήτων, ώστε να αξιοποιήσουν όλες τις ευκαιρίες, προστατεύοντας τις παραδόσεις και την ιδιαιτερότητα των τοπικών κοινοτήτων και συνδυάζοντας τις δυνάμεις των κοινοτήτων αυτών με τις ίδιες τις δυνάμεις των επιχειρήσεων και
- τη προστασία του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος με την ελαχιστοποίηση της ρύπανσης, της υποβάθμισης του περιβάλλοντος σε τοπικό αλλά και σε διεθνές επίπεδο, με τον περιορισμό της χρήσης των σπάνιων πόρων, διατηρώντας και ενισχύοντας την πολιτιστική κληρονομιά και την τοπική βιοποικιλότητα που συμβάλλει στον σεβασμό και τη διατήρησή τους.

Οι πυλώνες της αειφόρου ή της βιώσιμης ανάπτυξης βρίσκονται στο ίδιο πεδίο αναφοράς όπως και η εταιρική κοινωνική ευθύνη, η οποία θεωρείται ότι είναι ένα συστατικό του νέου οικονομικού προτύπου. Άλλοι πυλώνες, των οποίων ο αντίκτυπος έχει βοηθήσει επιχειρήσεις να δεσμευθούν με βάση τη κοινωνική ευθύνη, ως παράγοντας της βιώσιμης ανταγωνιστικότητας είναι: Μελέτες μάρκετινγκ (ειδικά εκείνες που αφορούν τη συμπεριφορά των καταναλωτών), ένα ευρύ φάσμα των εθελοντικών κινήματων, η

επέκταση των περιοχών που καλύπτονται από το νόμο και την ανάπτυξη των οργανισμών εποπτείας που δεσμεύονται για τη διατήρηση του περιβάλλοντος, την προστασία των καταναλωτών και την κοινωνική πρόοδο. Οι πολλαπλές όψεις και εκφάνσεις της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης έχουν οδηγήσει σε μια ποικιλία των ορισμών, μερικές από τις οποίες αναφέρονται παρακάτω: (United Nations Conference on Environment & Development, 1992)

"Μία δέσμευση για τη βελτίωση της κοινωνικής ευημερίας μέσω διακριτικών επιχειρηματικών πρακτικών και συνεισφορών των εταιρικών πόρων"(Kotler&Lee, 2005)

"Η διαδικασία μέσω της οποίας οι διοικούντες σε μια επιχείρηση ή έναν οργανισμό σκέφτονται και συζητούν τις σχέσεις τους με τα ενδιαφερόμενα μέρη, καθώς και τους ρόλους τους όσον αφορά το κοινό καλό" (Basu&Palazzo, 2008)

"Η συνεχής δέσμευση των επιχειρήσεων να συμπεριφέρονται ηθικά και να συμβάλλουν στην οικονομική ανάπτυξη, βελτιώνοντας ταυτόχρονα την ποιότητα της ζωής των εργαζομένων, καθώς και της κοινότητας" (Smith, 2003)

"Η εταιρική κοινωνική ευθύνη περιλαμβάνει συμπεριφορές και δράσεις που υπερβαίνουν την απλή δημιουργία κέρδους και οι οποίες έχουν ως στόχο να βελτιώσουν την κοινωνική κατάσταση των ατόμων εντός αυτής της κοινωνίας"(Mahon&McGowan, 1991)

"Η εταιρική κοινωνική ευθύνη, με βάση την έννοια του Bourdieu περί του κοινωνικού κεφαλαίου (1986) προσφέρει μια εποικοδομητική προσέγγιση για τα στοιχεία της εξουσίας στη σχέση μεταξύ ενός οργανισμού ή μιας επιχείρησης και των ενδιαφερομένων ομάδων. Η ποιότητα σε κάθε σχέση βασίζεται στην επιθυμία της οικονομικής οντότητας για ένα άλλο πρόσωπο να συνεχίσει να λειτουργεί με τον ίδιο τρόπο ". (Ihlen, 2005)

"doing well by doing good". Πρακτικά, οι επιχειρήσεις και οι οργανισμοί που υιοθετούν τις πρακτικές κοινωνικής ευθύνης γίνονται οι πλέον προτιμητέοι εργοδότες, διακριτικοί γείτονες στην κοινότητα και διακριτικοί πωλητές. Η πραγματική πρόκληση για τις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς αυτούς είναι να αναγνωρίσουν τις ευθύνες τους πέρα από τις αυστηρά οικονομικές τους υποχρεώσεις. (Heath, 2004, σ.210-214)

3.1 Οικονομική ευημερία σε σχέση με την ανάπτυξη βιώσιμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος σε μια επιχείρηση

Γενικώς, το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα παρατηρείται όταν ένας οργανισμός αποκτά ή αναπτύσσει ένα χαρακτηριστικό ή συνδυασμό χαρακτηριστικών που του επιτρέπει να έχει υψηλές επιδόσεις από τους ανταγωνιστές του. Αυτά τα χαρακτηριστικά μπορεί να περιλαμβάνουν την πρόσβαση σε φυσικούς πόρους, όπως τα μεταλλεύματα υψηλής ποιότητας ή φθηνή ενέργεια, ή την πρόσβαση σε άριστα καταρτισμένο και εξειδικευμένο προσωπικό του τμήματος ανθρωπίνων πόρων. Οι νέες τεχνολογίες, όπως η ρομποτική και η πληροφορική-τεχνολογία μπορεί να παράσχει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, είτε ως μέρος του ίδιου του προϊόντος, ως πλεονέκτημα για την κατασκευή του προϊόντος, ή ως μια ανταγωνιστική βοήθεια στη διαδικασία των επιχειρήσεων (για παράδειγμα, καλύτερη αναγνώριση και κατανόηση των πελατών) .(Porter, 1985; Flanagan&Smith, 2006)

Ο Michael Porter ορίζει τους δύο τύπους ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων που ένας οργανισμός μπορεί να επιτύχει σε σχέση με τους αντιπάλους του: χαμηλότερο κόστος ή διαφοροποίηση. Το πλεονέκτημα αυτό προκύπτει από τα χαρακτηριστικά που επιτρέπουν σε μια επιχείρηση να ξεπεράσει τον ανταγωνισμό της, όπως ανώτερη θέση στην αγορά, δεξιότητες, ή πόρους. Κατά την άποψη του Porter, η στρατηγική διαχείριση (μάνατζμεντ) πρέπει να ασχολείται με την κατασκευή και τη διατήρηση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.(Porter, 1985)

Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα επιδιώκει να αντιμετωπίσει κάποιες από τις επικρίσεις του συγκριτικού πλεονεκτήματος. Ο Porter πρότεινε τη θεωρία το 1985 και τονίζει την αύξηση της παραγωγικότητας ως το επίκεντρο των εθνικών στρατηγικών. Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στηρίζεται στην αντίληψη ότι το φθηνό εργατικό δυναμικό είναι πανταχού παρών και οι φυσικοί πόροι δεν είναι απαραίτητοι για μια καλή οικονομία. Η άλλη θεωρία, το συγκριτικό πλεονέκτημα, μπορεί να οδηγήσει τις χώρες να ειδικεύονται στον τομέα της εξαγωγής υλικών πρωτογενών προϊόντων και πρώτων υλών και να τις "παγιδέψουν" σε οικονομίες χαμηλών μισθών λόγω των όρων εμπορίου. Από την άλλη, το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα επιχειρεί να διορθώσει το θέμα αυτό, τονίζοντας τη μεγιστοποίηση των οικονομιών κλίμακας σε αγαθά και υπηρεσίες που έχουν υψηλότερες τιμές.(Porter, 1985; Flanagan&Smith, 2006)

Το με όρους ανταγωνιστικό πλεονέκτημα είναι η δυνατότητα που αποκτήθηκε από τα χαρακτηριστικά και τους πόρους για να εκτελεστεί σε υψηλότερο επίπεδο από ό, τι άλλες στην ίδια βιομηχανία ή αγορά. Η μελέτη τέτοιων πλεονεκτημάτων έχει προσελκύσει βαθύτατο ερευνητικό ενδιαφέρον λόγω σύγχρονων θεμάτων που αφορούν ανώτερα επίπεδα επιδόσεων των επιχειρήσεων στις παρούσες συνθήκες ανταγωνισμού στην αγορά. Με βάση τη μελέτη των Clulowet. al (2003), μια εταιρεία λέγεται ότι έχει ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα όταν εφαρμόζει αξία δημιουργώντας στρατηγική, όχι ταυτόχρονα υλοποιούμενη από οποιονδήποτε τρέχων ή δυνητικό παίκτη. Στρατηγικές που έχουν υλοποιηθεί πλήρως θα φέρει μια επιχείρηση σε ανώτερη απόδοση, διευκολύνοντας την με το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Για να αποκτήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, μια επιχειρηματική στρατηγική μιας επιχείρησης χειρίζεται τα διάφορα μέσα επί των οποίων έχει άμεσο έλεγχο και τα μέσα αυτά έχουν τη δυνατότητα να δημιουργήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Οι στρατηγικές που χρησιμοποιούνται για το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα είναι οι εξής: (Porter, 1985; Flanagan&Smith, 2006)

- 1) Στρατηγική κόστους ηγεσίας: Ο στόχος της στρατηγικής αυτής είναι να προσφέρει προϊόντα ή υπηρεσίες με το χαμηλότερο κόστος στον κλάδο. Η πρόκληση της στρατηγικής αυτής είναι να αποφέρει ένα ικανό κέρδος για την επιχείρηση αντί να λειτουργεί με ζημία και την αποστράγγιση της κερδοφορίας από όλους τους παράγοντες της αγοράς. Εταιρείες όπως η Wal-Mart πέτυχαν τον στόχο τους με αυτή την στρατηγική επιβάλλοντας χαμηλές τιμές σε βασικά αγαθά για τα οποία οι πελάτες έχουν επίγνωση των τιμών και πουλώντας άλλα εμπορεύματα σε λιγότερο επιθετικές εκπτώσεις. Τα προϊόντα πρόκειται να δημιουργηθούν με το χαμηλότερο κόστος στον κλάδο. Ένα παράδειγμα είναι να χρησιμοποιούν το χώρο στα καταστήματα για τις πωλήσεις και όχι για την αποθήκευση του περισσευούμενου προϊόντος.
- 2) Στρατηγική διαφοροποίησης: Ο στόχος της στρατηγικής διαφοροποίησης είναι να προσφέρει μια ποικιλία προϊόντων, υπηρεσιών, ή χαρακτηριστικών για τους καταναλωτές στα οποία οι ανταγωνιστές δεν μπορούν ακόμη να προσφέρουν ή δεν είναι σε θέση να τα προσφέρουν. Αυτό δίνει ένα άμεσο όφελος για την επιχείρηση η οποία είναι σε θέση να παρέχει ένα μοναδικό προϊόν ή υπηρεσία που κανένας από τους ανταγωνιστές της δεν είναι σε θέση να προσφέρει. Ένα παράδειγμα είναι η Dell, που ξεκίνησε μαζική παραγωγή σε υπολογιστές για να ταιριάζει στις ανάγκες

των καταναλωτών. Αυτό επιτρέπει στην εταιρεία να κάνει το πρώτο προϊόν της να είναι το αστέρι των πωλήσεών της.

- 3) Στρατηγική καινοτομίας: Ο στόχος της στρατηγικής για την καινοτομία είναι να ξεπεράσει τους άλλους παίκτες της αγοράς με την εισαγωγή εντελώς νέων ή σημαντικά βελτιωμένων προϊόντων ή υπηρεσιών. Η στρατηγική αυτή είναι χαρακτηριστική των εταιρειών τεχνολογίας start-up οι οποίες συχνά σκοπεύουν να διαταράξουν την υπάρχουσα αγορά με τη προσφορά ενός επαναστατικού προϊόντος ή υπηρεσίας. Είναι πιο δύσκολο για πιο μεγάλες εταιρείες που είναι χρόνια στον κλάδο να ακολουθήσουν αυτή τη στρατηγική, διότι η προσφορά του προϊόντος τους έχει τύχει γενικότερης αποδοχής από την αγορά. Η Apple είναι ένα αξιοσημείωτο παράδειγμα της χρήσης αυτής της στρατηγικής με την εισαγωγή του iPod(προσωπικές συσκευές αναπαραγωγής μουσικής) και του iPad (τα λεγόμενα tablets). Πολλές εταιρείες επενδύουν πολλά στο τμήμα έρευνας και ανάπτυξης για την επίτευξη αυτών των καταστάσεων με τις καινοτομίες τους.
- 4) Επιχειρησιακή αποτελεσματικότητα: Ο στόχος της επιχειρησιακής αποτελεσματικότητας ως στρατηγική σε μια επιχείρηση είναι να εκτελεί εσωτερικές επιχειρηματικές δραστηριότητες καλύτερα από τους ανταγωνιστές. Η στρατηγική αυτή βελτιώνει τα χαρακτηριστικά της επιχείρησης εφόσον μειώνεται ο χρόνος που χρειάζεται για να προωθήσει τα προϊόντα στην αγορά.

3.2 Μοντέλα ηγεσίας στις επιχειρήσεις

Τα διάφορα ηγετικά στυλ που εφαρμόζονται από τους μάνατζερ σε κάθε επιχείρηση δεν είναι σε καμία περίπτωση αποτελεσματικά για όλους και για κάθε επιχείρηση και μάλιστα σε κάθε χρονική στιγμή. Η οικονομική ευημερία των επιχειρήσεων επηρεάζεται κάλλιστα και από το μοντέλο ηγεσίας που χρησιμοποιούν, αν δηλαδή χρησιμοποιούν το κατάλληλο την κατάλληλη χρονική στιγμή. Επομένως, το πρόβλημα που προκύπτει είναι ποιο πρέπει να είναι το κατάλληλο μοντέλο ηγεσίας που πρέπει να χρησιμοποιείται και σε δεδομένη χρονική στιγμή, κάτω από συγκεκριμένες προϋποθέσεις. Η απάντηση εξαρτάται από πολλούς παράγοντες όπως τη προσωπικότητα ενός μάνατζερ, τη μόρφωση του, την ιδιοσυγκρασία του, τις προσδοκίες του, την ικανότητα του να προβλέπει για το μέλλον, την υπάρχουσα κατάσταση της επιχείρησης ή του οργανισμού που διοικεί, κλπ(Αμοργιανός, 2010; σ. 75-80, Sharma & Jain, 2013; Μπουραντάς, 1998;, σ. 85-59, Warrick, 1981)

Ο προσδιορισμός των παραγόντων εκείνων που επιδρούν στην απόφαση ενός επιχειρηματία να επιλέξει ένα συγκεκριμένο μοντέλο ηγεσίας είναι ιδιαίτερα δύσκολος γι' αυτό και έχουν αναπτυχθεί διάφορες κατηγορίες ηγετικών μοντέλων. Οι κατηγορίες αυτές είναι οι εξής: (Warrick, 1981; Lussier&Achua, 2015; Μπουραντάς, 1998, σ. 45-55; McKee, Boyatzis, &Johnston, 2008; Αμοργιανός, 2010; Bass&Riggio, 2005 σ. 19-31)

Αυταρχικό Μοντέλο Ηγεσίας: Σε αυτό το στυλ, η επιχείρηση (ο ηγέτης της επιχείρησης) ασκεί πολύ μεγάλη επιρροή στους εργαζόμενους του και έχει το δικαίωμα να παίρνει τις αποφάσεις μόνος του τις οποίες στη συνέχεια τις μεταβιβάζει στα άτομα και τις ομάδες προς εκτέλεση των. Το μοντέλο αυτό ηγεσίας εφαρμόζεται σε νέους εργαζόμενους ή σε αυτούς στους οποίους δεν μπορεί να ασκηθεί πιο χαλαρό μοντέλο ηγεσίας.

Εξουσιοδοτικό μοντέλο ηγεσίας: Εδώ ο ηγέτης δεν εμπλέκεται καθόλου στη διαδικασία λήψης αποφάσεων παρά μόνο εφόσον του ζητηθεί από τους υφισταμένους του να λάβει εκείνη την απόφαση που πιστεύει ότι είναι η καλύτερη δυνατή κατά τη γνώμη του. Γενικώς, ο ηγέτης δίνει ελάχιστες συμβουλές και επιτρέπει στους εργαζόμενους του να αποφασίζουν από μόνοι τους για σημαντικά ζητήματα της επιχείρησης ή του οργανισμού. Ο ρόλος του είναι πολύ περιορισμένος.

Δημοκρατικό μοντέλο ηγεσίας: Ο ηγέτης σε μια επιχείρηση ενθαρρύνει τους εργαζόμενους ώστε να αυξήσουν την παραγωγικότητα τους. Σε κάθε απόφαση που πρόκειται να πάρει λαμβάνει υπόψη του τις απόψεις των εργαζομένων και συνήθως ζητά τη συμμετοχή τους στη διαδικασία λήψης των αποφάσεων. Οι εργαζόμενοι εδώ επηρεάζουν σημαντικά τη παραγωγική διαδικασία.

Μετασχηματιστικό Πρότυπο Ηγεσίας: είναι ένα μοντέλο ηγεσίας, όπου ο ηγέτης είναι υπεύθυνος για τον εντοπισμό της απαιτούμενης αλλαγής, δημιουργώντας έτσι ένα όραμα για την βελτίωση της ικανοποίησης των εργαζομένων μέσω της έμπνευσης και την εκτέλεση αυτής. Χρησιμεύει, επίσης προκειμένου να ενισχυθεί το ηθικό και η απόδοση στην εργασία μέσα από μια ποικιλία μηχανισμών. Αυτοί περιλαμβάνουν την αίσθηση αναγνώρισης του ακολουθούντα τον ηγέτη και την αυτοεκτίμηση του με το έργο και τη συλλογική ταυτότητα της οργάνωσης. Όλα αυτά επιτρέπουν στον ηγέτη να ευθυγραμμίσει τους οπαδούς με τα καθήκοντα που βελτιώνουν τις επιδόσεις τους.

Συναλλακτικό Πρότυπο Ηγεσίας: Το μοντέλο αυτό δίνει έμφαση στο ρόλο της εποπτείας και της απόδοσης της ομάδας. Η συναλλακτική ηγεσία είναι ένα στυλ ηγεσίας στο οποίο

προωθείται η συμμόρφωση των οπαδών του ηγέτη μέσα από ανταμοιβές και τιμωρίες. Σε αντίθεση με τον μετασχηματιστικό ηγέτη, ο ηγέτης αυτός δεν θέλει να αλλάξει κάτι για το μέλλον αλλά θέλει να κρατήσει απλώς τα πράγματα ως έχουν, προσπαθώντας να τα βελτιώσει.. Αυτό το είδος της ηγεσίας είναι αποτελεσματικότερο σε καταστάσεις οικονομικής κρίσης και έκτακτης ανάγκης, καθώς και για δραστηριότητες που πρέπει να πραγματοποιηθούν με τον πλέον αποτελεσματικό τρόπο.(Μπουραντάς, 1998; Αμοργιανός, 2010)

3.3 Η επίδραση του μετασχηματισμού και της καινοτομίας των επιχειρήσεων στην ανάπτυξη βιώσιμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος

Επιτυχημένοι ηγέτες επιχειρήσεων και εταιρικά στελέχη σε ένα ευρύ φάσμα βιομηχανιών αντιμετωπίζουν την πρόκληση της εταιρικής καινοτομίας και της ανάπτυξης, διασφαλίζοντας παράλληλα την αποτελεσματική κατανομή των σπάνιων πόρων. Αυτή η πράξη εξισορρόπησης έχει γίνει ένα κομβικό σημείο στη σύγχρονη επιχείρηση, όπου οι πραγματικότητες του παλιού αποφθέγματος "καινοτομία ή θάνατος" σφυρηλατούνται από το σημερινό εύθραυστο της παγκόσμιας οικονομίας. Όσον αφορά την καινοτομία, το θέμα δεν ήταν ποτέ η έλλειψη των μεγάλων ιδεών. Αντίθετα, η πραγματική πρόκληση για τη διοίκηση συχνά βρίσκεται στη διαδικασία της άμεσης εφαρμογής, την εφαρμογή και την ταχεία εμπορευματοποίηση.(Govindarajan&Trimble, 2005, σ. 1-20). Για παράδειγμα, ο John Chambers, πρόεδρος και ιδρυτής της Cisco Systems και ίσως ένας από τους πλέον σημαίνοντες ηγέτες του επιχειρηματικού κόσμου της σκέψης της σύγχρονης εποχής, δήλωσε πρόσφατα ότι το μέλλον της Αμερικανικής εταιρείας εξαρτάται από την ικανότητά της να ακολουθεί πιστά τις δεσμεύσεις της και να μεταβεί από τα παραδοσιακά μοντέλα λειτουργίας των επιχειρήσεων σε εκείνες που διαθέτουν περισσότερο ανοιχτή συνεργασία για την ανάπτυξη (McGregor, 2009).ΟChambersυποστήριξε ότι η ανοιχτή καινοτομία προσφέρει την καλύτερη πλατφόρμα για τη μόχλευση της οργανωτικής επιστήμης, της γνώσης και της βιωματικής μάθησης αλλά και ότι ενθαρρύνει την ταχεία δημιουργική ανάπτυξη, εφαρμογή, και τις νέες επιχειρηματικές πρακτικές ηγεσίας. Ομοίως, ο Jeffery Immelt, διευθύνων σύμβουλος και εξαιρετικός ηγέτης της GeneralElectric (GE), χαρακτήρισε το σημερινό οικονομικό "τοπίο" ως ένα νέο κομβικό σημείο που προσφέρει

την ευκαιρία για τη συνεχή εταιρική καινοτομία. (McGregor, 2009) Τόσο ο Chambers όσο και ο Immelt πιστεύουν ακράδαντα ότι ο μετασχηματισμός των επιχειρήσεων θα συνεχίσει να είναι η παγκόσμια πρόκληση, η δέσμευση και η βασική συνιστώσα για τις επιχειρήσεις που οδηγεί στο μέλλον, δηλαδή, να επιλέξουν είτε να καινοτομήσουν είτε να "πεθάνουν". Η πρόκληση για τη διαχείριση συχνά αρχίζει με την ανακάλυψη μιας καινούργιας ιδέας που μετατρέπει τις βασικές αξίες της εταιρείας σε νέες βασικές ικανότητες και σε μια νέα αξία γενικότερα (Govindarajan & Trimble, 2005, σ.1-20; Chesbrough, 2003). Οι Govindarajan & Trimble (2005) και Chesbrough (2003) θεωρούν ότι η μεγάλη πρόκληση μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού να ολοκληρώσει μια επιτυχημένη μεταμόρφωση σε μια καινοτόμο εταιρεία, περιλαμβάνει πολύ περισσότερα από την απλή αύξηση νέων κεφαλαίων και πηγών κεφαλαίου. Η διαδικασία αυτή συχνά συνεπάγεται την προσέλκυση και καταγραφή σημείων-κλειδιών εντός μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού για ένα νέο "ταξίδι" σε ένα αβέβαιο και κάπως ασαφές περιβάλλον υψηλού κινδύνου. Κατά συνέπεια, ένας ηγέτης οφείλει να μεταρρυθμίσει και να επιστρατεύσει τους υφισταμένους του, αντιμετωπίζοντας παράλληλα διάφορες ανταγωνιστικές "αναταράξεις" και επίμονες "καταιγίδες".

Η επιτυχής πλοήγηση του ταξιδιού αυτού, με την έννοια δηλαδή του μετασχηματισμού και της καινοτομίας των επιχειρήσεων που είναι συχνά ένας έλεγχος στυλ ηγεσίας, αμφισβητείται περαιτέρω από την ανάγκη να αξιοποιήσουν και να ευθυγραμμίσουν ολόκληρη την πίστη, υποστήριξη και δέσμευση όλων των ενδιαφερομένων μερών για το μετασχηματισμό αυτό. Αυτό το δύσκολο έργο περιλαμβάνει αυτό που ορισμένοι συγγραφείς έχουν περιγραφεί ως η κύρια πρόκληση για την επίτευξη της «αλλαγής τρίτης τάξης» ή της "αλλαγής επιπέδου τρία", που είναι απαραίτητες για τον μετασχηματισμό των επιχειρήσεων. (Govindarajan & Trimble, 2005, σ. 1-20; Chesbrough, 2003) Το θέμα της βιώσιμης ανάπτυξης και του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος των επιχειρήσεων μέσω της συνεχούς καινοτομίας θεωρείται από πολλούς εμπειρογνώμονες των επιχειρήσεων ως κρίσιμος παράγοντας επιτυχίας. Ωστόσο, πολλοί από αυτούς τους εμπειρογνώμονες ανέφεραν ανησυχίες όσον αφορά την τήρηση και την ικανοποίηση των απαραίτητων αναγκών των πόρων της μακροπρόθεσμης ανάπτυξης, καθώς και τις βραχυπρόθεσμες απαιτήσεις των μετόχων. Χρησιμοποιώντας την παραδοσιακή στρατηγική συγχωνεύσεων και εξαγορών, η πρακτική αυτή έχει συχνά πετύχει αποτελέσματα που είναι λιγότερο άριστα. (Christensen, Anthony, & Roth, 2004, σ. 55-64; Charan & Lafley, 2008, σ. 33-45) Τα κύρια στοιχεία για τη συνεχή ανάπτυξη και την απόδοση (όπως αποδεικνύεται

από την αξία των μετοχών της εταιρείας σε σύγκριση με τις αντίστοιχες ομόλογες τους) μιας επιχείρησης ή οργανισμού που ιδρύθηκε από μια πλειάδα διαφορετικών στοιχείων, συνδέεται ακόμη με τις στρατηγικές που συνθέτουν τη βάση των δραστηριοτήτων της εν λόγω εταιρείας και τις πρωτοβουλίες ανάπτυξης. Από αυτά τα στοιχεία, το σχέδιο της εταιρείας για την οργανική ανάπτυξη που προέρχεται από μια επιτυχημένη, ταχεία διαδικασία καινοτομίας που αφορά τις επόμενες γενιές, την καινοτομία, την ανάπτυξη, την εφαρμογή και την εμπορευματοποίηση, δείχνει σαφείς διασυνδέσεις με τα μέτρα της αξίας της επιχείρησης στην αγορά. Σημαντικές εμπειρικές έρευνες και μια ποικιλία από παραδείγματα περιπτώσεων (casestudies) τονίζουν την επιπλέον προμωδότηση της αγοράς ή την αξία ενσωματωμένη στην εταιρική χρηματιστηριακή τιμή ανά μετοχή που αποκτήθηκε από την εφαρμογή μιας διαδικασίας μετασχηματισμού επιχειρήσεων με βάση την οργανική ανάπτυξη (Christensen, Anthony, & Roth, 2004, σ. 55-64; Chesbrough, 2003; Jafri, Ismail, Khurram, & Soehod, 2014).

Επίσης, μία μελέτη του RichardOttoo(1998) επικεντρώθηκε στους βασικούς παράγοντες που διαμορφώνουν μια ισχυρή κεφαλαιακή διάρθρωση που συμβάλλουν στην αιφόρο ή βιώσιμη εταιρική ανάπτυξη. Η κύρια προϋπόθεση της έρευνας του μπορεί να ειπωθεί ως « οι πραγματικές επιλογές ανάπτυξης δεν αποτελούν προίκα για τις επιχειρήσεις αλλά αγοράζονται μέσω ανταγωνιστικών επενδύσεων». (Ottoo, 1998)Υποστήριξε περαιτέρω ότι οι στρατηγικές εταιρικές επενδύσεις σε περιουσιακά στοιχεία της έρευνας και της ανάπτυξης σε ολόκληρη την επιχείρηση συχνά οδηγούν σε παραγωγικές τεχνολογίες, οι οποίες με τη σειρά τους επιτρέπουν την ταχεία ανάπτυξη των διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας και προστασίας που εγγυώνται την απεριόριστη ροή των μονοπωλιακών μισθωμάτων. Η έρευνα αυτή υποστηρίζει την υπόθεση ότι η μελλοντική απόδοση μιας εταιρική οντότητας είναι άμεσα συνδεδεμένη και συσχετίζεται θετικά με τη στρατηγική (μακροπρόθεσμα) εφαρμογή των ακόλουθων παραγόντων δαπανών για: (1) Έρευνα και Ανάπτυξη (R&D) της επιχείρησης και των ανταγωνιστών της, (2) το αναμενόμενο κεφάλαιο βιομηχανοποίησης, (3) το κόστος της αντιστάθμισης της αστάθειας της οικονομικής οντότητας, (4) το χαμηλό κόστος των τόκων (5) τα αναμενόμενα μονοπωλιακά μισθώματα, (6) την υπό συνθήκη πιθανότητα της καινοτομίας, (7) τη συσχέτιση μεταξύ των επενδύσεων κεφαλαίου και των δαπανών έρευνας και ανάπτυξης και (8) για διαφήμιση.

Τέλος, ένας άλλος σημαντικός επιστήμων και συνεισφέρων της ερευνητικής καινοτομίας ήταν ο Joseph Schumpeter, του οποίου τα πρώιμα έργα του (το 1930)

χαρακτήρισαν την έννοια της "δημιουργικής καταστροφής" και της "συνεχής ανανέωσης". Η θεωρία του Schumpeter έχει περιγραφεί από την άποψη της «αιώνιας θύελλας της δημιουργικής καταστροφής» (Nicholas, 2003; Andersen, 2004)

4 Μεθοδολογία Έρευνας

4.1 Φιλοσοφία Έρευνας

Συνήθως, υπάρχουν δύο είδη φιλοσοφίας ερευνών, η μία που ονομάζεται θετικισμός και η άλλη που λέγεται ονομάζεται ερμηνευτισμός. Ο Θετικισμός θεωρείται ως μια βασική φιλοσοφική άποψη για το πώς μπορούμε να μάθουμε κάτι χρήσιμο και αναγκαίο για την κοινωνία. Ενώ υπάρχουν πολλές μορφές θετικισμού, ο ακριβής ορισμός του είναι μια επιστημονική προσέγγιση για την κατανόηση της κοινωνίας. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι μπορούμε να περιγράψουμε το σύνολο της κοινωνίας με τη μέτρηση αντικειμενικών δεδομένων και εξετάζοντας ορισμένες υποθέσεις μέσω της παρατήρησης, προκειμένου να διαπιστωθεί σε ποιο βαθμό η υπόθεση είναι αληθής. Οι θετικιστές πιστεύουν ότι η κοινωνική πραγματικότητα είναι ένα εξωτερικό γεγονός, ανεξάρτητα από άτομα σαν κι εμάς. (Hughes & Sharrock, 1997, σ. 10-20)

Η παραπάνω άποψη περί θετικισμού έρχεται σε αντίθεση με την υποκειμενική οντολογική άποψη η οποία επικεντρώνεται κυρίως στις αξίες ατόμων ή ομάδων και τους ρόλους τους όταν επιδιώκουν να μάθουν περισσότερα για την κοινωνία. Σύμφωνα με την θετικιστική άποψη, οι αξίες είναι εγγενώς υποκειμενικές και βασίζονται στην ηθική, όπως, για παράδειγμα, σε ποιο βαθμό οι αξίες θεωρούνται καλές, κακές, ακριβείς, λανθασμένες, κ.λπ. Ο ρόλος ενός θετικιστική είναι να καταγράφει πληροφορίες σχετικά με τα δεδομένα και τις γνώσεις που έχει διαθέσιμα, σχετικά με τη κοινωνία, αντί να προσπαθεί να κατανοήσει τις αξίες σε αυτόν τον κόσμο, τις επιμέρους προοπτικές ή το πώς η κοινωνική γνώση είναι δομημένη. Οι απόψεις αυτές θα αναλυθούν περαιτέρω, δεδομένου ότι υποστηρίζουν τις πεποιθήσεις και τις ιδέες της ερμηνευτιστικής άποψης. (ChiLin, 1998)

Ο ερμηνευτισμός περιγράφεται ως μια αντι-θετικιστική φιλοσοφία και εμφανίστηκε για πρώτη φορά στα τέλη του 19ου αιώνα, ως αποτέλεσμα των απαιτήσεων θετικισμού στην αντικειμενική και επιστημονική γνώση. Οι 'ερμηνευτιστές' ισχυρίζονται ότι δεν είναι δυνατόν οι επιστημονικές μεθόδους των επιστημών της φύσης να εφαρμόζονται σε κάτι που είναι τόσο απρόβλεπτο και σύνθετο, όπως η κοινωνία στην οποία ζούμε. (Cohen, Manion, & Morrison, 2007, σελ. 50-55)

Όπως και με το θετικισμό, υπάρχουν πολλοί επικριτές αυτής της επιστημολογίας. Ο ερμηνευτισμός εξελίχθηκε με το πέρασμα του χρόνου και επηρεάζεται από μια σειρά διαφορετικών φιλοσοφιών. Για παράδειγμα, οι Cohenetal. (2000) ισχυρίζονται ότι αν η εξάρτηση του ερμηνευτισμού από τις ατομικές αντιλήψεις είναι ιδιαίτερα υπερβολική, όχι μόνο παραμελείται η σημασία της δυνατότητας να σχηματίσουν γενικεύσεις ή να αγνοείται η εγκυρότητα και αξιοπιστία της αλήθειας αλλά οι ερευνητές εστιάζουν επίσης και σε ένα περιορισμένο φάσμα των συμμετεχόντων στις έρευνες, καθώς και ερευνητικών πεδίων. Στο πλαίσιο αυτό, οι υποστηρικτές του ερμηνευτισμού θεωρούν ότι τα ζητήματα κοινωνικής εξουσίας και η επιρροή των ευρύτερων κοινωνικών δομών δεν είναι προφανείς σε μια ερμηνευτική προσέγγιση.

Στην παρούσα πτυχιακή εργασία θα υιοθετηθεί η φιλοσοφία του θετικισμού καθώς εξετάζεται μέσω διανομής ερωτηματολογίων προς άτομα σε νοικοκυριά αλλά και επιχειρήσεις στην Ελλάδα.

4.2 Ερευνητική προσέγγιση

Υπάρχουν δύο ερευνητικές προσεγγίσεις, η παραγωγική και η επαγωγική προσέγγιση. Η κύρια διαφορά μεταξύ αυτών είναι ότι μια παραγωγική προσέγγιση ασχολείται με την παραγωγή μιας νέας θεωρίας με βάση τα διαθέσιμα δεδομένα στην έρευνα, ενώ μια επαγωγική προσέγγιση στοχεύει στον έλεγχο του αν μια θεωρία είναι αληθής ή όχι, με βάση συγκεκριμένα δεδομένα. Με άλλα λόγια, σε μια παραγωγική προσέγγιση συχνά χρησιμοποιούνται ερευνητικά ερωτήματα για να περιοριστεί το πεδίο της μελέτης, ενώ μια επαγωγική προσέγγιση συνήθως ξεκινά με μια υπόθεση που προέρχεται από τα ερευνητικά ερωτήματα. Στην παραγωγική προσέγγιση, ο σκοπός είναι συνήθως η δημιουργία νέων φαινομένων ή η αναζήτηση άλλων, στα οποία έχουν γίνει προηγούμενες μελέτες, αλλά από μια διαφορετική σκοπιά. Επιπλέον, οι παραγωγικές προσεγγίσεις χρησιμοποιούνται συνήθως όταν η έρευνα είναι ποσοτική, ενώ οι επαγωγικές προσεγγίσεις συνδέονται εν γένει με την ποιοτική έρευνα. Παρ' όλα αυτά, δεν υπάρχουν γενικοί κανόνες για να καθορίσουν το πότε μια έρευνα χαρακτηρίζεται από παραγωγική ή επαγωγική προσέγγιση, πράγμα που σημαίνει ότι ορισμένες ποσοτικές έρευνες ενδέχεται να έχουν έναν επαγωγικό προσανατολισμό, αλλά αυτό σπάνια παρατηρείται. (Punch, 1998 σ. 35-46; Levy & Lemeshow, 2008, σ. 50-55; Gill & Johnson, 2007, σ. 74-75)

Το πιο σημαντικό πράγμα που πρέπει να εξεταστεί, όταν μια μελέτη πρέπει να γίνει είναι, πρώτον, η χρήση είτε της παραγωγικής είτε της επαγωγικής προσέγγισης. Και

δεύτερον, πρέπει να επιλέγονται εκείνες οι μέθοδοι που είναι οι καταλληλότερες είτε για να ελέγξουν μια απλή υπόθεση και να ανακαλύψουν μια νέα θεωρία ή να απαντήσουν στις ερωτήσεις της έρευνας. (Levy & Lemeshow, 2008, σ.50-55)

Στην παρούσα εργασία θα χρησιμοποιηθεί η παραγωγική προσέγγιση, καθώς πρέπει να δοθούν απαντήσεις στις υποθέσεις που περιγράφονται παρακάτω, που έχουν προκύψει από την επισκόπηση της βιβλιογραφίας και των ερευνητικών ερωτημάτων. Επιπλέον, τα δεδομένα που υπάρχουν είναι ποσοτικά και όπως αναφέρθηκε, η κατάλληλη μέθοδος για αυτό το είδος των δεδομένων που είναι η παραγωγική προσέγγιση.

4.3 Ερευνητική στρατηγική

Υπάρχουν κυρίως δύο ερευνητικές στρατηγικές, η ποσοτική και η ποιοτική έρευνα. Ένας απλός ορισμός των ποσοτικών προσεγγίσεων είναι ότι χρησιμοποιούνται για τα δεδομένα που συλλέγονται και ως εκ τούτου μπορούν να μετρηθούν. OPunch(1998) προσπαθεί να επεκτείνει τον ορισμό αυτό, δηλώνοντας ότι η ποσοτική έρευνα συνήθως χρησιμοποιεί αριθμητικά δεδομένα, καλά δομημένα και προκαθορισμένα ερευνητικά ερωτήματα.

Από την άλλη πλευρά, οι ποιοτικές έρευνες στοχεύουν στη συλλογή μη αριθμητικών δεδομένων, με την εξέταση των ιδιοτήτων τους. Όπως αναφέρει ο Punch(1998), η ποιοτική έρευνα είναι συχνά λιγότερο δομημένη και είναι σε θέση να στραφεί από τις πιο γενικές σε πιο συγκεκριμένες ερωτήσεις και μεθόδους μέσω της διαδικασίας της έρευνας. (Punch, 1998). Βεβαίως, πρέπει να επισημανθεί ότι τα ποιοτικά δεδομένα θα μπορούσαν να προσδιοριστούν ποσοτικά και παρουσιάζονται συχνά με την ποσοτικοποίηση των συνθηκών. Για παράδειγμα, συνήθως εξετάζεται ο αριθμός των ερωτηθέντων που εξέφρασαν μια συγκεκριμένη άποψη σε κάθε θέμα ή η συχνότητα με την οποία ένα συγκεκριμένο θέμα προήλθε από τις απαντήσεις της συνέντευξης. Παρόμοια με τα ποιοτικά δεδομένα, τα ποσοτικά δεδομένα στοχεύουν στο να μετατρέψουν τα φαινόμενα που περιγράφονται ως ιδιότητες του κοινωνικού συνόλου σε αριθμούς. (Gorard, 2003)

Οι ποσοτικές μέθοδοι τείνουν να έχουν μια πιο καλά δομημένη προσέγγιση στην έρευνα, ενώ εστιάζουν σε περιορισμένους τομείς ενδιαφέροντος (Kumar, 2005; Gorard, 2003). Είναι επίσης πιθανό να περιλαμβάνουν εκ των προτέρων προσδιορισμό του αριθμού των μεταβλητών που εξετάζονται και συμπερίληψη αυστηρών παραμέτρων γύρω από το

πεδίο της έρευνας τους. Πράγματι, ορισμένες ποσοτικές έρευνες όπως αυτές που χρησιμοποιούν πειράματα, μπορούν επίσης να σχηματίσουν τη δομή της έρευνας. Αυτή η δομή μπορεί να είναι τόσο καλά διαμορφωμένη, ώστε να διατηρηθεί ο έλεγχος του ερευνητή στο συγκεκριμένο περιβάλλον και να διασφαλίζονται οι εξωτερικές επιρροές που δεν θα επηρεάσουν τα αποτελέσματα της έρευνας. Ωστόσο, τα ποσοτικά στοιχεία μπορούν επίσης να μελετήσουν περισσότερο νατουραλιστικές δομές, όπου ο ερευνητής παρατηρεί ή συλλέγει δεδομένα από την πραγματική ζωή, αντί να επινοεί καταστάσεις για ερευνητικούς σκοπούς. (Punch, 1998) Λαμβάνοντας υπόψη τα χαρακτηριστικά αυτά, η ποσοτική μέθοδος τείνει να συμβαδίζει με την θετικιστική επιστημολογία, δεδομένου ότι πληροί τις απαιτήσεις για μία τυποποιημένη προσέγγιση, η οποία μπορεί να αναφέρεται σαφώς και να παρέχει ένα σημαντικό βαθμό ελέγχου στον ερευνητή κατά τη διάρκεια της ερευνητικής διαδικασίας. Αυτό θα μπορούσε να θεωρηθεί ως «εμπροσθοβαρής» (frontloaded) στρατηγική, δεδομένου ότι ο ερευνητής θα έχει την τάση να αφιερώνει πολύ χρόνο για τα πρώτα στάδια της έρευνας, τον προσδιορισμό των αναγκαίων θεωριών, τους ορισμούς και τις μεταβλητές που θα μπορούσαν να μετρηθούν και τότε θα περάσει κάποιο διάστημα για την επιλογή των εργαλείων ανάλυσης που θα χρησιμοποιηθούν. Τέλος, ο ερευνητής μπορεί να αφιερώσει λιγότερο χρόνο σε όλα τα στάδια της ανάλυσης των δεδομένων, λαμβάνοντας υπόψη τη φύση της ποσοτικής, τυποποιημένης έρευνας (δηλαδή την εξέταση της θεωρίας, τον εντοπισμό των αιτίων και των αποτελεσμάτων). (Punch, 1998; Kumar, 2005)

Στην παρούσα εργασία θα υιοθετηθεί η ερευνητική στρατηγική των ποσοτικών μεθόδων. Τα αποτελέσματα των ερωτηματολογίων που διανεμήθηκαν σε άτομα των νοικοκυριών της Αθήνας, καθώς και σε επιχειρήσεις της περιοχής, θα αναλυθούν με τη χρήση ποσοτικών, στατιστικών μεθόδων.

4.4 Ερευνητική μέθοδος

Όσον αφορά την ερευνητική μέθοδο, υπάρχουν δύο βασικές μέθοδοι, η πρωτογενής και η δευτερογενής έρευνα. Η πρωτογενής έρευνα βασίζεται στη συλλογή δεδομένων απευθείας από τον ερευνητή, ενώ η δευτερογενής έρευνα επικεντρώνεται στη συλλογή δεδομένων που έχουν ήδη δημοσιευθεί σε προηγούμενες έρευνες ή από επίσημες στατιστικές πηγές. (Gill & Johnson, 2007)

Στην παρούσα εργασία επιλέχθηκε η πρωτογενής έρευνα, καθώς τα δεδομένα συλλέγονται από τον ερευνητή μέσω της αποστολής ερωτηματολογίων σε άτομα και επιχειρήσεις στην Αθήνα.

4.5 Δειγματοληψία

Στην παρούσα πτυχιακή εργασία, όπως έχει ήδη γίνει αντιληπτό από τη βιβλιογραφική επισκόπηση, εξετάζεται το θέμα της σχέσης της οικονομικής ευημερίας με τον δείκτη ευτυχίας ενός λαού. Είναι φανερό ότι η οικονομική ευημερία αποτελεί ουσιαστικά ένα υποσύνολο του γενικού επιπέδου ευτυχίας ή ευημερίας μιας χώρας, καθώς περιλαμβάνει μόνο την ευτυχία από οικονομική άποψη, δηλαδή την σχετική αφθονία υλικών αγαθών και υπηρεσιών και πλούτου. Βέβαια, ο λόγος για τον οποίο έγινε αναφορά και στη πλευρά των επιχειρήσεων είναι ότι ουσιαστικά, νοικοκυριά και επιχειρήσεις, σύμφωνα με την οικονομική θεωρία, (Mankiw, 2011, σ.59) αποτελούν το γνωστό οικονομικό κύκλωμα στο οποίο και οι δύο πλευρές αλληλεπιδρούν στις αγορές αγαθών και υπηρεσιών και παραγωγικών συντελεστών. Άρα, η οικονομική ευημερία θα μετρηθεί τόσο από τη σκοπιά των νοικοκυριών όσο και από τη σκοπιά των επιχειρήσεων. Έτσι, συντάχθηκαν δύο ειδών ερωτηματολόγια, το ένα το οποίο απευθύνεται σε νοικοκυριά του δήμου Αθηναίων και το άλλο σε επιχειρήσεις στον δήμο αυτό.

Όσον αφορά τη μέθοδο δειγματοληψίας, υπάρχουν δύο βασικές μέθοδοι: η πιθανολογική ή τυχαία δειγματοληψία και η μη πιθανολογική. (Levy&Lemeshow, 2008). Για τις ανάγκες της παρούσας μελέτης, παρόλο που η τυχαία μέθοδος δειγματοληψίας θεωρήθηκε περισσότερο επιθυμητή για τον λόγο ότι περιγράφει καλύτερα τα αποτελέσματα του πληθυσμού στην Ελλάδα με βάση ένα δείγμα, εντούτοις, επιλέχθηκε αναγκαστικά η μη πιθανολογική ή μη τυχαία μέθοδος για τον λόγο ότι η συμπερίληψη ατόμων και επιχειρήσεων από κάθε γωνιά της Ελλάδας κατέστη ιδιαίτερα δυσχερής, όχι μόνο για το κόστος διεξαγωγής της που αυτή συνεπάγεται αλλά και ότι πολλά άτομα δεν επιθυμούσαν να συμμετάσχουν στην έρευνα αυτή. Έτσι, επιλέχθηκαν άτομα και επιχειρήσεις μόνο από την πρωτεύουσα και, συγκεκριμένα, από τον Δήμο Αθηναίων καθώς πάλι καθίσταται δυσχερής η διανομή ερωτηματολογίων σε κάθε δήμο της Αθήνας. Γι' αυτόν τον σκοπό, το μέγεθος του δείγματος που επιλέχθηκε ήταν 50 νοικοκυριά και 40 επιχειρήσεις. Επιπλέον, λόγω του ότι η διεξαγωγή της έρευνας για τα νοικοκυριά ήταν ιδιαίτερα δύσκολη, από άτομα που δεν επιθυμούσαν να συμμετάσχουν στην έρευνα

ρωτήθηκαν επίσης να προτείνουν ενδεχομένως άλλα άτομα από άλλα νοικοκυριά στη γύρω περιοχή με τα οποία έχουν στενή σχέση. Έτσι, το τελικό δείγμα που επιλέχθηκε ήταν 56 νοικοκυριά.

4.6 Ανάπτυξη ερωτηματολογίου

Το επόμενο ερώτημα που καλείται να απαντηθεί είναι πως είναι δομημένο το ερωτηματολόγιο που διανεμήθηκε στα άτομα αυτά. Προτού αναλυθεί η δομή του ερωτηματολογίου, αξίζει να τονιστεί εδώ ότι η περιγραφή της κοινωνικής ευημερίας γενικότερα, η οποία περιλαμβάνει τόσο την οικονομική ευημερία όσο και την ευτυχία μιας χώρας, περιλαμβάνει επίσης και την δράση των επιχειρήσεων, ιδιαίτερα σε σχέση με την ανάπτυξη βιώσιμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος όπως αναλύθηκε παραπάνω. Εν συντομία αναφέρεται εδώ ότι το βιώσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα αποτελεί κατ'εξοχήν σημαντικό παράγοντα για την επιβίωση τόσο των επιχειρήσεων όσο και λαών ολόκληρων, αφού η ίδια του η επιβίωση εξαρτάται σημαντικά από την παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών που προορίζονται για κατανάλωση. (Porter, 1985)

Όσον αφορά τη δομή των ερωτηματολογίων και τα δύο χωρίστηκαν σε τρεις θεματικές ενότητες. Η πρώτη αναφέρεται στην μέτρηση του δείκτη ευτυχίας συνολικά για κάθε άτομο, με βάση 29 ερωτήσεις οι οποίες είναι οργανωμένες σύμφωνα με την κλίμακα Likert, δηλαδή ένας πίνακας ο οποίος περιέχει έξι πιθανές απαντήσεις για τις ερωτήσεις αυτές: 1=Διαφωνώ απόλυτα, 2=Διαφωνώ, 3=Διαφωνώ ελάχιστα, 4=Συμφωνώ ελάχιστα, 5=Συμφωνώ και 6=Συμφωνώ απόλυτα. Η μορφή αυτή των ερωτήσεων προήλθε με βάση το OxfordHappinessQuestionnaire², στο οποίο υπολογίζεται το συνολικό σκορ ευτυχίας βάσει των απαντήσεων.

Η δεύτερη ενότητα του ερωτηματολογίου είναι η μόνη ενότητα που διαφέρει μεταξύ νοικοκυριών και επιχειρήσεων καθώς, στη περίπτωση των νοικοκυριών, περιλαμβάνει συνολικά 19 ερωτήσεις, οι οποίες αναφέρονται σε οικονομικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά των ατόμων. Ουσιαστικά, η ενότητα αυτή μετράει την οικονομική ευημερία που έχουν τα άτομα. Συγκεκριμένα, οι ερωτήσεις 1-10 δίνουν περισσότερο έμφαση στα οικονομικά χαρακτηριστικά των ατόμων ενώ οι ερωτήσεις 11-19 δίνουν έμφαση στα κοινωνικά. Η 19η ερώτηση είναι βέβαια πιο γενική καθώς αναφέρεται στο

² Αναλυτικά αυτό παρουσιάζεται στην παρακάτω ιστοσελίδα: <http://www.marin.edu/~npsomas/Projects/OxfordHappinessQuestionnaire.pdf>

κατά πόσο τα άτομα εκτιμούν την ποιότητα ζωής τους, όπως θα αναλυθεί στο κεφάλαιο των αποτελεσμάτων.

Από τη πλευρά τώρα των επιχειρήσεων, η δεύτερη ενότητα περιλαμβάνει 7 ερωτήσεις οι οποίες ουσιαστικά εμπεριέχουν τις απόψεις των ατόμων σχετικά με την κατάσταση που επικρατεί στις ελληνικές επιχειρήσεις, αν δηλαδή είναι γενικώς ευχαριστημένοι από το γενικότερο σύστημα των επιχειρήσεων στην Ελλάδα, στη προσπάθεια τους να οδηγήσουν σε μεγαλύτερη ευημερία τη χώρα.

Η τρίτη και η τελευταία ενότητα περιλαμβάνει ουσιαστικά 8 ερωτήσεις με γενικές πληροφορίες των ατόμων οι οποίες έχουν σχέση με το φύλο, την ηλικία, το οικογενειακό εισόδημα κλπ. Αποτελούν δηλαδή τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ατόμων και των επιχειρήσεων και τα οποία θα είναι και τα πρώτα που θα παρουσιαστούν στο επόμενο κεφάλαιο.

4.7 Δεοντολογία

Οι συμμετέχοντες στη συγκεκριμένη έρευνα ενημερώθηκαν σε σχέση τόσο με τη διαδικασία διεξαγωγής της έρευνας όσο και με τα δικαιώματά τους. Συγκεκριμένα, υπήρξε άμεση επίσκεψη των ερευνητών στα νοικοκυριά και τις επιχειρήσεις και τα άτομα και οι ιδιοκτήτες/στελέχη των επιχειρήσεων αυτών ερωτήθηκαν κατ' αρχάς αν επιθυμούσαν να συμμετάσχουν στην έρευνα. Έτσι, πληροφορήθηκαν σχετικά με το αντικείμενο και τον κύριο σκοπό της έρευνας αλλά και ότι οι απαντήσεις που θα δώσουν θα παραμείνουν ανώνυμες και εμπιστευτικές, ότι τα αποτελέσματα δε θα κοινοποιηθούν σε τρίτους και ότι μπορούν, εφόσον το επιθυμούν, να αποσυρθούν από την έρευνα οποτεδήποτε αρκεί να υπάρξει τηλεφωνική ή προσωπική συνεννόηση με τον ερευνητή.

4.8 Ανάλυση δεδομένων

Για την ανάλυση δεδομένων που θα χρησιμοποιηθεί παρακάτω, το στατιστικό πρόγραμμα που χρησιμοποιήθηκε ήταν το SPSS, ούτως ώστε να αναλύσει και να ελέγξει όσο το δυνατόν καλύτερα τα ερευνητικά ερωτήματα που παρουσιάστηκαν στην εισαγωγή. Κάθε μία από τις ερωτήσεις που περιλαμβάνονται στα ερωτηματολόγια απεικονίζεται ως μοναδική μεταβλητή στο πρόγραμμα με την δική της ιδιαιτερότητα. Όσο για τις 29 ερωτήσεις της πρώτης ενότητας των δύο ερωτηματολογίων, να μεν η καθεμία θα αποτελεί

πάλι ξεχωριστή μεταβλητή αλλά στη συνέχεια θα προστεθεί και μία άλλη η οποία θα αποτελεί το άθροισμα των απαντήσεων που δόθηκαν σε αυτές, καθώς και μία άλλη μεταβλητή η οποία θα περιλαμβάνει τη προηγούμενη αλλά διαιρεμένη με 29, που θα είναι και η μεταβλητή του συνολικού δείκτη ευτυχίας, τόσο για τα νοικοκυριά όσο και για τις επιχειρήσεις ξεχωριστά.

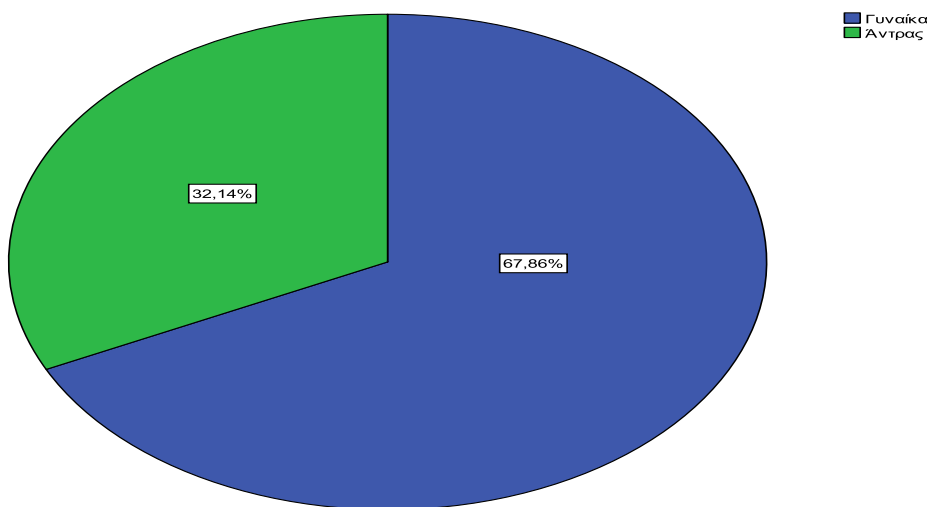
5 Αποτελέσματα έρευνας

Στο παρόν κεφάλαιο θα παρουσιαστούν τα σημαντικότερα αποτελέσματα της εν λόγω μελέτης για να διαπιστωθεί αν πράγματι υπάρχει σημαντική σχέση της οικονομικής ευημερίας με τον δείκτη ευτυχίας των 56 νοικοκυριών που συμπεριλήφθηκαν στο δείγμα, καθώς και με τις 40 επιχειρήσεις. Τα αποτελέσματα αυτά αναλύονται αμέσως παρακάτω.

5.1 Δημογραφικά στοιχεία-Νοικοκυριά

Η παρούσα ενότητα θα παρουσιάσει το τμήμα εκείνο του ερωτηματολογίου που σχετίζεται με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ατόμων και των επιχειρήσεων που συμπεριλήφθηκαν στο δείγμα, όσον αφορά το φύλο, την ηλικία, το εκπαιδευτικό επίπεδο, το οικογενειακό εισόδημα, την οικογενειακή κατάσταση, τον αριθμό μελών της οικογένειας, καθώς και το αν και πόσα παιδιά υπάρχουν σε κάθε νοικοκυριό.

5.1.1 Φύλο



Διάγραμμα 1: Κυκλικό διάγραμμα κατανομής του φύλου

Όπως προκύπτει από το παραπάνω κυκλικό διάγραμμα, το 32, 14% του δείγματος αποτελείται από άνδρες ενώ το υπόλοιπο 67,86% αποτελείται από γυναίκες. Η πλειοψηφία δηλαδή των ερωτηθέντων είναι γυναίκες.

5.1.2 Ηλικία

Πίνακας 1: Ηλικιακή διάρθρωση

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
<20	1	1,8	1,8
20-30	12	21,4	23,2
30-40	11	19,6	42,9
40-50	8	14,3	57,1
50-60	22	39,3	96,4
>60	2	3,6	100,0
Σύνολο	56	100,0	

Όσον αφορά την ηλικία, παρατηρείται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων (57,1%) είναι κάτω των 50 ετών ενώ μόνο το 42,9% των ατόμων έχουν ηλικία από 50 ετών και άνω. Αξίζει να σημειωθεί ότι το 39,6% των ατόμων έχουν ηλικία στο εύρος 50-60, το μεγαλύτερο δηλαδή ποσοστό σε αυτό το εύρος.

5.1.3 Εκπαιδευτικό επίπεδο

Όπως προκύπτει από τα αποτελέσματα της ανάλυσης, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (67,86%) έχουν τελειώσει μέχρι και την τριτοβάθμια εκπαίδευση σε ΑΕΙ και ΤΕΙ, ενώ το 17,86% έχει κάνει μεταπτυχιακό και/ή διδακτορικό. Επίσης, μόνο 8,93% έχει τελειώσει το Λύκειο ενώ 5,36% έχει αποφοιτήσει μόνο από το Γυμνάσιο.

5.1.4 Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα

Πίνακας 2: Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα

		Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Κλάσεις	0-7.000	31	55,4	55,4
	7.001-14.000	8	14,3	69,6
	14.001-21.000	6	10,7	80,4
	21.001- 28.000	3	5,4	85,7
	28.001- 42.000	1	1,8	87,5
	42.001-56.000	2	3,6	91,1
	56.001-70.000	3	5,4	96,4
	>70.000	2	3,6	100,0
Σύνολο		56	100,0	

Εδώ προκύπτει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων (55,4%) έχουν εισόδημα στο εύρος 0-7.000€ ενώ μόλις 3,6% έχει εισόδημα από 70.000€ και πάνω. Τα υπόλοιπα άτομα κυμαίνονται στις μεσαίες κατηγορίες εισοδήματος αλλά γενικώς, τα περισσότερα άτομα στο δείγμα (31 άτομα) έχουν ιδιαίτερα χαμηλό εισόδημα.

5.1.5 Οικογενειακή κατάσταση

Με βάση την οικογενειακή κατάσταση, προκύπτει ότι ένα εξαιρετικά σημαντικό ποσοστό των ατόμων (26,79%) είναι χήροι/ες, ενώ 23,21% είναι ανύπαντροι/ες ή έχουν απλώς συμβίωση ενώ 16,07% είναι διαζευγμένοι/ες. Αξιοσημείωτο είναι ότι μόνο 10,71% είναι παντρεμένοι, που αυτό ενδεχομένως να δηλώνει ότι πολλά άτομα δεν έχουν πρόθεση να παντρευτούν λόγω οικονομικών και άλλων λόγων.

5.1.6 Αριθμός μελών οικογένειας

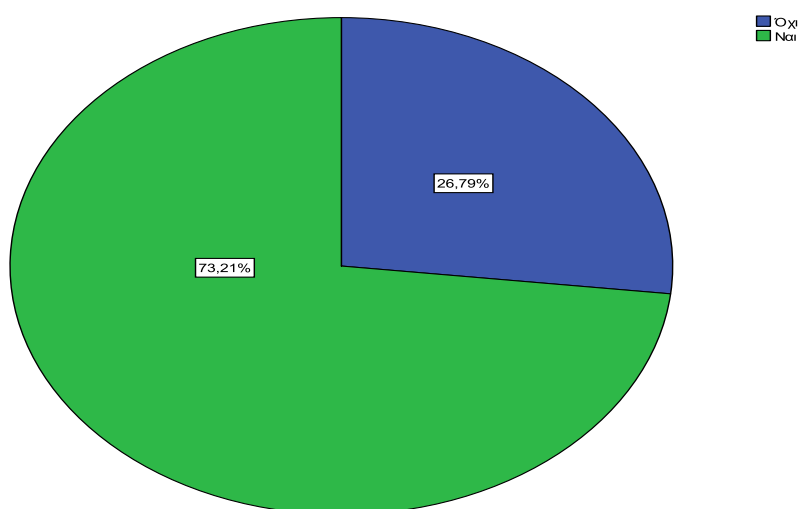
Πίνακας 3: Αριθμός μελών οικογένειας

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
1 μέλος	6	10,7	10,7

2 μέλη	17	30,4	41,1
3 μέλη	15	26,8	67,9
4 μέλη	9	16,1	83,9
5 μέλη	8	14,3	98,2
6 μέλη	1	1,8	100,0
Σύνολο	56	100,0	

Όπως προκύπτει από τον παρακάτω πίνακα, το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων έχουν 2 ή 3 μέλη στην οικογένεια ενώ μόνο το 10,7% αποτελούνται από 1 μόνο μέλος, το οποίο δηλώνει το άτομο αυτό, ενδεχομένως, δεν παντρεύτηκε ποτέ ή είναι χήρος/α ή είναι απλώς ανύπαντρος/η.

5.1.7 Ύπαρξη και αριθμός παιδιών στην οικογένεια



Διάγραμμα 2: Κυκλικό διάγραμμα για την ύπαρξη παιδιών στην οικογένεια

Όπως προκύπτει από το παραπάνω κυκλικό διάγραμμα, το 73,2% έχει παιδιά ενώ το υπόλοιπο 26,79% δεν έχει.

Πίνακας 4: Αριθμός παιδιών στην οικογένεια

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Ένα παιδί	15	26,8	36,6
Δύο παιδιά	13	23,2	68,3

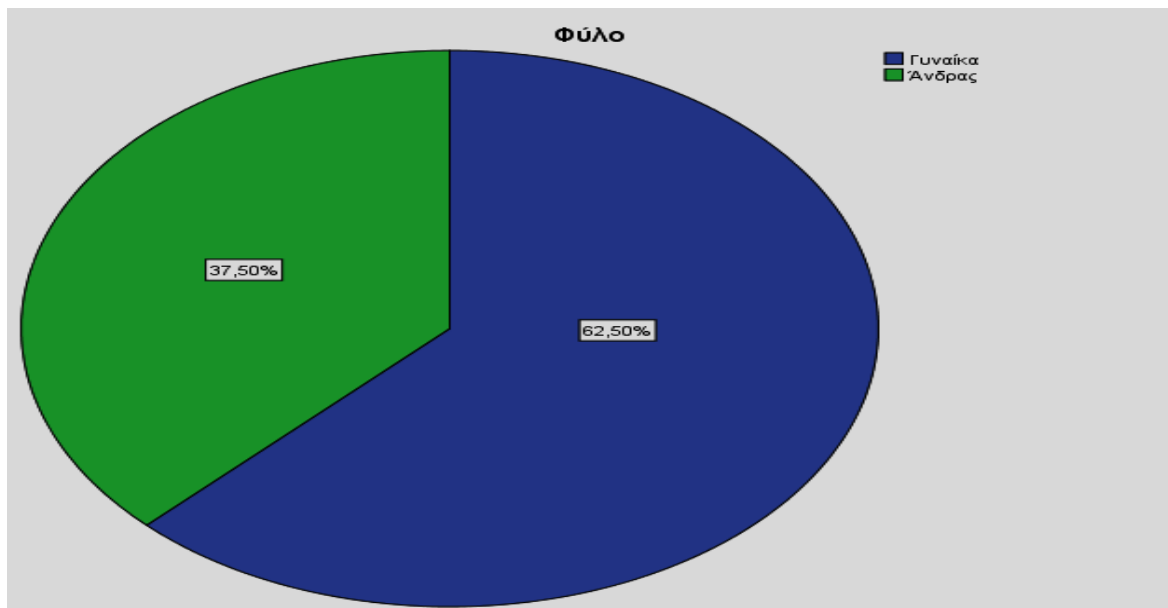
Τρία παιδιά και άνω	13	23,2	100,0
Σύνολο	41	73,2	

Με βάση τον παραπάνω πίνακα, το 68,3% των ατόμων έχουν μέχρι και 2 παιδιά ενώ μόλις το 23,2% έχουν τρία ή/και περισσότερα παιδιά.

5.2 Δημογραφικά στοιχεία-Επιχειρήσεις

Από τη πλευρά των επιχειρήσεων για τα δημογραφικά τους στοιχεία, τα σχετικά αποτελέσματα παρουσιάζονται αμέσως παρακάτω.

5.2.1 Φύλο



Διάγραμμα 3: Κυκλικό διάγραμμα κατανομής του φύλου

Όπως προκύπτει από το παραπάνω κυκλικό διάγραμμα, το 37,5% του δείγματος αποτελείται από άνδρες ενώ το υπόλοιπο 62,5% αποτελείται από γυναίκες. Η πλειοψηφία δηλαδή των ερωτηθέντων από τη πλευρά των επιχειρήσεων είναι γυναίκες.

5.2.2 Ηλικία

Πίνακας 5: Πίνακας κατανομής της ηλικίας

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
<30	1	2,5	2,5
30-40	1	2,5	5,0
40-50	8	20,0	25,0
50-60	15	37,5	62,5
>60	15	37,5	100,0
Σύνολο	40	100,0	

Όσον αφορά την ηλικία, παρατηρείται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων (62,5%) είναι κάτω των 50 ετών ενώ μόνο το 37,5% των ατόμων έχουν ηλικία από 50 ετών και άνω. Αξίζει να σημειωθεί ότι επίσης το 37,5% των ατόμων έχουν ηλικία στο εύρος 50-60.

5.2.3 Εκπαιδευτικό Επίπεδο

Πίνακας 6: Πίνακας κατανομής του εκπαιδευτικού επιπέδου

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Δημοτικό	1	2,5	2,5
Γυμνάσιο	4	10,0	12,5
Λύκειο	20	50,0	62,5
Τριτοβάθμια Εκπαίδευση (ΑΕΙ-ΤΕΙ)	3	7,5	70,0
Μεταπτυχιακό-Διδακτορικό	12	30,0	100,0
Σύνολο	40	100,0	

Όπως φαίνεται από εδώ, το 50% των ιδιοκτητών/στελεχών στις επιχειρήσεις που συμμετείχαν στο δείγμα έχουν τελειώσει το Λύκειο ενώ σημαντικό είναι το ποσοστό αυτών που έχουν τελειώσει μεταπτυχιακό και/ή διδακτορικό (30%). Στις υπόλοιπες κατηγορίες, το 7,5% έχει πάρει μέχρι και πτυχίο προπτυχιακού επιπέδου, το 10% έχει τελειώσει μέχρι και το Γυμνάσιο ενώ το 2,5% μόνο το Δημοτικό.

5.2.4 Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα

Πίνακας 7: Πίνακας κατανομής του ετήσιου οικογενειακού εισοδήματος

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
0-7.000	15	37,5	37,5
7.001-14.000	12	30,0	67,5
14.001-21.000	7	17,5	85,0
21.001-28.000	4	10,0	95,0
28.001-42.000	2	5,0	100,0
Σύνολο	40	100,0	

Στον πίνακα αυτόν παρουσιάζονται οι κατηγορίες μέχρι και τα 42.000€ οικογενειακό εισόδημα καθώς οι παραπάνω κατηγορίες μέχρι και άνω των 70.000€ δεν είχαν περιείχαν καμία απάντηση. Έτσι, εδώ προκύπτει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων (37,5%) έχουν εισόδημα στο εύρος 0-7.000€ ενώ μόλις 5% έχει εισόδημα από 28.001 μέχρι 42.000€. Τα υπόλοιπα άτομα κυμαίνονται στις μεσαίες κατηγορίες εισοδήματος αλλά γενικώς, τα περισσότερα άτομα στο συγκεκριμένο δείγμα έχουν ιδιαίτερα χαμηλό εισόδημα.

5.2.5 Οικογενειακή κατάσταση

Πίνακας 8: Πίνακας κατανομής της οικογενειακής κατάστασης

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Ανύπαντρος/η	6	15,0	15,0
Παντρεμένος/η	23	57,5	72,5
Χήρος/α	1	2,5	75,0
Διαζευγμένος/η	7	17,5	92,5
Συμβίωση	3	7,5	100,0
Σύνολο	40	100,0	

Με βάση την οικογενειακή κατάσταση, προκύπτει ότι ένα εξαιρετικά σημαντικό ποσοστό των ατόμων (57,5%) είναι παντρεμένοι, ενώ το 17,5% είναι διαζευγμένοι ή και το 15% είναι ανύπαντροι.

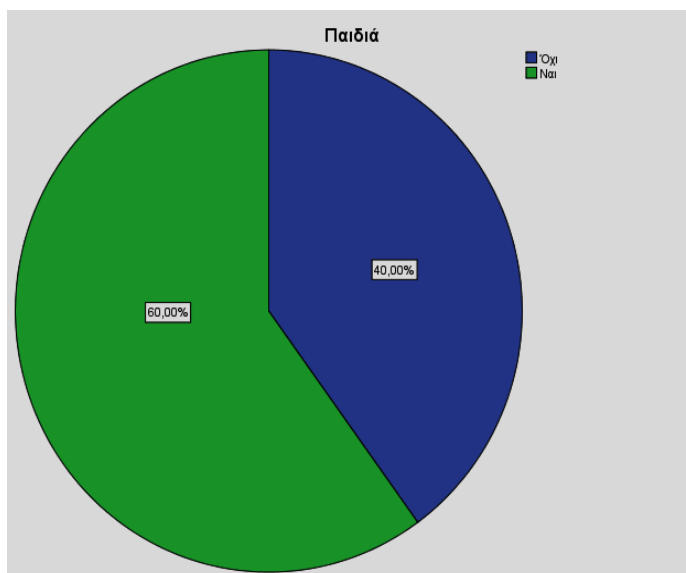
5.2.6 Χρόνια εργασιακής εμπειρίας

Πίνακας 9: Πίνακας κατανομής ετών εργασιακής εμπειρίας

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
<10	1	2,5	2,5
10-20	4	10,0	12,5
20-30	10	25,0	37,5
30-40	15	37,5	75,0
>40	10	25,0	100,0
Σύνολο	40	100,0	

Εδώ προκύπτει ότι το 37,5% των ιδιοκτητών στις επιχειρήσεις έχουν εργασιακή εμπειρία για 30 με 40 χρόνια ενώ 25% έχουν εμπειρία για 20 με 30 χρόνια, καθώς και ένα άλλο 25% διαθέτει εμπειρία για παραπάνω από 40 χρόνια. Κατά τα' άλλα, μόνο το 10% και το 2,5% διαθέτει εργασιακή εμπειρία για 10 με 20 χρόνια και για λιγότερο από 10 χρόνια αντίστοιχα.

5.2.7 Ύπαρξη και αριθμός παιδιών στην οικογένεια



Διάγραμμα 4: Κυκλικό διάγραμμα κατανομής της ύπαρξης παιδιών στην οικογένεια

Από το διάγραμμα αυτό, το 60% των ερωτηθέντων έχουν παιδιά ενώ το υπόλοιπο 40% δεν έχει καθόλου παιδιά στην οικογένεια.

Τέλος, σχετικά με τον αριθμό παιδιών που έχουν όσοι απάντησαν ‘Ναι’ στην αντίστοιχη ερώτηση, αφαιρώντας το 40% όσων απάντησαν ότι δεν έχουν παιδιά, προέκυψε ότι το 30% των πρώτων έχουν μόνο ένα παιδί, το 10% δύο παιδιά και το υπόλοιπο 20% από τρία παιδιά και άνω.

Πίνακας 10: Κατανομή του αριθμού παιδιών στην οικογένεια

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Ένα	12	30,0	50,0
Δύο	4	10,0	66,7
Τρία και άνω	8	20,0	100,0
Σύνολο	24	60,0	

5.3 Δείκτης ευτυχίας για τα νοικοκυριά

Όπως ήδη αναφέρθηκε και στο κεφάλαιο της βιβλιογραφίας, ο δείκτης ευτυχίας μετράται με διάφορους τρόπους, όπως με βάση τον ΟΟΣΑ (2013) ή με βάση τον world happiness report (Helliwell, Layard, & Sachs, 2013). Στη συγκεκριμένη μελέτη, η ευτυχία ενός ατόμου μετράται με βάση κοινωνικά χαρακτηριστικά των ατόμων. Οι 29 πρώτες ερωτήσεις στο ερωτηματολόγιο έχουν δομηθεί με βάση το OxfordHappinessQuestionnaireστο οποίο υπολογίζεται ο συνολικός δείκτης ευτυχίας των ατόμων. Ο τρόπος μέτρησης του έχει ως εξής:

1. Οι απαντήσεις των ερωτήσεων 1, 5, 6, 10, 13, 14, 19, 23, 24, 27, 28 και 29 βαθμολογούνται αντίστροφα. Δηλαδή, αν για παράδειγμα, ένα άτομο απαντήσει σε μια από αυτές ή και σε περισσότερες με το χαρακτηριστικό "1=Διαφωνώ Απόλυτα", τότε η μέτρηση γίνεται με βάση το "6=Συμφωνώ Απόλυτα" καθώς οι

ερωτήσεις αυτές καθαυτές δηλώνουν άρνηση και όχι κατάφαση. Παρομοίως, η απάντηση 2 μετατρέπεται σε 5, η 3 σε 4 και αντιστρόφως, δηλαδή η 4 σε 3, η 5 σε 2 και η 6 σε 1.

2. Με βάση τη παραπάνω διαδικασία, στη συνέχεια προστίθενται όλοι οι αριθμοί όλων των ερωτήσεων για να βρεθεί το συνολικό άθροισμα τους.
3. Ο αριθμός που θα προκύψει θα διαιρεθεί με 29, που είναι ο αριθμός των ερωτήσεων κι έτσι θα προκύψει το συνολικό σκορ ευτυχίας του συμμετέχοντα.
4. Τέλος, ο δείκτης χαρακτηρίζεται από υψηλή τιμή αν είναι από 4 και άνω ενώ χαρακτηρίζεται από χαμηλή αν έχει τιμές από 1 έως 3. Το εύρος τιμών του δείκτη είναι 1-6.

Επομένως, με βάση τα παραπάνω στοιχεία, τα αποτελέσματα έδειξαν τα εξής περιγραφικά στοιχεία για τον δείκτη ευτυχίας:

Πίνακας 11: Περιγραφικά στατιστικά του δείκτη ευτυχίας για τα νοικοκυριά

	N	Ελάχιστη Τιμή	Μέγιστη Τιμή	Μέσος	Τυπική Απόκλιση
Δείκτης ευτυχίας	56	2,72	4,17	3,4808	,33908

Όπως φαίνεται ο δείκτης ευτυχίας στο σύνολο του δείγματος παίρνει τιμή, κατά μέσο όρο, 3,48, δηλαδή περίπου 3,5, άρα αυτό δηλώνει ότι ο δείκτης ευτυχίας των ατόμων δεν είναι σχετικά καλός, κοντά σε ένα μέσο επίπεδο με τυπική απόκλιση περίπου 0,34 μονάδες. Άρα, από εδώ προκύπτει ότι τα άτομα στο εν λόγω δείγμα δείχνουν να μην είναι τόσο ικανοποιημένοι από τη ζωή τους, όσον αφορά το βιοτικό τους επίπεδο, αν και η ευτυχία τους τείνει να προσεγγίζει ένα μέσο/φυσιολογικό επίπεδο. Συνεπώς, κατά μέσο όρο, τα άτομα δεν είναι ούτε ιδιαίτερα ευτυχείς ούτε ιδιαίτερα δυστυχείς ενώ δείχνουν μια μικρή τάση προς τη δυστυχία. Αυτό είναι φανερό καθώς, στη περίπτωση της Ελλάδας, το βαρύ οικονομικό και κοινωνικό κλίμα έχει επηρεάσει σημαντικά τη ζωή των ανθρώπων με αποτέλεσμα, σχεδόν οι περισσότεροι, να έχουν από μικρή έως μεγάλη δυστυχία για τη ζωή τους.

5.4 Δείκτης ευτυχίας για τις επιχειρήσεις

Πράττοντας ανάλογα και για τη περίπτωση των επιχειρήσεων, τα αποτελέσματα έδειξαν τα ακόλουθα περιγραφικά στατιστικά του δείκτη ευτυχίας για τους ιδιοκτήτες/στελέχη των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στο δείγμα:

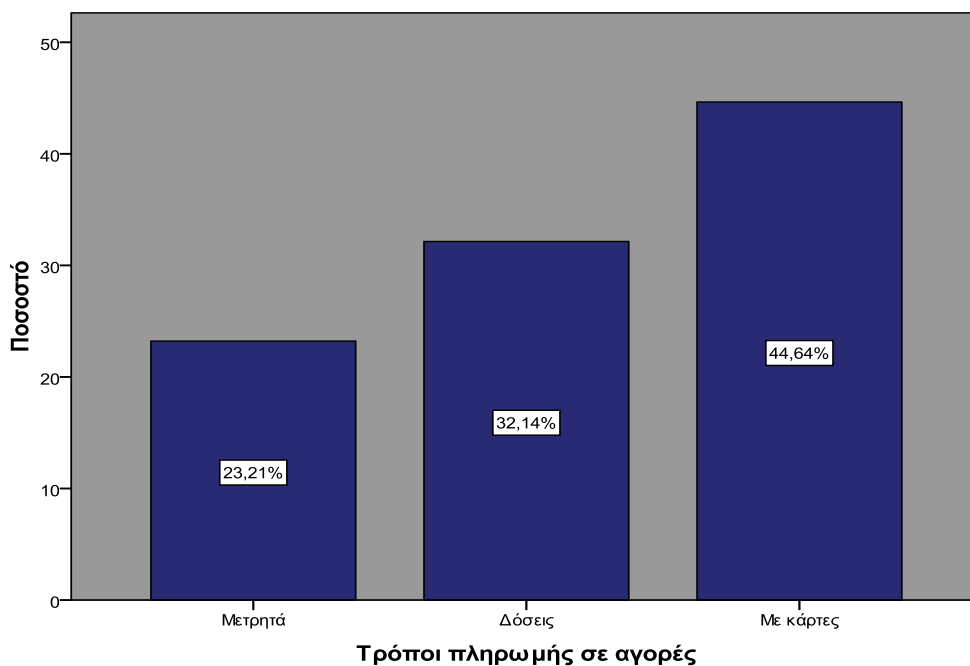
Πίνακας 12: Περιγραφικά στατιστικά του δείκτη ευτυχίας για τις επιχειρήσεις

	N	Ελάχιστη		Μέσος	Τυπική Απόκλιση
		Τιμή	Μέγιστη Τιμή		
Δείκτης ευτυχίας	40	2,90	4,17	3,4733	,31439

Σε αυτή τη περίπτωση, ο δείκτης ευτυχίας στο σύνολο του δείγματος παίρνει τιμή, κατά μέσο όρο, 3,47, δηλαδή κινείται στα ίδια περίπου επίπεδα με τον δείκτη ευτυχίας για τα νοικοκυριά, άρα αυτό δηλώνει ότι ούτε και ο δείκτης ευτυχίας των επιχειρήσεων είναι υψηλός. Άρα, τα άτομα-ιδιοκτήτες-στελέχη των επιχειρήσεων εν λόγω δείγμα δείχνουν να μην αισθάνονται ικανοποιημένοι για την ζωή τους γενικότερα, αναφορικά με το βιοτικό τους επίπεδο. Έτσι, τα άτομα δεν είναι ούτε ιδιαίτερα ευτυχείς ούτε ιδιαίτερα δυστυχείς όπως ακριβώς και στη περίπτωση των νοικοκυριών του δείγματος με τάση ασφαλώς προς τη δυστυχία. Το αποτέλεσμα αυτό επιβεβαιώνει το γεγονός ότι η μεγάλη οικονομική δυσχέρεια στη χώρα έχει επηρεάσει σημαντικά τη δράση των επιχειρήσεων και να υπάρχει αμφιβολία σχετικά με τη βιωσιμότητα τους, κάτι που θα εξεταστεί παρακάτω.

5.5 Οικονομικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά

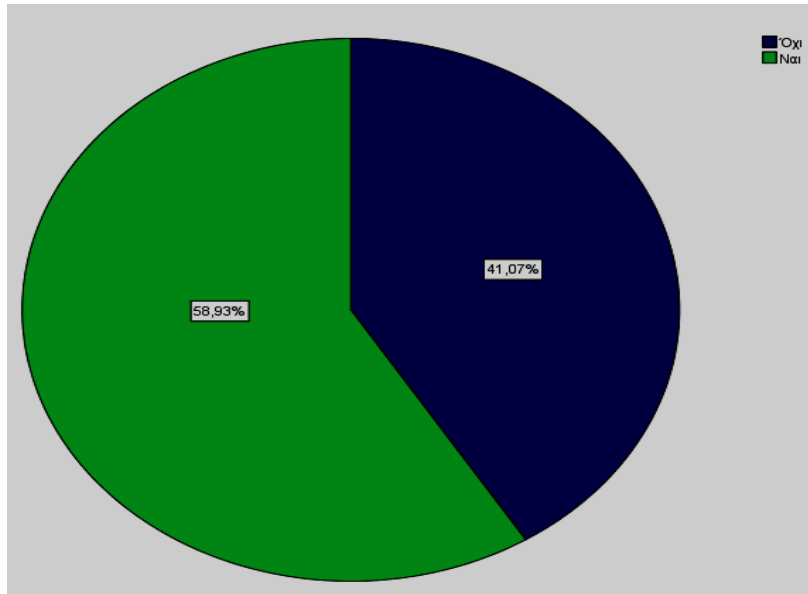
Με βάση τα οικονομικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά των ατόμων, σε αυτή την ενότητα θα παρουσιασθούν όλες οι μεταβλητές-ερωτήσεις του ερωτηματολογίου σε μορφή διαγραμμάτων και πινάκων έτσι ώστε να διαπιστωθεί αν η οικονομική ευημερία είναι υψηλή και αν ναι, σε ποιές από τις μεταβλητές.



Διάγραμμα 5: Ραβδόγραμμα κατανομής των τρόπων πληρωμής στις αγορές

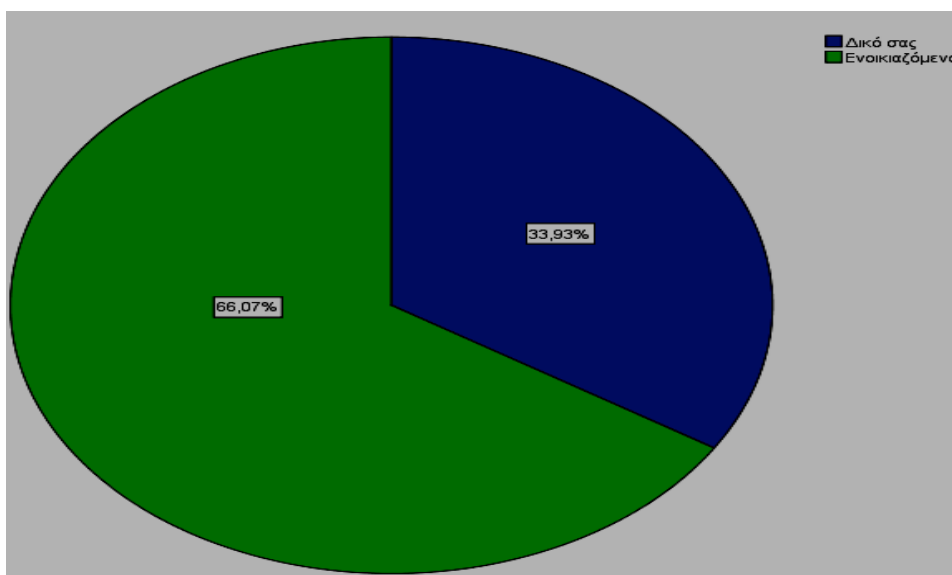
Όπως προκύπτει από το παραπάνω σχήμα, το μεγαλύτερο ποσοστό συγκεντρώνεται στην πληρωμή με πιστωτικές κάρτες ενώ ένα εξίσου σημαντικό ποσοστό (32,14%) πληρώνει σε δόσεις ενώ μόλις το 23,21% σε μετρητά. Συνήθως, αυτοί που πληρώνουν με πιστωτικές κάρτες έχουν μια πιο ευκατάστατη ζωή σε σχέση με εκείνους που πληρώνουν σε μετρητά ή/και σε δόσεις. Άρα λοιπόν, προκύπτει ότι το 55,35% του δείγματος έχει σχετικά λιγότερη οικονομική ευημερία σε σχέση με το υπόλοιπο 44,65%, συνεπώς, η οικονομική ευημερία, όσον αφορά τη πληρωμή σε αγορές, φαίνεται να κινείται σε ένα μέσο επίπεδο, με τάση προς ένα χαμηλότερο.

Όσον αφορά το αν τα άτομα διαθέτουν αυτοκίνητο, το 58,93% των ατόμων απάντησαν θετικά ενώ το υπόλοιπο 41,07% δεν διαθέτει αυτοκίνητο. Βέβαια, μπορεί να μη διαθέτουν αυτοκίνητο επειδή είτε είναι προχωρημένης ηλικίας είτε επειδή μπορεί να μην έχουν δίπλωμα οδήγησης είτε για οικονομικούς λόγους. Συνήθως όμως, το να έχει ένα νοικοκυριό αυτοκίνητο δηλώνει ότι έχει την οικονομική δυνατότητα να το διαθέτει και άρα, σε αυτή τη περίπτωση, η ευημερία των περισσότερων ατόμων είναι σχετικά υψηλή.



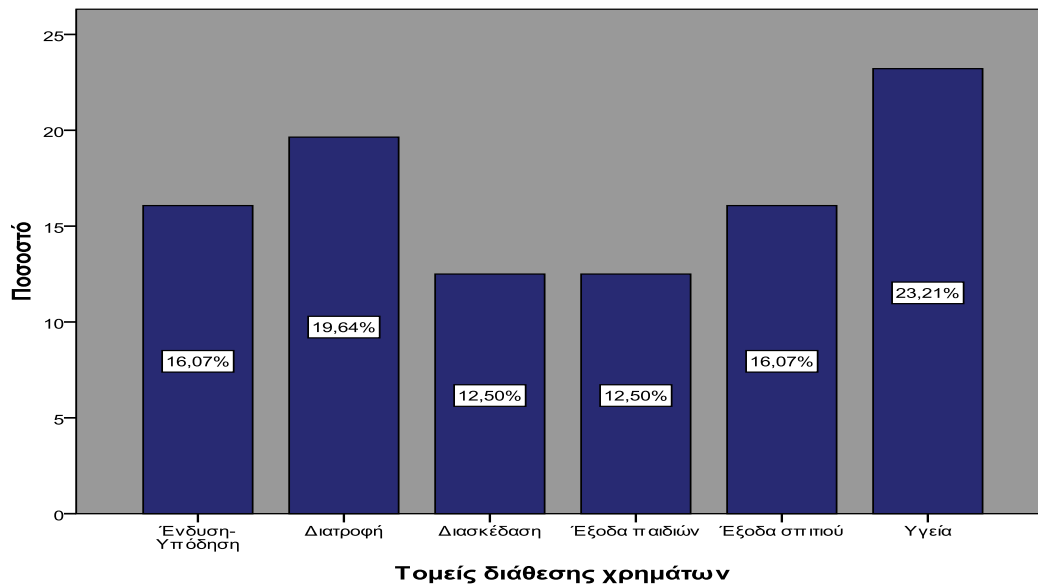
Διάγραμμα 6: Κυκλικό διάγραμμα της κατοχής αυτοκινήτου από τα νοικοκυριά

Με βάση τώρα το σπίτι στο οποίο διαμένουν τα άτομα, το 66,07% δήλωσε ότι το σπίτι είναι ενοικιαζόμενο ενώ το υπόλοιπο 33,93% το έχει αγοράσει. Επομένως, εδώ προκύπτει ότι η ευημερία των ατόμων σχετικά με την αγορά σπιτιού είναι ιδιαίτερα χαμηλή καθώς η αγορά αυτή συνήθως προϋποθέτει την οικονομική δυνατότητα του ατόμου.



Διάγραμμα 7: Κυκλικό διάγραμμα του είδους του σπιτιού διαμονής

Σε σχέση με τον τρόπο που ξοδεύουν τα χρήματά τους τα άτομα που συμπεριλήφθηκαν στο δείγμα, παρατηρείται ότι ένα σημαντικό ποσοστό των χρημάτων προορίζεται για να καλύψει βασικά έξοδα όπως για ιατροφαρμακευτική περίθαλψη (23,21%) και έξοδα σπιτιού (16,07%) ενώ επίσης σημαντική είναι και η διάθεση χρημάτων για διατροφή (19,64%). Εν ολίγοις, αυτό σημαίνει ότι λιγότερα άτομα έχουν τη δυνατότητα να διαθέτουν χρήματα για αγορά ρούχων (16,07%), για διασκέδαση (12,5%) και για έξοδα των παιδιών (12,5%). Επομένως, υπάρχουν ενδείξεις ότι η οικονομική ευημερία των περισσότερων ατόμων δεν είναι και τόσο ικανοποιητική.



Διάγραμμα 8: Ραβδόγραμμα κατανομής των χρημάτων σε σημαντικούς τομείς κατανάλωσης

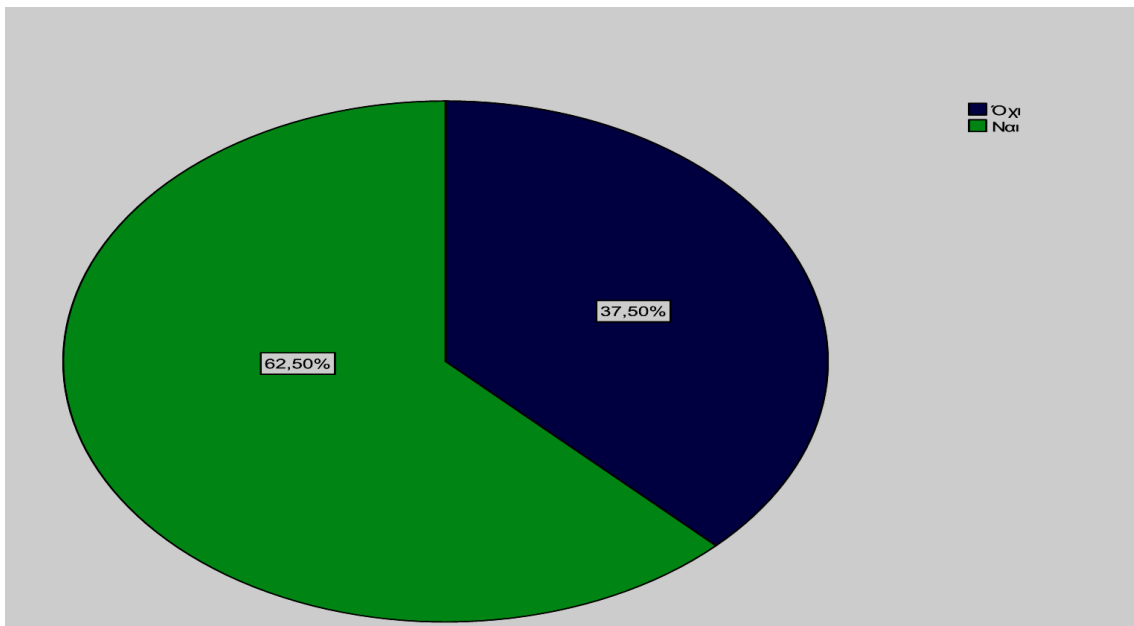
Όσον αφορά τον ελεύθερο χρόνο των ατόμων ανά ημέρα, με βάση τον παρακάτω πίνακα προκύπτει ότι ο μέσος χρόνος ανά ημέρα που έχουν ελεύθερο τα άτομα είναι περίπου 7,13 ώρες την ημέρα με τυπική απόκλιση 3,057 ώρες. Αυτό δηλώνει ότι τα περισσότερα άτομα έχουν σχετικά λιγότερο χρόνο στη διάθεση τους να τον αξιοποιήσουν όπως εκείνα θέλουν απ' ότι άλλα άτομα που έχουν 10, μέχρι και 20 ώρες στη διάθεση τους. Ίσως αυτό βέβαια να οφείλεται στο ότι ένα άτομο είτε δε δουλεύει είτε έχει βγει στη σύνταξη και απλά κάθεται στο σπίτι του.

Πίνακας 13: Περιγραφικά στατιστικά των ωρών ελεύθερου χρόνου ανά ημέρα

	N	Ελάχιστη		Μέσος	Τυπική Απόκλιση
		Τιμή	Μέγιστη Τιμή		
Ωρες ελεύθερου χρόνου/ημέρα	56	2	20	7,13	3,057

Με βάση τώρα το που αφιερώνουν τα άτομα τον διαθέσιμο ελεύθερο χρόνο τους, προκύπτει ότι ένα σημαντικό ποσοστό των ατόμων (26,8%) διαβάζει βιβλία ενώ το 21,4% προτιμάει να βγαίνει έξω με παρέα και φίλους. Επίσης, 17,9% προτιμάει να πηγαίνει γυμναστήριο ενώ λιγότερα άτομα αφιερώνουν τον χρόνο τους στη τηλεόραση, το internet και τη μουσική. Οι κατηγορίες τις οποίες προτιμούν τα περισσότερα άτομα αντανάκλα το γεγονός ότι θέλουν να «ξεδώσουν» από την καθημερινή ρουτίνα και έτσι προτιμούν να κάνουν κάτι που τους ανακουφίζει. Οπότε, εδώ υπάρχουν ενδείξεις ότι η ευημερία των ατόμων ίσως και να είναι σχετικά ικανοποιητική με μοναδικό μειονέκτημα ότι δεν υπάρχουν αρκετές ώρες διαθέσιμες να ασχοληθούν και με άλλα πράγματα.

Σε σχέση με το αν τα άτομα θεωρούν ότι ακολουθούν υγιεινή διατροφή, το 62,5% απάντησε θετικά ενώ το υπόλοιπο 37,5% αρνητικά. Σε αυτή τη περίπτωση, η υγιεινή διατροφή συνεπάγεται μεγαλύτερη κοινωνική ευημερία για τα άτομα καθώς προσέχουν τον εαυτό τους στο τι τρώνε και τι πίνουν. Για να απαιτηθούν βέβαια όλα αυτά χρειάζονται και οι αναγκαίοι οικονομικοί πόροι και, όπως προέκυψε και παραπάνω, τα άτομα γενικά δαπανούν μεγαλύτερο μέρος του εισοδήματος για υγεία και διατροφή.



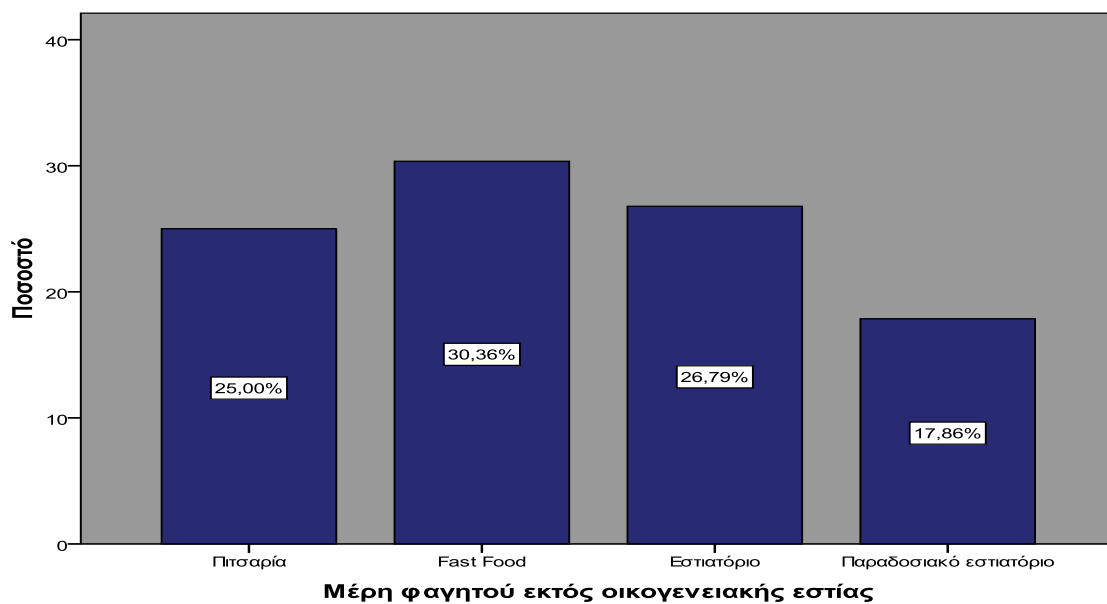
Διάγραμμα 9: Κυκλικό διάγραμμα σχετικά με το αν τα άτομα ακολουθούν υγιεινή διατροφή

Σχετικά με το πόσο συχνά τα άτομα τρώνε εκτός οικογενειακής εστίας, σχεδόν το 52% δεν τρώνε καθόλου έξω ή τρώνε σπάνια, ενώ το υπόλοιπο 48% τρώει συχνά ή αρκετά συχνά έξω. Παρόλα αυτά, είναι φανερή μια τάση προς τη μείωση της οικονομικής ευημερίας καθώς πολλά άτομα δηλώνουν ότι δεν τρώνε συχνά εκτός σπιτιού. Αυτό βέβαια μπορεί να οφείλεται στο γεγονός ότι δεν τους αρέσει να τρώνε έξω ή, συνήθως, να μην έχουν την οικονομική δυνατότητα να διαθέσουν χρήματα για να φάνε εκτός σπιτιού.

Πίνακας 14: Συχνότητα για φαγητό εκτός οικογενειακής εστίας

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Καθόλου	19	33,9	33,9
Σπάνια	10	17,9	51,8
Συχνά	14	25,0	76,8
Πολύ συχνά	13	23,2	100,0
Σύνολο	56	100,0	

Ανεξάρτητα από το πόσο συχνά τα άτομα πηγαίνουν για φαγητό έξω, προκύπτει ότι γενικώς, όταν τρώνε ή έχουν βρεθεί σε στιγμές να τρώνε εκτός οικογενειακής εστίας, προτιμούν κατά κύριο λόγο τα fastfood(30,36%), τα εστιατόρια (26,79%) και τις πιτσαρίες (25%) ενώ χαμηλότερη εκτίμηση υπάρχει για τα παραδοσιακά εστιατόρια (17,86%). Συνήθως βέβαια, τα fastfood και τα παραδοσιακά εστιατόρια είναι σχετικά φθηνότερα απ' ό,τι οι πιτσαρίες και τα εστιατόρια, οπότε το 48,22% των ατόμων προτιμάει τις πιο φθηνές υπηρεσίες εστίασης ενώ το υπόλοιπο 51,79% προτιμάει τις πιο ακριβές. Εδώ είναι εμφανής μία τάση προτίμησης που τείνει σε μια μεγαλύτερη οικονομική ευημερία των ατόμων αλλά η υφιστάμενη κατάσταση δεν επιτρέπει σε πολλούς να φάνε σε τέτοια μέρη. Σε γενικές γραμμές όμως, τα άτομα προτιμούν γενικά το ακριβό φαγητό (εστιατόρια και πιτσαρίες) από τα φθηνό (fastfood και παραδοσιακά εστιατόρια), ίσως λόγω ποιότητας το οποίο συνάδει και με την υγιεινή διατροφή (βλέπε διάγραμμα 9) που ακολουθούν τα άτομα.



Διάγραμμα 10: Μέρη φαγητού εκτός οικογενειακής εστίας

Σχετικά με το πόσο συχνά τα άτομα πηγαίνουν διακοπές, προκύπτει στον παρακάτω πίνακα ότι το 57,1% των ατόμων δεν πηγαίνουν καθόλου ή δεν πηγαίνουν τόσο συχνά διακοπές ενώ το υπόλοιπο 42,9% πηγαίνει από συχνά έως πολύ συχνά διακοπές. Εδώ υπάρχουν ενδείξεις ότι η οικονομική ευημερία των περισσότερων ατόμων είναι ιδιαίτερα χαμηλή καθώς φαίνεται να μην έχουν τη δυνατότητα να πάνε διακοπές. Όπως

αναφέρθηκε και παραπάνω, πολλά άτομα δεν έχουν ενδεχομένως ούτε την οικονομική δυνατότητα να βγουν έξω για φαγητό άρα και οι διακοπές θα φαντάζουν, ίσως, ένα «ανεκπλήρωτο όνειρο».

Πίνακας 15: Συχνότητα για διακοπές

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Καθόλου	15	26,8	26,8
Σπάνια	17	30,4	57,1
Συχνά	12	21,4	78,6
Πολύ συχνά	12	21,4	100,0
Σύνολο	56	100,0	

Δίνοντας τώρα έμφαση περισσότερο στα κοινωνικά χαρακτηριστικά των ατόμων, σχετικά με το πόσο ικανοποιημένοι νιώθουν στις σχέσεις τους με τους άλλους ανθρώπους, το 53,6% των ατόμων δηλώνουν ότι είναι πολύ ή μάλλον δυσαρεστημένα αλλά και ότι δεν έχουν κάποιο ιδιαίτερο πρόβλημα στις σχέσεις τους, ούτε ευχάριστο, ούτε δυσάρεστο, ενώ το 46,4% των ατόμων δήλωσε ότι είναι ικανοποιημένο στις σχέσεις με τους άλλους ανθρώπους. Κατά πλειοψηφία όμως, φαίνεται ότι τα άτομα δεν είναι τόσο ευχαριστημένα στις σχέσεις τους με άλλα άτομα, ίσως λόγω των έντονων οικονομικών δυσκολιών, ειδικά αυτών που προήλθαν από την οικονομική κρίση και που έχουν προκαλέσει την αποξένωση πολλών ανθρώπων από την κοινωνία.

Πίνακας 16: Ικανοποίηση των ατόμων στις σχέσεις τους με άλλα άτομα

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Πολύ δυσαρεστημένος	8	14,3	14,3
Μάλλον δυσαρεστημένος	10	17,9	32,1
Ούτε δυσαρεστημένος ούτε ευχαριστημένος	12	21,4	53,6
Μάλλον ευχαριστημένος	16	28,6	82,1
Πολύ ευχαριστημένος	10	17,9	100,0
Σύνολο	56	100,0	

Επίσης, σχετικά με τις σχέσεις των ατόμων με τα άλλα μέλη της οικογένειάς τους, υπάρχουν ανάμεικτα συναισθήματα, δηλαδή το μισό δείγμα (50%) δήλωσε ότι δεν είναι

τόσο ευχαριστημένο με τα άλλα μέλη της οικογένειας (είτε δική τους είτε με τους δικούς τους γονείς και/ή αδέρφια, ξαδέρφια κλπ) ενώ το υπόλοιπο 50% είναι ευχαριστημένο γενικά με τις σχέσεις με την οικογένεια. Εδώ δεν υπάρχει σαφές συμπέρασμα σχετικά με το αν η οικονομική ευημερία είναι ικανοποιητική ή όχι αλλά, σε σχέση και με τον παραπάνω πίνακα στις σχέσεις με άλλα άτομα, είναι δυνατόν να ειπωθεί ότι η αποξένωση των ατόμων είναι έκδηλη ακόμα και στις σχέσεις με την οικογένεια, αν και αυτό δεν συμβαίνει πάντα. Άρα, εδώ η οικονομική ευημερία θα μπορούσε να είναι ένα μέσο επίπεδο, δηλαδή ούτε υψηλό αλλά ούτε χαμηλό.

Πίνακας 17: Ικανοποίηση των ατόμων στις σχέσεις τους με τα μέλη της οικογένειας

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Πολύ δυσαρεστημένος	7	12,5	12,5
Μάλλον δυσαρεστημένος	12	21,4	33,9
Ούτε δυσαρεστημένος ούτε ευχαριστημένος	9	16,1	50,0
Μάλλον ευχαριστημένος	16	28,6	78,6
Πολύ ευχαριστημένος	12	21,4	100,0
Σύνολο	56	100,0	

Με βάση τη συχνότητα επικοινωνίας των ατόμων με φίλους ή συγγενείς τους, οι απαντήσεις τους δείχνουν ότι το 59% περίπου των ατόμων έρχονται σχετικά συχνά σε επαφή με τους φίλους και τους συγγενείς τους (είτε τηλεφωνικά είτε από κοντά), κάτι που δείχνει ότι έχουν ανάγκη για επικοινωνία. Λίγοι όμως είναι αυτοί που έρχονται σε επαφή κάθε μέρα (16,1%) ή 1-2 φορές την εβδομάδα (19,6%), κάτι που δηλώνει ότι οι περισσότεροι ενδεχομένως να μην έχουν τόσο καλές σχέσεις με τους φίλους τους, πιθανότατα λόγω της αποξένωσης τους από τη κοινωνία λόγω οικονομικών και άλλων δυσκολιών.

Πίνακας 18: Συχνότητα επικοινωνίας με τους φίλους

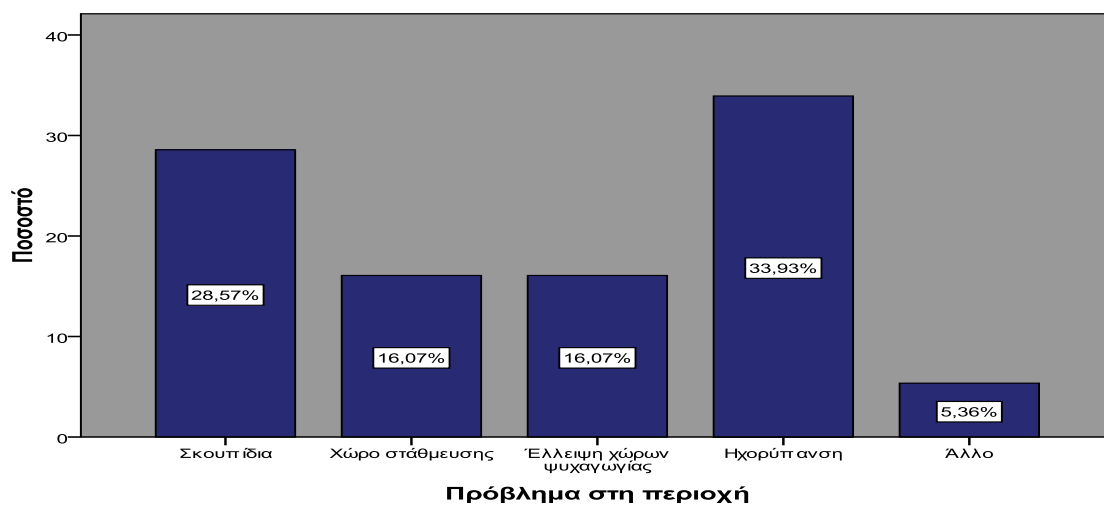
	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Κάθε μέρα	9	16,1	16,1
1-2 φορές την εβδομάδα	11	19,6	35,7
1-2 φορές τον μήνα	13	23,2	58,9
Μερικές φορές τον χρόνο	13	23,2	82,1
Πολύ σπάνια	10	17,9	100,0
Σύνολο	56	100,0	

Σχετικά με την ικανοποίηση των ατόμων για τις συνθήκες διαβίωσης τους και τις δημόσιες υπηρεσίες που τους παρέχονται στη περιοχή όπου διαμένουν, είναι εμφανής ότι δεν είναι καθόλου ευχαριστημένοι καθώς το 75% των ατόμων δεν δείχνουν ιδιαίτερα ικανοποιημένοι από τις υπηρεσίες ασφάλειας, υγείας και τις υποδομές, επομένως υπάρχει χαμηλό επίπεδο κοινωνικής ευημερίας.

Πίνακας 19: Ικανοποίηση ατόμων από τις δημόσιες υπηρεσίες και υποδομές

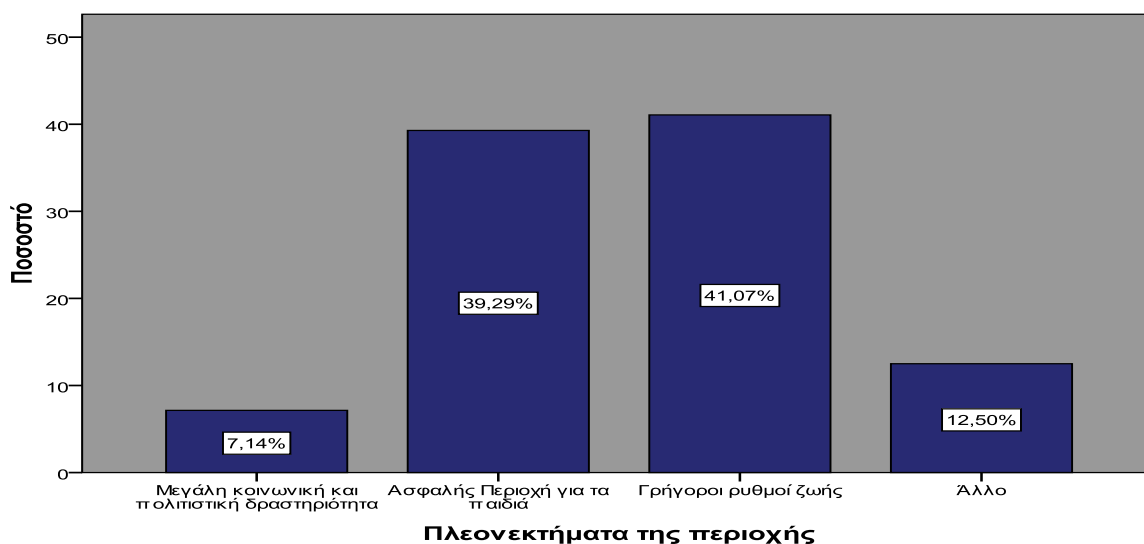
	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Πολύ δυσαρεστημένος	12	21,4	21,4
Μάλλον δυσαρεστημένος	16	28,6	50,0
Ούτε δυσαρεστημένος ούτε ευχαριστημένος	14	25,0	75,0
Μάλλον ευχαριστημένος	7	12,5	89,5
Πολύ ευχαριστημένος	7	12,5	100,0
Σύνολο	56	100,0	

Σχετικά με το μεγαλύτερο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν τα νοικοκυριά στη περιοχή που μένουν, σχεδόν το 34% των ατόμων απάντησαν ότι είναι η ηχορρύπανση, 28,5% για τα σκουπίδια, ενώ λιγότερο τους απασχολούν οι ανεπαρκείς χώροι στάθμευσης και η έλλειψη χώρων ψυχαγωγίας, καθώς και άλλα πράγματα όπως εγκληματικότητα, ναρκωτικά, κλπ.



Διάγραμμα 11: Ραβδόγραμμα κατανομής των σημαντικότερων κοινωνικών προβλημάτων στη περιοχή διαμονής

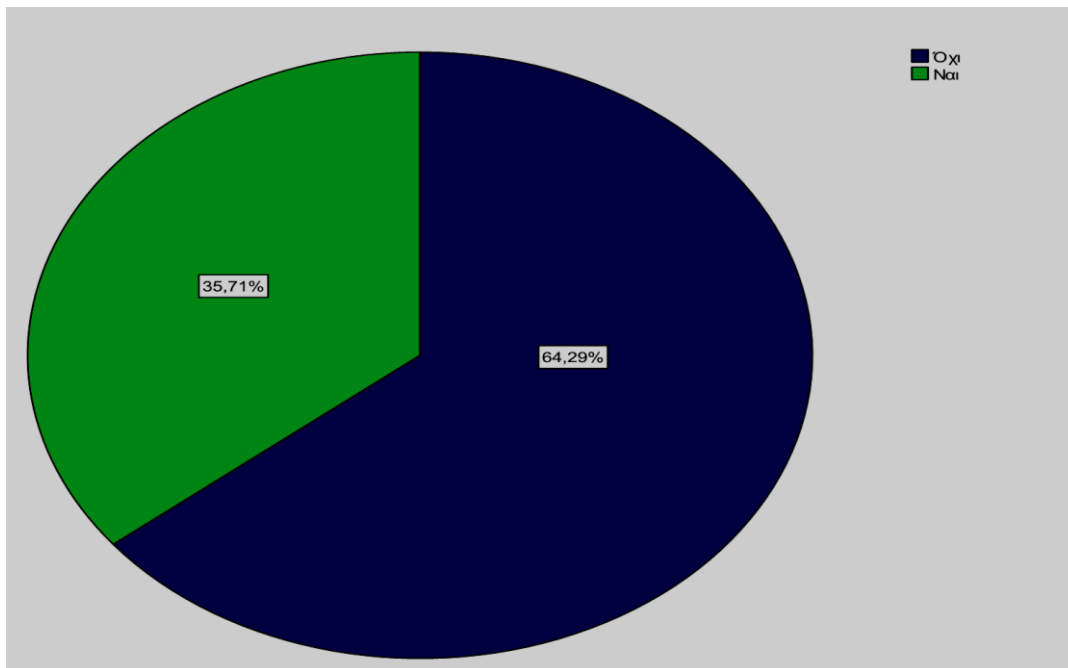
Εκτός από τα μειονεκτήματα, τα μεγαλύτερα πλεονεκτήματα που θεωρούν τα άτομα στη περιοχή τους είναι κατά κύριο λόγο οι γρήγοροι ρυθμοί ζωής (41,07%) και η ασφαλής περιοχή για τα παιδιά (39,29%) ενώ φαίνεται ότι λιγότερο ενδιαφέρον δείχνουν για τις μεγάλες πολιτιστικές δραστηριότητες που υπάρχουν στο κέντρο της περιοχής.



Διάγραμμα 12: Ραβδόγραμμα κατανομής των σημαντικότερων πλεονεκτημάτων στη περιοχή διαμονής

Αναφερόμενοι στην ικανοποίηση των ατόμων από τις υπηρεσίες που τους προσφέρουν οι τοπικές αρχές στη περιοχή διαμονής τους, το 64,3% των ατόμων απάντησε

αρνητικά και μόνο το 35,7% απάντησε θετικά. Αυτό δηλώνει ότι η κοινωνική ευημερία των ατόμων σε αυτή τη περίπτωση δεν είναι ιδιαίτερα ικανοποιητική.



Διάγραμμα 13: Κυκλικό διάγραμμα της ικανοποίησης των ατόμων από τις τοπικές αρχές

Επίσης, όσον αφορά την συχνότητα στην οποία τα άτομα παρευρίσκονται στην εκκλησία, πέρα από διάφορα σημαντικά θρησκευτικά γεγονότα, κυρίως τα Χριστούγεννα και το Πάσχα, το 64,3% των ατόμων πηγαίνουν σπάνια στην εκκλησία, ίσως και μία με δύο φορές τον μήνα, ενώ το υπόλοιπο 35,7% πηγαίνει πιο συχνά στην εκκλησία. Ίσως, οι περισσότεροι δε πηγαίνουν συχνά στην εκκλησία επειδή δεν έχουν και τον απαραίτητο διαθέσιμο χρόνο για να την επισκεφθούν ή απλά, να μην πιστεύουν στη χριστιανική θρησκεία. Η μερίδα όμως των ατόμων που δεν πηγαίνουν τόσο συχνά αλλά πιστεύουν στη θρησκεία, φαίνεται να μην είναι τόσο ευημερείς επειδή ακριβώς έχουν περιορισμένο χρόνο διαθέσιμο για επισκέψεις στην εκκλησία.

Πίνακας 20: Συχνότητα επίσκεψης στην εκκλησία

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Ποτέ	4	7,1	7,1
Μία φορά το χρόνο	14	25,0	32,1
Μερικές φορές το χρόνο	10	17,9	50,0
Μία ή δύο φορές το μήνα	8	14,3	64,3
Μία φορά την εβδομάδα	13	23,2	87,5
Περισσότερο από μία φορά την εβδομάδα	7	12,5	100,0
Σύνολο	56	100,0	

Τέλος, σχετικά με το πως τα άτομα θεωρούν την ίδια τη ποιότητα ζωής τους καλή ή κακή, το 55,4% των ατόμων δεν τη θεωρεί τόσο καλή ενώ το υπόλοιπο 44,6% των ατόμων τη θεωρεί από καλή έως πολύ καλή. Κατά πλειοψηφία όμως, η ποιότητα ζωής των περισσότερων ατόμων δεν είναι τόσο ικανοποιητική. Αυτό δείχνει ότι υπάρχει κάποια σχέση μεταξύ της ποιότητας ζωής των ατόμων με την οικονομική τους ευημερία αλλά και με τον δείκτη ευτυχίας.

Πίνακας 21: Ποιότητα ζωής των ατόμων

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Πολύ κακή	9	16,1	16,1
Κακή	13	23,2	39,3
Ούτε καλή ούτε κακή	9	16,1	55,4
Καλή	14	25,0	80,4
Πολύ καλή	11	19,6	100,0
Σύνολο	56	100,0	

Το συμπέρασμα που προκύπτει από τα παραπάνω είναι ότι η οικονομική ευημερία των ατόμων είναι σε χαμηλό οικονομικό και κοινωνικό επίπεδο και αυτό έχει κάποια σχέση με τον σχετικά χαμηλό δείκτη ευτυχίας που παρουσιάστηκε στη προηγούμενη υποενότητα αυτού του κεφαλαίου.

5.6 Βιώσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα των επιχειρήσεων

Στο τμήμα αυτό θα εξεταστεί αν οι επιχειρήσεις χαρακτηρίζονται από τα άτομα ως ανταγωνιστικά βιώσιμες ή όχι, με βάση τις δικές τους απόψεις για το επιχειρηματικό περιβάλλον. Ουσιαστικά, η ανάλυση βασίζεται από τη μεριά της ζήτησης για την ύπαρξη βιώσιμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

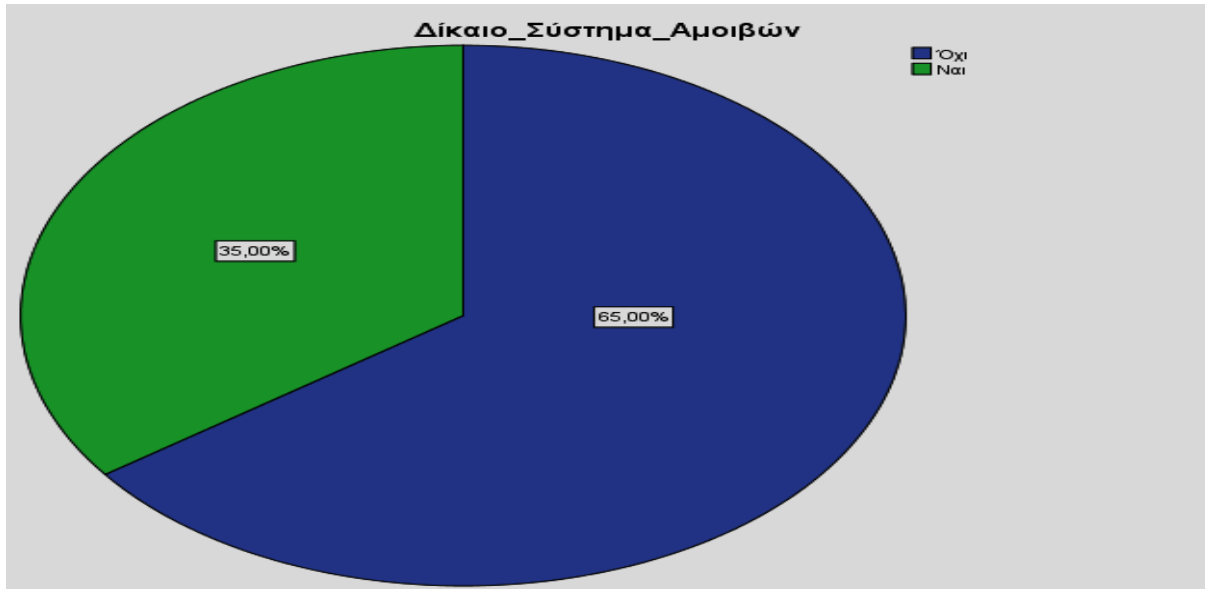
Κατ' αρχάς, σε σχέση με το πώς τα άτομα αυτά αισθάνονται ικανοποιημένα από την εργασία τους, σχεδόν το 64% των ατόμων θεωρεί ότι δεν είναι καθόλου έως μέτρια ικανοποιημένο και μόνο το υπόλοιπο 36% περίπου είναι ικανοποιημένο με την εργασία του. Αυτό δηλώνει ότι η ευημερία των ατόμων είναι χαμηλή και σίγουρα δεν συνεπάγεται βιώσιμη ανάπτυξη των επιχειρήσεων στην Ελλάδα.

Πίνακας 22: Ικανοποίηση από την εργασία

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Καθόλου	8	14,3	22,2
Λίγο	7	12,5	41,7
Μέτρια	8	14,3	63,9
Πολύ	6	10,7	80,6
Αρκετά	7	12,5	100,0
Σύνολο	36	64,3	

Σχετικά τώρα με την ύπαρξη δίκαιου συστήματος αμοιβών των επιχειρήσεων στην Ελλάδα, το 65% των ατόμων θεωρεί ότι δεν είναι δίκαιο, ίσως επειδή θεωρούν ότι υπάρχει κοινωνική εκμετάλλευση από τις επιχειρήσεις ή ότι η οικονομική κρίση τις έχει οδηγήσει σε απολύσεις και, στη χειρότερη, ακόμα και σε χρεοκοπία. Αντίθετα, μόνο το 35% των ατόμων θεωρεί ότι υπάρχει δικαιοσύνη στο σύστημα αμοιβών λόγω ίσως του γεγονότος ότι η οικονομική κρίση τις αναγκάζει να μην εκμεταλλεύονται τους εργαζόμενους τους αφού

κι εκείνες έχουν σκοπό να επιβιώσουν. Επομένως, η πλειοψηφία των ατόμων δεν θεωρεί δίκαιο το σύστημα αμοιβών και, συνεπώς, η βιωσιμότητα των επιχειρήσεων δεν είναι πιθανή.



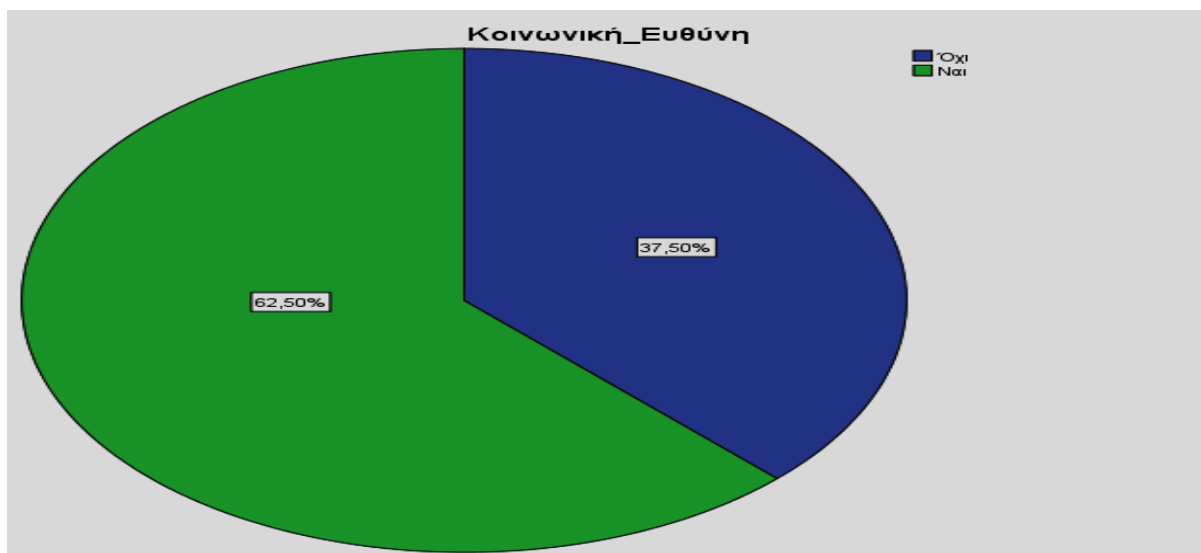
Διάγραμμα 14: Κυκλικό διάγραμμα για την ικανοποίηση των ατόμων σχετικά με το δίκαιο σύστημα αμοιβών των επιχειρήσεων

Σε ότι αφορά την άποψη των ατόμων για το αν οι εργαζόμενοι συμμετέχουν στις αποφάσεις των επιχειρήσεων στην Ελλάδα, το 52,5% των ατόμων δήλωσε ότι οι εργαζόμενοι δεν συμμετέχουν ενεργά στη λήψη αποφάσεων, κάτι το οποίο προσδίδει στις επιχειρήσεις ένα πιο αυταρχικό πρότυπο ηγεσίας ενώ το υπόλοιπο 47,5% θεωρεί ότι συμμετέχουν ενεργά στις αποφάσεις τις επιχειρήσεις και άρα τείνουν προς ένα πιο δημοκρατικό πρότυπο ηγεσίας. Παρόλα αυτά, το αυταρχικό πρότυπο ηγεσίας επικρατεί σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτώμενων για τον ρόλο των εργαζομένων στη λήψη των αποφάσεων.

Πίνακας 23: Επίπεδο συμμετοχής των εργαζομένων στη λήψη αποφάσεων των επιχειρήσεων

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Πολύ Χαμηλό	2	5,0	5,0
Χαμηλό	10	25,0	30,0
Μέτριο	9	22,5	52,5
Υψηλό	8	20,0	72,5
Πολύ Υψηλό	11	27,5	100,0
Σύνολο	40	100,0	

Επίσης, για τον ρόλο της κοινωνικής ευθύνης των επιχειρήσεων στην Ελλάδα, το 62,5% των ατόμων απάντησε θετικά στην ερώτηση αυτή και το 37,5% αρνητικά. Αυτό σημαίνει ότι υπάρχουν αρκετοί ερωτώμενοι έτσι ώστε η υπευθυνότητα που νιώθουν απέναντι στο περιβάλλον τους να είναι πλέον πιο ουσιαστική, ιδίως τη σημερινή περίοδο με την έντονη οικονομική, πολιτική και κοινωνική αστάθεια καθώς θεωρούν ότι θα πρέπει γενικά να ανταποκρίνεται με επιτυχία στο όραμα και τους στόχους της επιχείρησής τους.



Διάγραμμα 15: Κυκλικό διάγραμμα σχετικά με την ύπαρξη κοινωνικής ευθύνης των επιχειρήσεων

Επιπλέον, με βάση το κόστος των προϊόντων και υπηρεσιών τα οποία πωλούν οι συγκεκριμένες επιχειρήσεις που έχουν συμπεριληφθεί στο δείγμα, η πλειοψηφία (72,5%) θεωρεί ότι είναι φθηνά έως σχετικά φθηνά (μέτρια) και αυτό είναι κάπως λογικό αφού το καλάθι των καταναλωτικών αγορών καθορίζεται από τα άτομα που επιλέγουν τα φθηνότερα αγαθά. Επομένως, το βασικό συμπέρασμα εδώ είναι ότι στο κόστος πώλησης προϊόντων και υπηρεσιών είναι ικανοποιημένοι και αυτό ίσως σημαίνει ότι υπάρχει κάποια πιθανότητα βιωσιμότητας των επιχειρήσεων, σε αυτή τη περίπτωση αν και όχι τόσο προφανής.

Πίνακας 24: Ικανοποίηση σε σχέση με το κόστος των προϊόντων και υπηρεσιών που πωλούνται

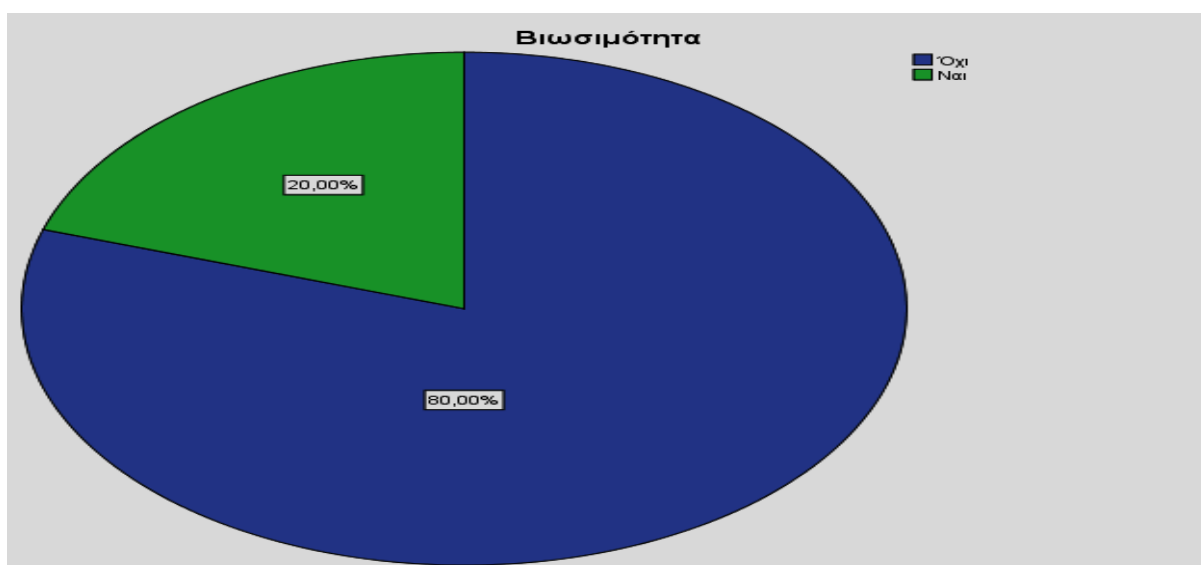
	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Χαμηλό	14	35,0	35,0
Μέτριο	15	37,5	72,5
Υψηλό	11	27,5	100,0
Σύνολο	40	100,0	

Παρόλα αυτά, δεν σημαίνει ότι τα προϊόντα και υπηρεσίες που πωλούν οι επιχειρήσεις είναι αντάξια των προτιμήσεων των πελατών τους. Έτσι, στον ακόλουθο πίνακα, φαίνεται ότι το 65% αυτών δήλωσε ότι η ποιότητα είναι εξαιρετικά κακή αλλά και αδιάφορη (μέτρια), πράγμα που στέκεται εμπόδιο στη βιωσιμότητα των ελληνικών επιχειρήσεων. Αυτό ίσως να οφείλεται στο γεγονός ότι μάλλον τα σχόλια των πελατών τους για τη ποιότητα αυτών των προϊόντων ή των υπηρεσιών έχουν επηρεάσει σημαντικά τους ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων αυτών και γι' αυτό κρίνουν ότι πράγματι αυτά που τους προσφέρονται δεν ανταποκρίνονται στις προτιμήσεις τους. Ίσως, επίσης, να θεωρούν ότι άλλοι πιθανοί ανταγωνιστές τους να παρέχουν το ίδιο προϊόν ή την υπηρεσία σε καλύτερη ποιότητα από αυτούς και γι' αυτό η κρίση τους σχετικά με τη ποιότητα να είναι κάπως αρνητικά, τουλάχιστον για τους περισσότερους ιδιοκτήτες.

Πίνακας 25: Ικανοποίηση σε σχέση με τη ποιότητα των προϊόντων και υπηρεσιών που παρέχονται στους πελάτες

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Πολύ Κακή	1	2,5	2,5
Κακή	6	15,0	17,5
Μέτρια	19	47,5	65,0
Καλή	7	17,5	82,5
Πολύ Καλή	7	17,5	100,0
Σύνολο	40	100,0	

Τέλος, σε σχέση με την άποψη των ιδιοκτητών των επιχειρήσεων για βιωσιμότητα τους, το 80% δε θεωρεί ότι η επιχείρησή τους είναι βιώσιμη και αυτό κυρίως έχει να κάνει τόσο με την οικονομική ύφεση που τις έχει φέρει σε δύσκολη κατάσταση όσο και με το ότι δεν ανταποκρίνονται με επιτυχία στην εκπλήρωση των στόχων τους. Αντίθετα, το 20% αυτών παρουσιάζεται κάπως πιο “αισιόδοξο”, δηλώνοντας ότι η βιωσιμότητα των επιχειρήσεών τους είναι εύλογη λόγω της πιθανής κερδοφορίας τους ή της καλής φήμης, πελατείας και ανταγωνιστικής θέσης που κατέχουν έναντι των άλλων επιχειρήσεων.



Διάγραμμα 16: Κυκλικό διάγραμμα για την ύπαρξη βιωσιμότητας των επιχειρήσεων

Επομένως, προκύπτει ότι οι επιχειρήσεις κατά πλειοψηφία, σύμφωνα με τα αποτελέσματα του συγκεκριμένου δείγματος, δεν χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη βιώσιμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος καθώς τα άτομα πιστεύουν ότι δεν είναι

βιώσιμες, ότι δεν είναι κοινωνικά υπεύθυνες και ότι η ποιότητα των προϊόντων και υπηρεσιών που τους παρέχονται είναι σχετικά χαμηλή. Επιπλέον, δεν αισθάνονται ικανοποιημένα με βάση το σύστημα αμοιβών τους και τον τρόπο μεταχείρισης των εργαζομένων τους.

5.7 Σχέση μεταξύ δείκτη ευτυχίας των νοικοκυριών και ποιότητας ζωής των ατόμων

Στη παρούσα υποενοότητα εξετάζεται αν υπάρχει σχέση μεταξύ του δείκτη ευτυχίας και της ποιότητας ζωής των ατόμων (ερώτηση 2.19 στο ερωτηματολόγιο) για να διαπιστωθεί αν πράγματι υπάρχει κάποια σχέση μεταξύ τους. Για να διαπιστωθεί αν υπάρχει ισχυρή ή ασθενής σχέση μεταξύ τους εξετάζεται ο συντελεστής συσχέτισης του Pearson ανάμεσα στις δύο μεταβλητές. Σε αυτή τη περίπτωση, η $H_0: r=0$ που ελέγχεται είναι αν η σημαντικότητα του συντελεστή (p -value) είναι μεγαλύτερη του 5% έναντι της $H_1: r \neq 0$ στην οποία η σημαντικότητα του συντελεστή είναι μικρότερη του 5% (p -value < 0,05). Έτσι, με βάση το πρόγραμμα SPSS, προέκυψε ότι:

Πίνακας 26: Συσχέτιση μεταξύ δείκτη ευτυχίας και ποιότητας ζωής των ατόμων

		SQ1d29	q2.19
Δείκτης	Συσχέτιση κατά Pearson	1	,760
Ευτυχίας	Σημ.		,006
	N	56	56
Ποιότητα	Συσχέτιση κατά Pearson	,760	1
ζωής	Σημ.	,006	
	N	56	56

Όπως προκύπτει, ο συντελεστής συσχέτισης είναι $r=0,76$ με p -value=0,6% άρα απορρίπτεται η H_0 και γίνεται δεκτή η εναλλακτική H_1 , άρα ο συντελεστής είναι στατιστικά σημαντικός και μάλιστα θετικός, άρα υπάρχει σημαντική θετική συσχέτιση μεταξύ του δείκτη ευτυχίας και της ποιότητας ζωής των ατόμων. Δηλαδή, όσο μεγαλύτερος είναι ο δείκτης ευτυχίας, τόσο καλύτερη εκτιμούν τα άτομα τη ποιότητα ζωής τους και το αντίστροφο. Υπάρχει δηλαδή μια άμεση σχέση μεταξύ τους η οποία δείχνει ότι

η ποιότητα ζωής τους συνεπάγεται καλύτερο επίπεδο και συνθήκες διαβίωσης, κάτι που αυξάνει σημαντικά το επίπεδο οικονομικής και κοινωνικής ευημερίας τους. Στη συγκεκριμένη περίπτωση, ο δείκτης ευτυχίας είναι σχετικά χαμηλός και άρα η πλειοψηφία των ατόμων εκτιμά τη ποιότητα ζωής ως κακή.

5.8 Σχέση μεταξύ δείκτη ευτυχίας των επιχειρήσεων και ύπαρξης βιωσιμότητας των επιχειρήσεων

Αντίστοιχα, όπως και παραπάνω, εδώ εξετάζεται η ύπαρξη συσχέτισης μεταξύ του δείκτη ευτυχίας και της βιωσιμότητας των επιχειρήσεων (ερώτηση 3.8 του ερωτηματολογίου), προκειμένου να διαπιστωθεί αν όντως η σχέση τους αυτή είναι στατιστικά σημαντική. Με τις ίδιες υποθέσεις όπως και παραπάνω, προκύπτει:

Πίνακας 27: Συσχέτιση μεταξύ του δείκτη ευτυχίας και της βιωσιμότητας των επιχειρήσεων

		Δείκτης Ευτυχίας	Βιωσιμότητα
Δείκτης Ευτυχίας	Συσχέτιση κατά Pearson	1	,612
	Σημ.		,034
	N	40	40
Βιωσιμότητα	Συσχέτιση κατά Pearson	,612	1
	Σημ.	,034	
	N	40	40

Σε αυτή τη περίπτωση, ο συντελεστής συσχέτισης είναι περίπου 0,6 με $p\text{-value}=3,4\%$ άρα αυτό δηλώνει ότι υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των δύο μεταβλητών. Η συσχέτιση βέβαια του δείκτη ευτυχίας είναι μικρότερη σε σχέση με την ποιότητα ζωής καθώς η βιωσιμότητα των επιχειρήσεων αντανακλά συνήθως έμμεσα την ευτυχία των ατόμων. Η ύπαρξη βιωσιμότητας των ελληνικών επιχειρήσεων τις ωθεί στην ανάπτυξη ενός βιώσιμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος το οποίο τις δίνει τη δυνατότητα

να προσφέρουν καλύτερα αλλά και περισσότερα προϊόντα και υπηρεσίες προς το καταναλωτικό κοινό, κάτι που ενδεχομένως αυξάνει την ευτυχία τους όσον αφορά την κατανάλωση υλικών αγαθών και υπηρεσιών και, κατ' επέκταση, του επιπέδου ευημερίας τους. Στη συγκεκριμένη περίπτωση, ο δείκτης ευτυχίας είναι σχετικά χαμηλός κατά μέσο όρο και άρα η πλειοψηφία των ατόμων εκτιμά ότι η βιωσιμότητα των επιχειρήσεων τους δεν είναι εμφανής στο άμεσο μέλλον.

6 Συζήτηση

Στη προηγούμενη ενότητα παρουσιάστηκαν τα σημαντικότερα αποτελέσματα της έρευνας σχετικά με την σχέση μεταξύ της οικονομικής ευημερίας και του δείκτη ευτυχίας ενός λαού. Από τη παραπάνω ανάλυση, προέκυψε ότι η οικονομική ευημερία έχει πράγματι σημαντική σχέση με τον δείκτη ευτυχίας των ατόμων και επιχειρήσεων που συμπεριλήφθηκαν στο δείγμα και άρα αυτό σημαίνει ότι η ευτυχία τους εξαρτάται, κατά κύριο λόγο, από την ύπαρξη οικονομικής ευημερίας, η οποία αντανακλάται τόσο στα οικονομικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά των ατόμων, καθώς και στο βιώσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα των επιχειρήσεων.

Ειδικότερα, στο πρώτο ερευνητικό ερώτημα διαπιστώθηκε ότι ο δείκτης ευτυχίας τόσο για τα νοικοκυριά όσο και για τις επιχειρήσεις στο συγκεκριμένο δείγμα έχει χαμηλή τιμή, πράγμα που αντανακλά το χαμηλό επίπεδο ευτυχίας τους. Η διαπίστωση αυτή ταιριάζει με την μελέτη που έγινε από τον ΟΟΣΑ(2013) με βάση τα αποτελέσματα για 11 διαστάσεις της ευτυχίας, όπου βρέθηκε ότι οι Έλληνες πολίτες είναι λιγότερο ευτυχισμένοι. Στο ίδιο συμπέρασμα κατέληξε και η έρευνα από την Ελληνική Στατιστική Αρχή (2014), όπου φαίνεται ότι οι Έλληνες πολίτες δεν είναι ικανοποιημένοι σε σχέση με πολλές πτυχές της ζωής τους. Τα συμπεράσματα αυτά είναι κοινά, ανεξάρτητα από τη διαφορά που υπάρχει στο μέγεθος του δείγματος, καθώς είναι δυνατόν να ειπωθεί ότι οι έλληνες πολίτες, εξαιτίας ίσως της οικονομικής ύφεσης ή και πολλών ψυχοκοινωνικών προβλημάτων που αντιμετωπίζουν, κρατούν μια επιφυλακτική στάση απέναντι στα κοινά και, προφανώς, αυτό δεν τους καθιστά με κανέναν τρόπο ευτυχείς. Η ίδια επιφυλακτική στάση εντοπίζεται και από τη πλευρά των επιχειρήσεων αναφορικά με την ύπαρξη βιωσιμότητας τους.

Επιπλέον, με βάση το δεύτερο ερευνητικό ερώτημα, προέκυψε ότι η ευημερία των 56 ατόμων-νοικοκυριών του δείγματος, η οποία αντανακλάται στα οικονομικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά τους, είναι ιδιαίτερα χαμηλή αν και υπάρχουν κάποια

χαρακτηριστικά στα οποία δε φαίνεται να υπάρχει ευκρινής μείωση της ευημερίας, όπως για παράδειγμα για το γεγονός ότι τα άτομα διαθέτουν αυτοκίνητο ή ότι ορισμένοι προτιμούν να πληρώνουν με πιστωτικές κάρτες. Για την Ελλάδα, οι συνθήκες αυτές είναι παρόμοιες όπως και στη μελέτη της Τράπεζας της Ελλάδος (2012) στην οποία βέβαια συγκαταλέγεται και η φτώχεια ως πρόβλημα που ταλανίζει τους Έλληνες πολίτες, όμως το συμπέρασμα στο οποίο καταλήγει είναι ότι τα νοικοκυριά διατρέχουν μεγάλο κίνδυνο μείωσης της ευημερίας τους η οποία αντικατοπτρίζεται κυρίως στην ανεργία και στη μείωση του διαθέσιμου εισοδήματός τους. Σε παρόμοια αποτελέσματα καταλήγουν και οι μελέτες των Βαρουφάκη, Πατώκου, Τσερκέζη και Κουτσοπέτρου (2011) και της Παγκόσμιας Τράπεζας. (2014), όπου παρατηρείται μια γενικότερη μείωση του ΑΕΠ αλλά και της οικονομικής ευημερίας των Ελλήνων.

Σε σχέση με το τρίτο ερευνητικό ερώτημα, το συμπέρασμα που προέκυψε είναι ότι οι ελληνικές επιχειρήσεις δεν χαρακτηρίζονται από βιώσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα ενώ οι ίδιοι οι ιδιοκτήτες/στελέχη δήλωσαν ότι η κοινωνική τους ευθύνη είναι ιδιαίτερα υψηλή. Επίσης, δε κρίνουν δίκαιο το σύστημα αμοιβών τους ενώ η ποιότητα των αγαθών και υπηρεσιών που πωλούν δεν είναι ιδιαίτερα επιθυμητή. Αυτό δεν ανταποκρίνεται εν μέρει στον ορισμό που δίνει για το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα οι Clulowetal. (2003) αφού οι ελληνικές επιχειρήσεις κρίνονται ότι δεν μπορούν να εφαρμόσουν έναν αποτελεσματικό στρατηγικό σχεδιασμό για μια κοινωνικά υπεύθυνη στάση απέναντι στο κοινωνικό περιβάλλον. Αυτό προκύπτει και από το γεγονός ότι το σύστημα αμοιβών τους δεν θεωρείται δίκαιο και έτσι υπάρχει διάσταση στις σχέσεις τους με τους καταναλωτές, τους πελάτες, τους προμηθευτές, κλπ. Επιπλέον, η συμμετοχή των εργαζομένων στη διαδικασία λήψης αποφάσεων δεν θεωρείται ότι είναι σημαντική και άρα αυτό χαρακτηρίζει τον τρόπο ηγεσίας των επιχειρήσεων στην Ελλάδα ως αυταρχικό παρά δημοκρατικό, τα οποία αναφέρονται και στα βιβλία Managementτων Μπουραντά (1998), Αμοργιάνου (2010) και Warrick (1981). Άρα, εδώ ίσως χρειάζεται να γίνει κάποιος μετασχηματισμός των ελληνικών επιχειρήσεων, όπως προτείνουν οι Govindarajan & Trimble (2005) και Chesbrough (2003) σχετικά με την καινοτομία τους σε πολλούς τομείς, από την αλλαγή της στάσης τους απέναντι στους εργαζόμενους μέχρι την εφαρμογή στρατηγικών διαφοροποίησης των προϊόντων και των υπηρεσιών που παράγουν.

Επίσης, στο τέταρτο ερευνητικό ερώτημα προκύπτει η σημαντική σχέση που υπάρχει ανάμεσα στον δείκτη ευτυχίας και στην ποιότητα ζωής των ατόμων. Η συμπερίληψη της μεταβλητής αυτής ήταν απαραίτητη καθώς οι διάφοροι δείκτες ευτυχίας

που έχουν χρησιμοποιηθεί εκτενώς στην διεθνή βιβλιογραφία περιλαμβάνουν, ουσιαστικά, το επίπεδο διαβίωσης των ανθρώπων ή το επίπεδο διαβίωσης σε μία χώρα. Έτσι, ο δείκτης ευτυχίας ο οποίος προέκυψε με βάση το εν λόγω ερωτηματολόγιο, αν και δεν είναι γενικός, παρουσιάζει κάποιες σημαντικές ομοιότητες με τον Δείκτη Ευτυχίας του Πλανήτη (HPI) αλλά και με τον Δείκτη Ανθρώπινης Ανάπτυξης (HDI), οι οποίοι μετρούν την ανθρώπινη ευημερία από πολλές πτυχές της κοινωνικής ζωής, συμπεριλαμβανομένων και των περιβαλλοντικών επιπτώσεων, όπως αναφέρονται στις μελέτες της Παγκόσμιας Τράπεζας (2014) και του NewEconomicsFoundation (NEF, 2006).

Τέλος, στο πέμπτο ερευνητικό ερώτημα διαπιστώθηκε επίσης μια κάπως σημαντική σχέση μεταξύ του δείκτη ευτυχίας και της οικονομικής ευημερίας από τη σκοπιά της ανάπτυξης βιώσιμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος στις ελληνικές επιχειρήσεις. Αν και αυτό διακρίνεται έμμεσα και όχι άμεσα από το Διεθνές Συνέδριο του Ρίο ντε Τζανέιρο στη Βραζιλία (1992) σχετικά με τους πυλώνες βιώσιμης ανάπτυξης, είναι φανερό ότι το βιώσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα δεν μπορεί να υφίσταται άμα οι επιχειρήσεις δεν είναι βιώσιμες ή δεν προσφέρουν ικανοποίηση τόσο στους εργαζόμενους όσο και στους πελάτες τους για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που παράγουν και με το ανάλογο κόστος τους. Έμμεσα αυτό προκύπτει στην έρευνα των Κότιος και συν. (2012) στην οποία αναφέρεται ότι οι ελληνικές επιχειρήσεις χαρακτηρίζονται από μεγάλη αβεβαιότητα και ανασφάλεια, ενώ προστίθεται επίσης και η αδυναμία χρηματοδότησης τους από τον ιδιωτικό και τον δημόσιο τομέα. Στα ίδια περίπου αποτελέσματα καταλήγει και η έρευνα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (2013) η οποία όμως θεωρεί κύρια αιτία της αβεβαιότητας των επιχειρήσεων την έλλειψη εμπιστοσύνης στο χρηματοπιστωτικό σύστημα ενώ στη παρούσα μελέτη, οι ιδιοκτήτες των συγκεκριμένων επιχειρήσεων ερωτήθηκαν σχετικά με την άποψη της βιωσιμότητας των επιχειρήσεων τους, άρα εδώ η αιτία είναι η ισχυρή κριτική που ασκούν αλλά και που ενδεχομένως δέχονται από καταναλωτές και πελάτες λόγω της μη ικανοποίησης τους από τις υπηρεσίες τους αλλά και από το χαμηλό επίπεδο εισοδήματος τους και ευημερίας τους.

7 Συμπεράσματα

7.1 Γενικά

Από την παραπάνω ανάλυση, το γενικότερο συμπέρασμα που προκύπτει είναι ότι δεν είναι μύθος η ύπαρξη σχέσης μεταξύ οικονομικής ευημερίας και δείκτη ευτυχίας αλλά οι δύο έννοιες σχετίζονται στενά μεταξύ τους και μερικές φορές η μία αποτελεί υποσύνολο της άλλης. Δηλαδή, η οικονομική ευημερία σε ένα άτομο δεν νοείται χωρίς την ίδια την ευτυχία του, όπως επίσης και ότι η ευτυχία ενός ατόμου περνάει, χωρίς αμφιβολία, μέσα από το επίπεδο οικονομικής ευημερίας του, είτε αυτό έχει να κάνει με τη προσωπική και κοινωνική του ζωή είτε έχει να κάνει με την ικανοποίηση που νιώθει ως εργαζόμενο σε μια επιχείρηση, στην οποία αποκτά εμπειρίες και βιώματα που το κάνουν να σχηματίζει μια πιο ολοκληρωμένη άποψη σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο η επιχείρηση του μεταχειρίζεται τους εργαζομένους της. Για την παρουσίαση και διαπίστωση αυτών των αποτελεσμάτων, έγινε μία εκτενής βιβλιογραφική επισκόπηση στα θέματα που σχετίζονται με τις θεωρητικές προσεγγίσεις της οικονομικής ευημερίας, καθώς και στη μέτρηση του Δείκτη Ευτυχίας από διεθνείς επίσημους οργανισμούς οι οποίοι συμπεριλαμβάνουν κάθε τόσο διάφορες μεταβλητές και υπομεταβλητές για να παρακολουθούν την εξέλιξη του. Επίσης, έγινε και μια αναφορά στα ελληνικά δεδομένα, κυρίως στην εποχή της κρίσης στη μέτρηση του επιπέδου ευτυχίας και ευημερίας των ελλήνων. Τέλος, όσον αφορά το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα των επιχειρήσεων, έγινε μια συζήτηση σχετικά με το πως οι επιχειρήσεις θεωρούνται ως βιώσιμες και τότε και με ποιους τρόπους δύναται να αναπτύξουν ένα αποτελεσματικό και βιώσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, δίνοντας έμφαση στην έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, στα μοντέλα ηγεσίας και στο πως μπορούν να μετασχηματίσουν το πρότυπο τους μέσα από την καινοτομία σε όλους τους τομείς.

7.2 Προτάσεις για πρακτική εφαρμογή των αποτελεσμάτων

Τα παραπάνω αποτελέσματα, αν και δεν κρίνεται ασφαλώς η δυνατότητα περί καθολικής εφαρμογής τους, θα μπορούσαν, ωστόσο, να έχουν κάποια πρακτική σημασία, τόσο στη περίπτωση της Ελλάδας όσο και σε άλλες χώρες. Λαμβάνοντας υπόψη ότι το μέγεθος του δείγματος ήταν σχετικά μικρό, θα μπορούσε να ειπωθεί ότι η οικονομική ευημερία των ατόμων παίζει πράγματι μεγάλο ρόλο στην διαμόρφωση της ευτυχίας τους αλλά ίσως οι προτιμήσεις τους να παίζουν επίσης μεγάλο ρόλο στο πόσο ευημερείς είναι.

Δηλαδή, μπορεί οι ίδιες οι προτιμήσεις τους να μην ταιριάζουν στην παρούσα κατάσταση στην οποία βρίσκονται, με αποτέλεσμα να κρίνουν θετικά ή αρνητικά τόσο τη κοινωνική ζωή τους όσο και τις επιχειρήσεις στην Ελλάδα, αν έχουν μάθει να ζουν στη πολυτέλεια και την ευκατάστατη ζωή ή αν έχουν συνηθίσει στην σκληρή βιοπάλη.

Επιπλέον, ακόμα και αν έχουν χαμηλό επίπεδο οικονομικής ευημερίας, θα πρέπει είτε να προσαρμοστούν σε αυτό είτε να αντιμετωπίσουν τα προβλήματα τα οποία υφίστανται με τα διαθέσιμα μέσα που έχουν, χωρίς να περιμένουν το πότε η κυβέρνηση θα λάβει μέτρα κατά της ανθρωπιστικής κρίσης, όπως συμβαίνει σήμερα. Κι αυτό διότι η ίδια η ευημερία ενός ανθρώπου δεν εξαρτάται μόνο από εξωγενείς παράγοντες που πρέπει να δημιουργήσουν ένα ευνοϊκό κλίμα αλλά και από ενδογενείς, όπως η θέληση για την επίτευξη υψηλότερου επιπέδου ευτυχίας, ο μόχθος, η συνεχής πληροφόρηση και ενημέρωση σχετικά με τα υφιστάμενα προβλήματα ούτως ώστε να τα αντιμετωπίσουν προτού αυτά "βλαστήσουν" και οξυνθούν και, τέλος, να κάνουν κάποιες σημαντικές υποχωρήσεις, όπως για παράδειγμα, στις σχέσεις τους με τους ανθρώπους αλλά και με τα μέλη της οικογένειας, ακόμα και με τους συναδέλφους τους στη δουλειά εφόσον εργάζονται, διότι αυτό που είναι σημαντικό να τονισθεί είναι η ψυχική και κοινωνική επαφή με τα άλλα άτομα της κοινωνίας καθώς αποτελεί βασικό παράγοντα τόνωσης του ηθικού και της ψυχικής ευεξίας τους, πράγμα που τους βοηθάει να βλέπουν πράγματα από μια διαφορετική σκοπιά και, με αυτόν τον τρόπο, να αφοσιωθούν αποκλειστικά στην επίλυση των προβλημάτων τους με βάση τις δικές τους δυνάμεις.

7.3 Περιορισμοί της έρευνας

Όπως συμβαίνει σε κάθε έρευνα που διεξάγεται με σκοπό να καταλήξει σε ορισμένα συμπεράσματα σε σχέση με ένα φυσικό ή κοινωνικό φαινόμενο, έτσι και σε αυτή την έρευνα υπάρχουν σημαντικοί περιορισμοί οι οποίοι αξίζει να τονιστούν. Πρώτα απ' όλα, όπως έχει ήδη καταστεί σαφές από το κεφάλαιο της μεθοδολογίας, ο βασικός περιορισμός της έρευνας είναι το μέγεθος του δείγματος το οποίο είναι ουσιαστικά μικρό καθώς θα μπορούσε να συμπεριλάβει περισσότερα νοικοκυριά στην έρευνα. Αυτό όμως δεν πραγματοποιήθηκε διότι πολλά νοικοκυριά και επιχειρήσεις στον Δήμο Αθηναίων δήλωσαν ότι δεν επιθυμούν να συμμετάσχουν στην έρευνα επειδή δεν ήθελαν να αποκαλύψουν δικά τους στοιχεία ή επειδή συγκεκριμένα άτομα αδυνατούσαν να συμμετάσχουν λόγω αυξημένων καθημερινών υποχρεώσεων. Βέβαια, θα μπορούσε η

έρευνα να γίνει και σε άλλες συνοικίες της Αθήνας, ακόμα και σε άλλες πόλεις όμως αυτό θα συνεπαγόταν ένα αυξημένο κόστος της έρευνας.

Επίσης, ένας σημαντικός περιορισμός είναι ότι η έρευνα θα μπορούσε να συμπεριλάβει ένα μεγάλο πλήθος διαστάσεων της ευτυχίας, όπως π.χ. εκπαίδευση, υγεία, συμμετοχή στα κοινά, περιβάλλον, πολιτιστικές δραστηριότητες, ψυχαγωγία, αθλητισμός, κλπ αλλά εδώ συμπεριλήφθηκαν μόνο πτυχές της προσωπικής και της επαγγελματικής ζωής ή μόνο ορισμένα τμήματα των παραπάνω πτυχών για τις οποίες δεν έγινε ιδιαίτερη ανάλυση. Ο λόγος για τον οποίο δεν έγινε μια τέτοια ανάλυση είναι, αφενός για τον παράγοντα του κόστους και, αφετέρου, για να μην συμπεριληφθούν περισσότερες ερωτήσεις από αυτές που ήδη συμπεριλήφθηκαν στο ερωτηματολόγιο, καθώς θα ήταν ιδιαίτερα κουραστικό σε ανάλυση, τόσο για τον ερευνητή όσο και για τον ερωτώμενο.

Τέλος, στο δείγμα περιλήφθηκαν μόνο έλληνες πολίτες και όχι πολίτες που προέρχονται από άλλες χώρες και μένουν, είτε μόνιμα είτε προσωρινά στην Ελλάδα. Κι αυτό γιατί η μελέτη αυτή εστίασε μόνο στην οικονομική ευημερία των ελλήνων για να διαπιστωθεί η σχέση μεταξύ της ευημερίας αυτής και του δείκτη ευτυχίας τους.

7.4 Προτάσεις για μελλοντική έρευνα

Επειδή η παρούσα έρευνα χαρακτηρίζεται από μερικές αδυναμίες, όπως και κάθε έρευνα που γίνεται σε όλες τις επιστήμες, κρίνεται σκόπιμο να διατυπωθούν ορισμένες προτάσεις οι οποίες θα είναι χρήσιμες για μελλοντική έρευνα πάνω στο ίδιο ή σε παρεμφερές θέμα. Κατ' αρχάς, μελλοντικές έρευνες θα μπορούσαν να συμπεριλάβουν ακόμα μεγαλύτερο δείγμα ατόμων, είτε οι έρευνες αυτές αφορούν την Ελλάδα ή άλλες χώρες ή, ενδεχομένως, και μία κοινωνική ομάδα. Θα πρέπει επίσης να γίνει πολύ προσεκτική σύνταξη και δομή των ερωτηματολογίων, ούτως ώστε να παρακινούν περισσότερα άτομα να συμμετέχουν στην έρευνα.

Επιπλέον, οι έρευνες θα μπορούσαν να γίνουν πάνω στο ίδιο θέμα, χρησιμοποιώντας, αντί ανάλυση μέσω ερωτηματολογίων, επίσημα στατιστικά στοιχεία που αφορούν τον Δείκτη Ευτυχίας του Πλανήτη, καθώς και άλλους συναφείς δείκτες που σχετίζονται με την ανθρώπινη ανάπτυξη, ακόμα και επιχειρηματικούς δείκτες που αφορούν την εξέλιξη και τη πορεία των ελληνικών επιχειρήσεων. Παρά το γεγονός ότι ακόμα και οι δείκτες αυτοί χαρακτηρίζονται από σημαντικές αδυναμίες, εντούτοις αποτελούν αξιόπιστη

πηγή δεδομένων περιλαμβάνοντας ένα ευρύ φάσμα μεταβλητών οι οποίες αντανακλώνται σε όλες τις πτυχές της ανθρώπινης ζωής.

Επίσης, μελλοντικές έρευνες θα μπορούσαν να συμπεριλάβουν, όχι μόνο πολίτες μίας εθνικότητας αλλά και με δύο ή και περισσότερες, διεξάγοντας, για παράδειγμα, εμπειρικές μελέτες για την σχέση μεταξύ οικονομικής ευημερίας με τον δείκτη ευτυχίας ενός λαού, ο οποίος χαρακτηρίζεται από πολυπολιτισμικότητα, με στόχο την μέτρηση της ευημερίας τους και κατά πόσο το επίπεδο της ευημερίας αυτής διαφέρει μεταξύ αυτών των εθνικοτήτων.

Τέλος, αξίζει να τονιστεί ότι θα μπορούσαν να συμπεριληφθούν ακόμη και στοιχεία που αφορούν διάφορες κοινωνιολογικές και ψυχολογικές έρευνες, όσον αφορά τις σχέσεις που έχουν οι άνθρωποι με τον κοινωνικό τους περίγυρο όσο και την αντίδραση που αυτή προβάλλουν στις σχέσεις αυτές, καθώς αυτό αποτελεί ισχυρή ένδειξη ότι οι άνθρωποι πράγματι συμπεριφέρονται με έναν συγκεκριμένο τρόπο και άρα, θα πρέπει να συμπεριληφθεί στην έρευνα, κατά τη διαδικασία της εμπειρικής ανάλυσης.

Βιβλιογραφία

Ξενόγλωσση

Andersen, E. (2004). *The Process of Creative Destruction: From Vision to Measurement and Evolutionary Exploration*. Ανάκτηση Μάρτιος 15, 2015, από http://www.druid.dk/uploads/tx_picturedb/ds2004-1405.pdf

Bass, B., & Riggio, R. (2005). *Transformational Leadership*. Psychological Press.

Basu, K., & Palazzo, G. (2008). Corporate social responsibility: A process model of sensemarking. *Academy of Management Review*, 33, σσ. 122-136.

Bergson, A. (1954). On the concept of social welfare. *Quarterly Journal of Economics*, 68, σσ. 232-252.

Bloomberg. (2009). *Financial Conditions Watch*. Ανάκτηση Ιανουάριος 16, 2015, από http://www.ssc.wisc.edu/~mchinn/fcw_sep112009.pdf

Broadway, R., & Niel, B. (1991). *Welfare Economics* (1η εκδ.). Wiley-Blackwell.

Carroll, A., & Shabana, K. (2010). The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice. *International Journal of Management Reviews*, σσ. 85-105.

Charan, R., & Lafley, A. (2008). *The Game Changer: How you can drive revenue and profit growth with innovation*. Crown Publishing Group.

Chesbrough, H. (2003). *The era of open innovation*. Ανάκτηση Μάρτιος 14, 2015, από <http://sloanreview.mit.edu/article/the-era-of-open-innovation/>

Chi Lin, A. (1998). Bridging Positivist and Interpretivist Approaches to Qualitative Methods. *Policy Studies Journal*, 26 (1), pp. 162-180.

Christensen, C., Anthony, S., & Roth, E. (2004). *Seeing what's next: using the theories of innovation to predict industry change*. Harvard Business School.

Clulow, V., Gerstman, J., & Barry, C. (2003). The resource-based view and sustainable competitive advantage: the case of a financial services firm. *J. Eur. Ind. Train*, 27 (5), σσ. 220-232.

Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2000). *Research Methods in Education* (5th ed.). London: New York: Routledge Falmer.

D'Amato, A., Henderson, S., & Florence, S. (2009). *Corporate Social Responsibility and Sustainable Business*. Ανάκτηση Μάρτιος 14, 2015, από <http://www.ccl.org/Leadership/pdf/research/CorporateSocialResponsibility.pdf>

Dardi, M. (2008). *Marshall, welfare and industrial progress, or: the 'utilitarian' meets the 'evolver'*. Ανάκτηση Ιανουάριος 18, 2015, από <http://www.ier.hit-u.ac.jp/~nisizawa/marco%20dardi.pdf>

Demetrescu, M. (1983). *Mecanisme decizionale în marketing*. Editura Politică.

Eatwell, J., Milgate, M., & Newman, P. (1987). *Welfare Economics*. Ανάκτηση Ιανουάριος 15, 2015, από http://www.econ.brown.edu/fac/Allan_Feldman/AMF%20Significant%20Published%20Papers/Welfare%20Economics%201987.pdf

Federal Institute for Population Research. (2014). *Germany on Place Five in International Development Ranking*. Ανάκτηση Ιανουάριος 2015, από http://www.bib-demografie.de/SharedDocs/Meldungen/EN/TopThema/2014_03_31_hdi_development.html

Flanagan, W., & Smith, J. (2006). *Creating Competitive Advantage: Give Customers a Reason to Choose You Over Your Competitors*. Crown Business.

Gill, J., & Johnson, P. (2007). *Research Methods for Managers*. Sage.

Goleman, D., Boyatzis, R., & McKee, A. (2002). *Ο νέος ηγέτης*. Ελληνικά Γράμματα.

Gorard, S. (2003). *Quantitative Methods in Social Science*. London: New York: Continuum.

Govindarajan, V., & Trimble, C. (2005). *10 Rules for strategic innovators: from idea to execution*. Harvard Business School Press.

Happy Planet Index. (2012). *United States: 114th Out of 143 on the Happy Planet Index*. Ανάκτηση Ιανουάριος 15, 2015, από <http://www.happyplanetindex.org/data/>

Heath, R. (2004). *Encyclopedia of Public Relations*. SAGE Publications.

Helliwell, J., Layard, R., & Sachs, J. (2013). *World Happiness Report*. Ανάκτηση Ιανουάριος 16, 2015, από http://unsdsn.org/wp-content/uploads/2014/02/WorldHappinessReport2013_online.pdf

Hughes, J., & Sharrock, W. (1997). *The Philosophy of Social Research* (3rd ed.). Pearson: Essex.

Human Development Report. (2013). *Greece HDI values and rank changes in the 2013 Human Development Report*. Ανάκτηση Ιανουάριος 17, 2015, από <http://hdr.undp.org/sites/default/files/Country-Profiles/GRC.pdf>

Ihlen, O. (2005). The power of social capital: Adapting Bourdieu to the study of public relations. *Public Relations Review*, 31 (4), σσ. 492-496.

Jafri, S., Ismail, K., Khurram, W., & Soehod, K. (2014). Impact of Social Capital and Firms' Innovative Capability on Sustainable Growth of Women Owned Technoprisers (SMEs): A Study in Malaysia. *World Applied Sciences Journal*, 29 (10), σσ. 1282-1290.

Johansson, P. (1991). *An Introduction to Modern Welfare Economics*. Cambridge University Press.

Kaldor, N. (1939). Welfare propositions of economics and interpersonal comparisons of utility. *Economic Journal*, 49, σσ. 549-552.

Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Corporate social responsibility*. John Wiley & Sons.

Krugman, P., & Wells, R. (2012). *Macroeconomics* (3η εκδ.). Worth Publishers.

Kumar, R. (2005). *Research Methodology: A Step-by-Step Guide for Beginners*. London: Sage.

Lange, O. (1942). The foundations of welfare economics. *Econometrica*, 10, σσ. 215-228.

Levy, P., & Lemeshow, S. (2008). *Sampling of Populations: Methods and Applications* (4th εκδ.). Wiley.

Lovegrove, H. (2010). *Inspirational Leadership* (1η εκδ.). Linchpin-Books.

Lussier, R., & Achua, C. (2015). *Leadership: Theory, Application, & Skill Development* (6th ed.). Cengage Learning.

Mahon, J., & McGowan, R. (1991). Searching for the common good: A proces-oriented approach. *Business Horizons*, 34 (4), σσ. 79-86.

Mankiw, G. (2011). *Principles of Economics* (6ηεκδ.). 2011: Cengage Learning.

McGregor, J. (2009). *Smart Management for tough times: Breakthrough management ideas for a world in which the game will never be the same*. Ανάκτηση Μάρτιος 15, 2015, από <http://www.bloomberg.com/bw/stories/2009-03-11/smart-management-for-tough-times>

McKee, A., Boyatzis, R., & Johnston, F. (2008). *Becoming a resonant leader: Develop your emotional intelligence, renew your relationships, sustain your effectiveness*. Harvard Business Press.

NEF. (2006). *The Happy Planet Index*. Ανάκτηση Ιανουάριος 16, 2015, από http://www.nuigalway.ie/dern/documents/nef_report.pdf

Neumayer, E. (2001). The human development index and sustainability — a constructive proposal. *Ecological Economics*, 39, σσ. 101-114.

Nicholas, T. (2003). *Why Schumpeter was Right: Innovation, Market Power, and Creative Destruction in 1920s America*. Ανάκτηση Μάρτιος 16, 2015, από <http://www.people.hbs.edu/tnicholas/JEH03.pdf>

OECD. (2013). *OECD Better Life Index*. Ανάκτηση Ιανουάριος 17, 2015, από <http://www.oecd.org/newsroom/BLI2013-Country-Notes.pdf>

Otto, E. (1998). Corporate growth opportunities and capital structure of emerging firms: Theory and empirical evidence. *Dissertation Abstracts International*, 59 (4).

Pareto, V. (2014). The New Theories of Economics. *The Journal of Political Economy*, 5 (4), σσ. 485-502.

Porter, M. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance* (1st ed.). Free Press.

Punch, K. (1998). *Introduction to Social Research: Quantitative and Qualitative Approaches*. London: Sage.

Sharma, K., & Jain, S. (2013). *Leadership Management: Principles, Models and Theories*. Retrieved Δεκέμβριος 1, 2014, from http://www.ripublication.com/gjmbs_spl/gjmbsv3n3spl_14.pdf

Smith, N. (2003). Corporate social responsibility: Whether or how? *California Management Review*, 45 (4), σσ. 52-76.

Statistics Canada. (2014). *The World Bank International Comparison Program for purchasing power: Overall ranking of countries, 2011*. Ανάκτηση Ιανουάριος 15, 2015, από <http://www.statcan.gc.ca/daily-quotidien/140509/dq140509b-eng.htm>

Sumner, J. (1996). *Welfare, Happiness and Ethics*. Ανάκτηση Μάρτιος 16, 2015, από <http://www.colorado.edu/philosophy/heathwood/pdf/sumner.pdf>

United Nations Conference on Environment & Development. (1992). *Rio de Janeiro, Brazil, 3 to 14 June 1992, Agenda 21*. Ανάκτηση Μάρτιος 14, 2015, από <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/Agenda21.pdf>

Warrick, D. (1981). Leadership Styles and Their Consequences. *Journal of Experiential Learning and Simulation*, 3 (4), σσ. 155-172.

World Bank. (2014). *GDP (current US\$)*. Ανάκτηση Ιανουάριος 17, 2015, από <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD/countries/GR-FR-IT?display=graph>

World Bank. (2014). *World Development Indicators*. Ανάκτηση Ιανουάριος 18, 2015, από <http://data.worldbank.org/sites/default/files/wdi-2014-book.pdf>

WWF. (2012). *Living Planet Report*. Ανάκτηση Ιανουάριος 16, 2015, από http://www.wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/WWF_LPR_2012.pdf

Ελληνόγλωσση

Ecognomy. (2013). *Νευροψυχολογία καταναλωτή και καμπύλες αδιαφορίας*. Ανάκτηση Ιανουάριος 15, 2015, από <http://ecognomy.blogspot.gr/2013/04/k.html>

Musgrave R., & Musgrave P. (1983). *Δημόσια οικονομική στη θεωρία και πράξη*. Εκδόσεις Παπαζήση.

Αθανασίου, Ε. (2003). *Στολ ηγεσίας και η συγκριτική τους ανάλυση με βάση τη θεωρία της συναισθηματικής νοημοσύνης και τη συναλλακτική ανάλυση*. Ανάκτηση Δεκέμβριος 1, 2014, από <http://digilib.lib.unipi.gr/dspace/bitstream/unipi/440/1/DT2005-0207.pdf>

Αμοργιανός, Π. (2010). *Συναισθηματική Νοημοσύνη & Ηγεσία*. Ανάκτηση Δεκέμβριος 1, 2014, από <http://digilib.lib.unipi.gr/dspace/bitstream/unipi/3613/1/Amorgianos.pdf>

Βαρουφάκης, Γ., Πατώκος, Τ., Τσερκέζης, Λ., & Κουτσοπέτρος, Χ. (2011). *Η οικονομική κρίση στην Ελλάδα και την Ευρώπη το 2011*. Ανάκτηση Ιανουάριος 16, 2015, από <http://www.inegsee.gr/wp-content/uploads/2014/04/files/study-17.pdf>

Γεωργακόπουλος, Θ. (2012). *Εισαγωγή στη δημόσια οικονομική*. Μπένου Ε.

ΕΛ.ΣΤΑΤ. (2014). *Ερευνα Εισοδήματος και Συνθηκών Διαβίωσης Έτους 2013*. Ανάκτηση Ιανουάριος 17, 2015, από http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/BUCKET/A0802/PressReleases/A0802_SFA10_DT_AN_00_2013_13_F_GR.pdf

Ευρωπαϊκή Επιτροπή. (2013). *Η οικονομική και νομισματική ένωση και το ευρώ*. Ανάκτηση Ιανουάριος 17, 2015, από http://europa.eu/pol/emu/flipbook/el/files/na7012001elc_002.pdf

Καράγιωργας, Δ. (1981). *Δημόσια Οικονομική Ι: Οι οικονομικές λειτουργίες του κράτους*. Εκδόσεις Παπαζήση.

Κότιος, Α., Γαλανός, Α., & Ρουκανάς, Σ. (2012). *Η Ελληνική Κρίση και η Κρίση του Συστήματος Διακυβέρνησης της Ευρωζώνης*. Ανάκτηση Ιανουάριος 16, 2015, από http://www.prd.uth.gr/uploads/discussion_papers/2012/uth-prd-dp-2012-01_gr.pdf

Μπουραντάς, Δ. (1998). *Ηγεσία. Ο δρόμος της διαρκούς επιτυχίας*. Κριτική.

Ξίαρχος, Σ. (1994). *Δημόσια Οικονομική*. University Studio Press.

Τράπεζα της Ελλάδος. (2012). *Κοινωνική Πολιτική και Κοινωνική Συνοχή στην Ελλάδα σε Συνθήκες Οικονομικής Κρίσης*. Ανάκτηση Ιανουάριος 17, 2015, από <http://www.bankofgreece.gr/BogEkdoseis/%CE%9A%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CE%A0%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CE%BA%CE%B1%CE%B9%CE%9A%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CE%A3%CF%85%CE%BD%CE%BF%CF%87%CE%AE.p>

Χατζόγλου, Ν. (2010). *Μορφές Ηγεσίας στο σύγχρονο Project Management*. Ανάκτηση
Δεκέμβριος 1, 2014, από
<https://dspace.lib.uom.gr/bitstream/2159/14111/1/Chatzoglou+Project+Final.pdf>

Παράρτημα

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΓΙΑ ΤΑ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΑ

ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ – ΜΕΤΡΗΣΗ ΤΟΥ ΔΕΙΚΤΗ ΕΥΤΥΧΙΑΣ

1. Παρακαλώ σημειώστε το βαθμό στον οποίο ισχύουν οι παρακάτω προτάσεις:

	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Διαφωνώ ελάχιστα	Συμφωνώ ελάχιστα	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
1. Δεν αισθάνομαι ιδιαίτερα ικανοποιημένος/η με τον τρόπο που είμαι	1	2	3	4	5	6
2. Ενδιαφέρομαι πολύ για τους άλλους ανθρώπους	1	2	3	4	5	6
3. Αισθάνομαι ότι η ζωή με ανταμείβει.	1	2	3	4	5	6
4. Έχω πολύ θερμά αισθήματα απέναντι σε άλλους τους άλλους.	1	2	3	4	5	6
5. Σπάνια μου συμβαίνει να ξυπνάω και να νιώθω κουρασμένος/η	1	2	3	4	5	6
6. Δεν είμαι ιδιαίτερα αισιόδοξος/η για το μέλλον.	1	2	3	4	5	6
7. Θεωρώ ότι τα περισσότερα πράγματα είναι διασκεδαστικά.	1	2	3	4	5	6
8. Είμαι πάντα αφοσιωμένος/η και συμμετέχω παντού.	1	2	3	4	5	6
9. Η ζωή είναι ωραία.	1	2	3	4	5	6
10. Δεν νομίζω ότι ο κόσμος είναι καλός.	1	2	3	4	5	6
11. Γελάω πολύ.	1	2	3	4	5	6
12. Είμαι ικανοποιημένος/η με τα πάντα στη ζωή μου.	1	2	3	4	5	6
13. Δεν νομίζω ότι νιώθω ελκυστικός/ή προς τους άλλους	1	2	3	4	5	6
14. Υπάρχει ένα χάσμα ανάμεσα σε αυτό που θα ήθελα να κάνω και σε αυτό που έχω κάνει.	1	2	3	4	5	6
15. Είμαι πολύ χαρούμενος/η.	1	2	3	4	5	6
16. Βρίσκω μια ομορφιά σε μερικά πράγματα.	1	2	3	4	5	6
17. Πάντα έχω μια χαρούμενη επίδραση στους άλλους.	1	2	3	4	5	6
18. Μπορώ να βρω εύκολα χρόνο για ο,τιδήποτε θέλω να κάνω.	1	2	3	4	5	6
19. Αισθάνομαι ότι δεν ελέγχω ιδιαίτερα την	1	2	3	4	5	6

προσωπική μου ζωή.						
20. Νιώθω ότι είμαι σε θέση να κάνω το καλύτερο δυνατό.	1	2	3	4	5	6
21. Βρίσκομαι σε πλήρη νοητική εγρήγορση.	1	2	3	4	5	6
22. Μου συμβαίνει συχνά να βιώνω χαρά και ευχαρίστηση.	1	2	3	4	5	6
23. Δε θεωρώ εύκολο το να παίρνω αποφάσεις.	1	2	3	4	5	6
24. Δεν έχω κάποιο συγκεκριμένο σκοπό και πρόγραμμα στη ζωή μου.	1	2	3	4	5	6
25. Αισθάνομαι ότι έχω μια μεγάλη ποσότητα ενέργειας.	1	2	3	4	5	6
26. Έχω συνήθως μια καλή επιρροή στα γεγονότα.	1	2	3	4	5	6
27. Δεν διασκεδάζω με τους άλλους ανθρώπους.	1	2	3	4	5	6
28. Δεν αισθάνομαι ιδιαίτερα υγιής.	1	2	3	4	5	6
29. Δεν έχω ιδιαίτερα ευχάριστες αναμνήσεις από το παρελθόν.	1	2	3	4	5	6

ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ – ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

1. Στις αγορές σας κυρίως πληρώνετε με: (σημειώστε μία μόνο απάντηση)

- Μετρητά
 Δόσεις
 Με Κάρτες

2. Έχετε αυτοκίνητο;

- Ναι
 Όχι

3. Το σπίτι όπου κατοικείτε είναι:

- Δικό σας
 Νοικιαζόμενο

4. Πού ξοδεύετε τα περισσότερα χρήματά σας; (σημειώστε μία μόνο απάντηση)

- Ένδυση-Υπόδηση
- Διατροφή
- Διασκέδαση
- Έξοδα Παιδιών
- Έξοδα Σπιτιού
- Υγεία

5. Πόσο ελεύθερο χρόνο έχετε για τις προσωπικές σας ανάγκες; _____ ώρες/ημέρα

6. Με ποιες από τις παρακάτω δραστηριότητες ασχολείστε στον ελεύθερο χρόνο σας; (σημειώστε μόνο μία απάντηση)

- Βλέπετε τηλεόραση
- Πηγαίνετε Γυμναστήριο
- Διαβάζετε Βιβλίο
- Ψάχνετε στο Internet
- Πηγαίνετε με τους φίλους σας για καφέ, φαγητό
- Ακούτε Μουσική
- Άλλο: _____

7. Νομίζετε ότι γενικά ακολουθείτε υγιεινή διατροφή (καταναλώνετε καθημερινά: φρούτα, λαχανικά, ελαιόλαδο, γαλακτοκομικά προϊόντα, καταναλώνετε 1-2 φορές την εβδομάδα πουλερικά & ψάρια και 2-3 φορές το μήνα κόκκινο κρέας);

- Ναι
- Όχι

8. Συνηθίζετε να τρώτε εκτός οικογενειακής εστίας;

- Καθόλου
- Σπάνια
- Συχνά
- Πολύ Συχνά

9. Ανεξάρτητα από το αν τρώτε συχνά ή λιγότερο συχνά εκτός οικογενειακής εστίας, πού θα προτιμούσατε να πηγαίνετε για φαγητό;

- Πιτσαρία
- FastFood
- Εστιατόριο

Παραδοσιακό εστιατόριο

10. Πόσο συχνά πηγαίνετε διακοπές;

Καθόλου

Σπάνια

Συχνά

Πολύ Συχνά

11. Πόσο ικανοποιημένοι είστε με τις σχέσεις σας με τους άλλους ανθρώπους;

Πολύ δυσαρεστημένος

Μάλλον δυσαρεστημένος

Ούτε δυσαρεστημένος ούτε ευχαριστημένος

Μάλλον ευχαριστημένος

Πολύ ευχαριστημένος

12. Πόσοι ικανοποιημένοι είστε με τις σχέσεις σας με τα άλλα μέλη της οικογένειάς σας;

Πολύ δυσαρεστημένος

Μάλλον δυσαρεστημένος

Ούτε δυσαρεστημένος ούτε ευχαριστημένος

Μάλλον ευχαριστημένος

Πολύ ευχαριστημένος

13. Πόσο συχνά επικοινωνείτε (τηλεφωνικά ή ερχόμενοι σε επαφή) με τους φίλους/συγγενείς σας;

Κάθε μέρα

1-2 φορές την εβδομάδα

1-2 φορές τον μήνα

Μερικές φορές τον χρόνο

Πολύ σπάνια

14. Πόσο ικανοποιημένοι είστε με τις συνθήκες ασφάλειας, τις υπηρεσίες υγείας που υπάρχουν στην περιοχή σας και τα έργα υποδομής (δρόμοι, βιβλιοθήκη κλπ);

Πολύ δυσαρεστημένος

Μάλλον δυσαρεστημένος

Ούτε δυσαρεστημένος ούτε ευχαριστημένος

Μάλλον ευχαριστημένος

Πολύ ευχαριστημένος

15. Ποιο από τα παρακάτω θεωρείτε ότι είναι το μεγαλύτερο πρόβλημα που αντιμετωπίζει η περιοχή σας; (σημειώστε μία μόνο απάντηση)

- Σκουπίδια
- Χώρο στάθμευσης
- Έλλειψη χώρων ψυχαγωγίας
- Ηχορύπανση
- Άλλο

16. Ποιο από τα παρακάτω αποτελεί για εσάς πλεονέκτημα διαμονής στη περιοχή διαμονής σας; (σημειώστε μία μόνο απάντηση)

- Μεγάλη κοινωνική και πολιτιστική δραστηριότητα
- Ασφαλής Περιοχή για τα παιδιά
- Γρήγοροι ρυθμοί ζωής
- Άλλο

17. Είστε ικανοποιημένοι από τις τοπικές αρχές όπου διαμένετε;

- Ναι
- Όχι

18. Εκτός από τους γάμους, τις κηδείες και άλλα σημαντικά θρησκευτικά γεγονότα (π.χ. βαπτίσεις, Χριστούγεννα/Πάσχα ή άλλες συγκεκριμένες ιερές μέρες), κάθε πόσο συχνά παρευρίσκεστε στην εκκλησία;

- Ποτέ
- Μία φορά το χρόνο
- Μερικές φορές το χρόνο
- Μία ή δύο φορές το μήνα
- Μία φορά την εβδομάδα
- Περισσότερο από μία φορά την εβδομάδα

19. Εσείς πώς θα εκτιμούσατε τη ποιότητα ζωής σας;

- Πολύ κακή
- Κακή
- Ούτε καλή ούτε κακή
- Καλή
- Πολύ καλή

ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ – ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

1. Φύλο Άνδρας Γυναίκα

2. Ηλικία

3. Εκπαιδευτικό επίπεδο:

- Δημοτικό
- Γυμνάσιο
- Λύκειο
- Τριτοβάθμια εκπαίδευση (ΑΕΙ-ΤΕΙ)
- Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό

4. Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα (σε €):

- 0-7.000
- 7.001-14.000
- 14.001-21.000
- 21.001- 28.000
- 28.001- 42.000
- 42.001-56.000
- 56.001-70.000
- >70.000

5. Ποια είναι η οικογενειακή σας κατάσταση;

- Ανύπαντρος/η
- Παντρεμένος/η
- Χήρος/α
- Διαζευγμένος/η
- Συμβίωση

6. Από πόσα μέλη αποτελείται η οικογένεια σας; _____

7.α Έχετε παιδιά;

- Ναι
- Όχι

7.β Αν ναι, πόσα παιδιά έχετε;

Ένα

Δύο

Τρία και άνω

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ – ΜΕΤΡΗΣΗ ΤΟΥ ΔΕΙΚΤΗ ΕΥΤΥΧΙΑΣ

5. Παρακαλώ σημειώστε το βαθμό στον οποίο ισχύουν οι παρακάτω προτάσεις:

	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Διαφωνώ ελάχιστα	Συμφωνώ ελάχιστα	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
1. Δεν αισθάνομαι ιδιαίτερα ικανοποιημένος/η με τον τρόπο που είμαι	1	2	3	4	5	6
2. Ενδιαφέρομαι πολύ για τους άλλους ανθρώπους	1	2	3	4	5	6
3. Αισθάνομαι ότι η ζωή με ανταμείβει.	1	2	3	4	5	6
4. Έχω πολύ θερμά αισθήματα απέναντι σε όλους τους άλλους.	1	2	3	4	5	6
5. Πάντα μου συμβαίνει να ξυπνάω και να νιώθω κουρασμένος/η	1	2	3	4	5	6
6. Δεν είμαι ιδιαίτερα αισιόδοξος/η για το μέλλον.	1	2	3	4	5	6
7. Θεωρώ ότι τα περισσότερα πράγματα είναι διασκεδαστικά.	1	2	3	4	5	6
8. Είμαι πάντα αφοσιωμένος/η και συμμετέχω στον ανταγωνισμό.	1	2	3	4	5	6
9. Η ζωή είναι ωραία.	1	2	3	4	5	6
10. Δεν νομίζω ότι ο κόσμος είναι καλός.	1	2	3	4	5	6
11. Γελάω πολύ.	1	2	3	4	5	6
12. Είμαι ικανοποιημένος/η με τα πάντα στη ζωή μου.	1	2	3	4	5	6
13. Δεν νομίζω ότι νιώθω ελκυστικός/ή προς τους άλλους	1	2	3	4	5	6
14. Υπάρχει ένα χάσμα ανάμεσα σε αυτό που θα ήθελα να κάνω και σε αυτό που έχω κάνει.	1	2	3	4	5	6
15. Είμαι πολύ χαρούμενος/η.	1	2	3	4	5	6

6. Βρίσκω μια ομορφιά σε μερικά πράγματα.	1	2	3	4	5	6
7. Πάντα έχω μια χαρούμενη επίδραση στους άλλους.	1	2	3	4	5	6
8. Μπορώ να βρω εύκολα χρόνο για ο,τιδήποτε θέλω να κάνω.	1	2	3	4	5	6
9. Αισθάνομαι ότι δεν ελέγχω ιδιαίτερα την προσωπική μου ζωή.	1	2	3	4	5	6
10. Νιώθω ότι είμαι σε θέση να κάνω το ο,τιδήποτε.	1	2	3	4	5	6
11. Βρίσκομαι σε πλήρη νοητική εγρήγορση.	1	2	3	4	5	6
12. Μου συμβαίνει συχνά να βιώνω χαρά και αγαλλίαση.	1	2	3	4	5	6
13. Δε θεωρώ εύκολο το να παίρνω αποφάσεις.	1	2	3	4	5	6
14. Δεν έχω κάποιο συγκεκριμένο σκοπό και πρόγραμμα στη ζωή μου.	1	2	3	4	5	6
15. Αισθάνομαι ότι έχω μια μεγάλη ποσότητα ενέργειας.	1	2	3	4	5	6
16. Έχω συνήθως μια καλή επιρροή στα γεγονότα.	1	2	3	4	5	6
17. Δεν διασκεδάζω με τους άλλους ανθρώπους.	1	2	3	4	5	6
18. Δεν αισθάνομαι ιδιαίτερα υγιής.	1	2	3	4	5	6
19. Δεν έχω ιδιαίτερα ευχάριστες αναμνήσεις από το παρελθόν.	1	2	3	4	5	6

ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ – ΕΥΗΜΕΡΙΑ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

1. Πόσο ικανοποιημένος/η νιώθετε από την εργασία σας;

- Καθόλου
- Λίγο
- Μέτρια
- Πολύ
- Αρκετά

2. Κατά τη γνώμη σας, θεωρείτε ότι στην επιχείρησή σας υπάρχει δίκαιο σύστημα αμοιβών;

- Ναι
- Όχι

3. Σε τι βαθμό θεωρείτε ότι συμμετέχουν οι εργαζόμενοι-άτομα στις αποφάσεις της επιχείρησας;

- Πολύ χαμηλό
- Χαμηλό
- Μέτριο
- Υψηλό
- Πολύ υψηλό

4. Θεωρείτε ότι οι επιχειρήσεις στην Ελλάδα χαρακτηρίζονται από μεγάλη κοινωνική ευθύνη;

- Ναι
- Όχι

5. Κατά τη γνώμη σας, τα προϊόντα και/ή οι υπηρεσίες που πουλάτε τι κόστος έχουν σε σχέση με την οικονομική δυνατότητα των ιδιωτών;

- Χαμηλό
- Μέτριο
- Υψηλό

6. Πώς θα χαρακτηρίζατε τη ποιότητα των προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρονται στους πελάτες σας;

- Πολύ κακή
- Κακή
- Μέτρια
- Καλή
- Πολύ καλή

7. Κατά τη γνώμη σας, η επιχείρησή σας θα μπορούσε να χαρακτηριστεί βιώσιμη στο μέλλον;

- Ναι
- Όχι

ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ – ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

2. Φύλο Άνδρας Γυναίκα

6. Ηλικία

7. Εκπαιδευτικό επίπεδο:

- Δημοτικό

- Γυμνάσιο
- Λύκειο
- Τριτοβάθμια εκπαίδευση (ΑΕΙ-ΤΕΙ)
- Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό

8. Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα (σε €):

- 0-7.000
- 7.001-14.000
- 14.001-21.000
- 21.001- 28.000
- 28.001- 42.000
- 42.001-56.000
- 56.001-70.000
- >70.000

5. Ποια είναι η οικογενειακή σας κατάσταση;

- Ανύπαντρος/η
- Παντρεμένος/η
- Χήρος/α
- Διαζευγμένος/η
- Συμβίωση

6. Χρόνια εργασιακής εμπειρίας:.....

7.α Έχετε παιδιά;

- Ναι
- Όχι

7.β Αν ναι, πόσα παιδιά έχετε;

- Ένα
- Δύο
- Τρία και άνω