



Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας
ΔΠΜΣ Εκπαίδευση για την Αειφορία και το Περιβάλλον
Τμήμα Γεωπονίας Ιχθυοκαλλιέργειας & Υδάτινου περιβάλλοντος
Τμήμα Παιδαγωγικό Ειδικής Αγωγής

Διπλωματική εργασία
«Στρατηγικές εταιρικής κοινωνικής ευθύνης Ελληνικών
επιχειρήσεων»

Επιβλέπων καθηγητής: Ευαγγελινός Κωνσταντίνος

Συγγραφή: Κουτούπη Πολυξένη

ΑΓΜ: M031920017

ΑΜ: 00062

Βόλος, 2021

Περίληψη

Ο όρος της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης σχετίζεται με τη συνεχή δέσμευση μιας εταιρείας να συμπεριφέρεται δίκαια και υπεύθυνα απέναντι στην κοινωνία και το περιβάλλον μέσα στο οποίο λειτουργεί ενώ συμβάλλει στην οικονομική ανταγωνιστικότητα και στην συνεχή πρόοδο της. Σήμερα η εταιρική κοινωνική ευθύνη θεωρείται ένα πολύτιμο εργαλείο για τη δημιουργία ισότητας των φύλων στον χώρο εργασίας. Η ισότητα και η ποικιλομορφία στο χώρο εργασίας είναι οι κύριοι πυλώνες της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Οι εταιρείες αντιμετωπίζουν όλο και περισσότερο την ατζέντα για την ισότητα των φύλων και την εντάσσουν στα προγράμματα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, λόγω της έλλειψης ειδικευμένου εργατικού δυναμικού και της αυξημένης συμμετοχής των γυναικών στο εργατικό δυναμικό. Η συμπερίληψη της προοπτικής του φύλου στην εταιρική κοινωνική ευθύνη μπορεί να διαδραματίσει δυναμικό ρόλο στην επίτευξη της ισότητας των φύλων στον εργασιακό χώρο μέσω δραστηριοτήτων, πρωτοβουλιών, στρατηγικών και πολιτικών που παρέχουν ίση πρόσβαση στις ευκαιρίες απασχόλησης των εργαζόμενων γυναικών και παρέχουν ίση μεταχείριση σε αυτές στο χώρο εργασίας. Ανεξάρτητα από τις ισχύουσες νομικές διατάξεις, οι γυναίκες συχνά στερούνται τα θεμελιώδη δικαιώματά τους, λόγω των χαμηλόμισθων θέσεων εργασίας και αποκλείονται από τη διαδικασία λήψης αποφάσεων. Οι γυναίκες έχουν αντιμετωπίζουν διακρίσεις τόσο σε τοπικό όσο και σε κοινωνικό επίπεδο. Το γεγονός ότι οι γυναίκες εκπροσωπούνται επαρκώς στο εργατικό δυναμικό, αλλά σχεδόν δεν προάγονται στις ανώτερες διευθυντικές θέσεις έχει χαρακτηριστεί ως «γυάλινο» ταβάνι. Με τη σωστή στρατηγική εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και την ισορροπία των 2 φύλων στον εργασιακό χώρο, οι εταιρείες μπορούν να αντικατοπτρίζουν μια καλύτερη εικόνα του κοινού και της μάρκας και μπορούν να δημιουργήσουν ένα βιώσιμο εργατικό δυναμικό που θα μπορεί να επικεντρωθεί και να επενδύσει σε εξαιρετικά σύνολα επιδόσεων.

Λέξεις κλειδιά: Υπευθυνότητα, ισότητα, εργασιακό περιβάλλον, γυναίκα, απασχόληση.

Abstract

The term corporate social responsibility is related to the continuous commitment of a company to behave fairly and responsibly towards the society and the environment in which it operates while contributing to its economic competitiveness and continuous progress. Today, corporate social responsibility is considered a valuable tool for creating gender equality in the workplace. Equality and diversity in the workplace are the main pillars of corporate social responsibility. Companies are increasingly facing the gender equality agenda and incorporating it into corporate social responsibility programs, due to the lack of a skilled workforce and the increased participation of women in the workforce. Gender mainstreaming in corporate social responsibility can play a dynamic role in achieving gender equality in the workplace through activities, initiatives, strategies and policies that provide equal access to and equal treatment for working women. work. Regardless of the current legal provisions, women are often deprived of their fundamental rights due to low-paying jobs and are excluded from the decision-making process. Women have been discriminated against both locally and socially. The fact that women are adequately represented in the workforce, but hardly promoted to senior management positions, has been described as a "glass" ceiling. With the right corporate social responsibility strategy and gender balance in the workplace, companies can reflect a better image of the public and the brand and can create a sustainable workforce that can focus and invest in exceptional performance sets. .

Key words : Responsibility, equality, working environment, woman, employment.

Περιεχόμενα

Περίληψη.....	3
Abstract	4
Περιεχόμενα.....	5
Περιεχόμενα σχημάτων	6
Περιεχόμενα πινάκων	7
Περιεχόμενα διαγραμμάτων.....	8
Κεφάλαιο 1 ^ο : Εισαγωγή	9
Κεφάλαιο 2 ^ο : Βιβλιογραφική επισκόπηση	10
2.1 Η παρουσίαση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	10
2.1.1 Η παρουσίαση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στις ελληνικές επιχειρήσεις	11
2.1.2 Οι διαστάσεις της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	14
2.1.3 Ο ρόλος της επικοινωνίας	16
2.1.4 Ο λόγος των επιχειρήσεων.....	17
2.2 Η ισότητα των 2 φύλων στην αγορά εργασίας της Ευρώπης	20
2.2.1 Ο ρόλος των φορέων.....	20
2.2.2 Η συμμετοχή των γυναικών στην αγορά εργασίας.....	21
2.2.3 Η ανεργία.....	23
2.2.4 Η επισφαλής απασχόληση	25
2.2.5 Η εκπαίδευση	27
2.2.6 Ο κάθετος και ο οριζόντιος διαχωρισμός.....	28
2.2.7 Το χάσμα των μισθών μεταξύ των δύο φύλων	30
2.2.8 Η εξισορρόπηση της επαγγελματικής, της ιδιωτικής και της οικογενειακής ζωής.....	31
2.2.9 Η κοινωνική ασφάλιση και η κοινωνική προστασία	32
2.3 Οι πρωτοβουλίες, τα προγράμματα και οι πρακτικές της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	33
2.4 Η επισκόπηση του προτύπου GRI 405	41
2.4.1 Το πρότυπο GRI 405 που αφορά θέματα ποικιλομορφίας και ίσων ευκαιριών	43
2.4.2 Η ποικιλομορφία των φορέων διακυβέρνησης και των εργαζομένων.....	44
2.4.3 Η αναλογία και οι διακρίσεις του βασικού μισθού και των αμοιβών των γυναικών έναντι των ανδρών	45
Κεφάλαιο 3 ^ο : Μεθοδολογική προσέγγιση	46
3.1 Σκοπός και ερευνητικά ερωτήματα.....	46
3.2 Μεθοδολογία, δείγμα και ερευνητικό εργαλείο.....	47
Κεφάλαιο 4 ^ο : Αποτελέσματα μεθοδολογικής προσέγγισης.....	49
Κεφάλαιο 5 ^ο : Συζήτηση αποτελεσμάτων μεθοδολογικής προσέγγισης	73
Κεφάλαιο 6 ^ο : Συμπεράσματα	74
Βιβλιογραφία	75

Περιεχόμενα σχημάτων

Σχήμα 1 : Οι τύποι της κοινωνικής ευθύνης.....	15
--	----

Περιεχόμενα πινάκων

Πίνακας 1 : Η αξιολόγηση των κοινωνικών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας Attica AE ...	49
Πίνακας 2 : Η αξιολόγηση των εργασιακών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας Attica AE ..	50
Πίνακας 3 : Η αξιολόγηση των κοινωνικών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας OTE AE	52
Πίνακας 4 : Η αξιολόγηση των εργασιακών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας OTE AE	53
Πίνακας 5 : Η αξιολόγηση των κοινωνικών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας Lamda Development	55
Πίνακας 6 : Η αξιολόγηση των εργασιακών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας Lamda Development	57
Πίνακας 7 : Η αξιολόγηση των κοινωνικών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας Lidl Hellas..	58
Πίνακας 8 : Η αξιολόγηση των εργασιακών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας Lidl Hellas.	59
Πίνακας 9 : Η αξιολόγηση των κοινωνικών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας Ellaktor Group AE.....	61
Πίνακας 10 : Η αξιολόγηση των εργασιακών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας Ellaktor Group AE.....	62
Πίνακας 11 : Η αξιολόγηση των κοινωνικών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας Eurobank	64
Πίνακας 12 : Η αξιολόγηση των εργασιακών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας Eurobank	65
Πίνακας 13 : Η αξιολόγηση των κοινωνικών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας INTRASOFT International.....	67
Πίνακας 14 : Η αξιολόγηση των εργασιακών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας INTRASOFT International.....	68
Πίνακας 15 : Η αξιολόγηση των κοινωνικών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας Furlis Group of Companies	70
Πίνακας 16 : Η αξιολόγηση των εργασιακών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας Furlis Group of Companies	71

Περιεχόμενα διαγραμμάτων

Διάγραμμα 1 : Η αξιολόγηση των κοινωνικών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας Attica AE	50
Διάγραμμα 2 : Η αξιολόγηση των εργασιακών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας Attica AE	51
Διάγραμμα 3 : Η αξιολόγηση των κοινωνικών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας OTE AE	53
Διάγραμμα 4 : Η αξιολόγηση των εργασιακών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας OTE AE	54
Διάγραμμα 5 : Η αξιολόγηση των κοινωνικών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας Lamda Development	56
Διάγραμμα 6 : Η αξιολόγηση των εργασιακών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας Lamda Development	57
Διάγραμμα 7 : Η αξιολόγηση των κοινωνικών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας Lidl Hellas	59
Διάγραμμα 8 : Η αξιολόγηση των εργασιακών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας Lidl Hellas	60
Διάγραμμα 9 : Η αξιολόγηση των κοινωνικών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας Ellaktor Group AE.....	62
Διάγραμμα 10 : Η αξιολόγηση των εργασιακών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας Ellaktor Group AE.....	63
Διάγραμμα 11 : Η αξιολόγηση των κοινωνικών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας Eurobank	65
Διάγραμμα 12 : Η αξιολόγηση των εργασιακών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας Eurobank	66
Διάγραμμα 13 : Η αξιολόγηση των κοινωνικών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας INTRASOFT International.....	68
Διάγραμμα 14 : Η αξιολόγηση των εργασιακών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας INTRASOFT International.....	69
Διάγραμμα 15 : Η αξιολόγηση των κοινωνικών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας Fourlis GroupofCompanies	71
Διάγραμμα 16 : Η αξιολόγηση των εργασιακών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας Fourlis GroupofCompanies	72

Κεφάλαιο 1^ο : Εισαγωγή

Ο χώρος εργασίας έχει γίνει η αρένα στον αγώνα για την ισότητα των φύλων. Στις αναπτυσσόμενες χώρες, οι γυναίκες αντιμετωπίζουν τεράστια προβλήματα στην εξασφάλιση της απασχόλησης τους. Ακόμα και στα ανεπτυγμένα έθνη, τα προβλήματα των ανισοτήτων είναι έντονα. Σήμερα σε όλο τον κόσμο, οι γυναίκες εξακολουθούν να αντιμετωπίζουν προκλήσεις όσον αφορά την πραγματική επίτευξη της ισότητας, όπου έχουν πετύχει απίστευτο θρίαμβο στον λεγόμενο κυρίαρχο ανδρικό εργασιακό κόσμο. Υπήρξε μια αξιοσημείωτη αύξηση του αριθμού των γυναικών στο εργατικό δυναμικό με την πάροδο των ετών με παράλληλη αύξηση του αριθμού των γυναικών υψηλής εκπαίδευσης. Ωστόσο, η ανισότητα των φύλων στο χώρο εργασίας έχει δημιουργήσει προβλήματα όπως ο επαγγελματικός διαχωρισμός με βάση το φύλο, οι μισθολογικές διακρίσεις λόγω φύλου, κλπ. Όλα αυτά έχουν επηρεάσει την πρόοδο των γυναικών σε θέσεις εργασίας που πλέον αποκτούν υψηλότερη κοινωνική αναγνώριση σε σχέση με τους άνδρες.

Στην παρούσα εργασία θα γίνει μια εκτενής αναφορά στην εταιρική κοινωνική ευθύνη και στα θέματα ισότητας και ποικιλομορφίας στο χώρο εργασίας. Στο επόμενο κεφάλαιο πρόκειται να πραγματοποιηθεί μια παρουσίαση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, της ισότητας των 2 φύλων στην αγορά εργασίας της Ευρώπης, των πρωτοβουλιών, των προγραμμάτων και των πρακτικών της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, όπως επίσης θα γίνει και μια επισκόπηση στο πρότυπο που έχει θεσπιστεί για θέματα ισότητας και ποικιλομορφίας στο χώρο εργασίας όπου είναι το GRI 405. Τέλος, θα παρουσιαστούν τα στοιχεία που αντλήθηκαν από 8 εταιρείες, σύμφωνα με τις εκθέσεις βιώσιμης ανάπτυξης και κοινωνικής ευθύνης, και κατά πόσο δίνουν σημασία αυτές οι εταιρείες τόσο στις κοινωνικές όσο και στις εργασιακές διακρίσεις, με βάση το φύλο. Στην συνέχεια, θα γίνει μια σύντομη συζήτηση των αποτελεσμάτων που προήλθαν από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε και θα αναλυθούν κάποια συμπεράσματα ολόκληρης της εργασίας.

Κεφάλαιο 2^ο : Βιβλιογραφική επισκόπηση

2.1 Η παρουσίαση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι ένα από τα σημαντικότερα ζητήματα, σε μια εποχή που οι κρίσεις τόσο από οικονομικής πλευράς όσο και από κλιματικής πλευράς, αποτελούν πρόκληση. Αναφέρεται επίσης ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη καθίσταται ολοένα και πιο σημαντική για να δικαιολογήσει τις επιχειρηματικές πρακτικές στην κοινωνία και στα ενδιαφερόμενα μέρη. Ο ορισμός που δίνει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή στην έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης είναι ότι η εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι μια έννοια πολλών ενδιαφερομένων. Η διευκόλυνση του διαλόγου μεταξύ των ενδιαφερομένων είναι σημαντικό μέρος της πολιτικής της Επιτροπής για την εταιρική κοινωνική ευθύνη (vanMarrewijk, 2003).

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η πρώτη πολιτική ξεκίνησε τον Ιούνιο του 1993, ως απάντηση στα προβλήματα της ανεργίας, της αναδιάρθρωσης και του κοινωνικού αποκλεισμού. Επιπλέον, σύμφωνα με το πλαίσιο της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης για την Ανάπτυξη του Καναδά (EDC) που θεσπίστηκε την περίοδο 2003-2004, την περίοδο 2009-2010 εξετάστηκαν στρατηγικές προτεραιότητες της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης σχετικά με την αλλαγή του κλίματος, τα ανθρώπινα δικαιώματα και τη διαφάνεια, ενώ εισήχθη η διαχείριση του περιβαλλοντικού και κοινωνικού κινδύνου (Zhang, et al., 2017).

Η φύση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης παραμένει περίπλοκη. Αν και ο όρος της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης είναι παγκοσμίως γνωστός, η ποικιλομορφία σε πολιτιστικά ζητήματα, το αναπτυξιακό επίπεδο κάθε χώρας και οι προτεραιότητες σε διαφορετικές περιοχές αποτελούν τον όρο της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, η οποία προσαρμόζεται σε κάθε περίπτωση. Ωστόσο, σε όλες τις περιπτώσεις, ο όρος της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης πρέπει να περιλαμβάνει τον εθελοντικό χαρακτήρα που υποστηρίζει η εταιρική κοινωνική ευθύνη, τη σχέση αλληλεξάρτησης με την βιώσιμη ανάπτυξη και, πάνω απ' όλα, τη σημασία που δίνουν οι επιχειρήσεις όταν αποφασίζουν να ενσωματώσουν την εταιρική κοινωνική ευθύνη στη στρατηγική τους (Sroka & Szántó, 2018).

Αξίζει επίσης να σημειωθεί ότι οι σχέσεις των τριών μερών, δηλαδή των εταιρειών, της κοινωνίας και του περιβάλλοντος που συνθέτουν την εταιρική κοινωνική απόδοση (CSP), δίνουν πιο σαφή εικόνα της σχέσης μεταξύ των επιχειρήσεων και της κοινωνίας και δημιουργούν περισσότερα ερωτήματα για μελλοντική έρευνα (Guzman, et al., 2016).

2.1.1 Η παρουσίαση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στις ελληνικές επιχειρήσεις

Οι επιχειρήσεις αποδίδουν περισσότερο όταν ενσωματώνουν την εταιρική κοινωνική ευθύνη στη στρατηγική και τις λειτουργίες τους, τις οποίες δεσμεύουν, όπου όχι μόνο ακολουθούν το νομικό πλαίσιο, αλλά και κατανοούν την κοινωνική έννοια, τη βιώσιμη ανάπτυξη των επιχειρήσεων και την αύξηση της ανταγωνιστικότητας τους. Παρόλο που στο παρελθόν οι στρατηγικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης αποτελούσαν ξεχωριστό τμήμα για τις επιχειρήσεις, σήμερα αποτελούν μέρος της συνολικής επιχειρηματικής στρατηγικής, επειδή οι επιχειρήσεις έχουν αρχίσει να καταλαβαίνουν ότι η απόδοση τους συνδέεται με την πολιτική της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (Hamidu, et al., 2015).

Οι μεγάλες εταιρείες συμπεριλαμβάνουν την έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στις προσεγγίσεις τους παγκοσμίως. Η εταιρική κοινωνική ευθύνη αντιμετωπίζεται ως ηθική έννοια από τις εταιρείες, οι οποίες δείχνουν κοινωνική ευθύνη στο ευρύτερο κοινωνικό περιβάλλον. Η εταιρική κοινωνική ευθύνη δείχνει τη φύση μιας επιχείρησης, τον ρόλο που έχει στην κοινωνία και τι είδους σχέση έχει με τους ενδιαφερόμενους εσωτερικά και εξωτερικά. Η ιδέα βασίζεται πριν από τη Βιομηχανική Επανάσταση με τις επιχειρήσεις να γνωρίζουν και να προσαρμόζουν τις ενέργειες τους σύμφωνα με αυτό. Φυσικά με την πάροδο των ετών, υπήρξαν εξελίξεις στο περιεχόμενο της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης λόγω ιστορικών, πολιτιστικών, πολιτικών, οικονομικών και κοινωνικών εξελίξεων (Hishan, et al., 2017).

Οι στρατηγικές της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι περιορισμένες λόγω έλλειψης εμπειρίας, χρόνου και πόρων. Η ανάγκη για νέες προσεγγίσεις χάραξης πολιτικής είναι επιτακτική. Μία από τις κύριες προκλήσεις της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης είναι ο ορισμός της, δεδομένου ότι έχει διαφορετική

σημασία σεδιάφορες εταιρείες και οι διασυννοριακοί σύμβουλοι μπορούν να εντείνουν αυτήν την πρόκληση. Αυτός είναι και ο λόγος που οι ενέργειες που πραγματοποιούνται από μεγάλες εταιρείες δεν μπορούν να εφαρμοστούν με τον ίδιο τρόπο από μικρότερες εταιρείες (Žukauskas, et al., 2018).

Για παράδειγμα, η φιλανθρωπική οργάνωση πρέπει να αποτελεί μέρος του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος μιας εταιρείας για να λαμβάνει θετικά σχόλια. Λόγω της ευελιξίας και της λιγότερο τυποποιημένης δομής, οι μικρότερες εταιρείες προσαρμόζονται ταχύτερα. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι σε θέση να εκμεταλλευτούν ορισμένα από τα θετικά τους στοιχεία, όπως η ομαδική εργασία, η συνεργασία μεταξύ υπαλλήλων και διευθυντών, η συμμετοχή σε διαδικασίες και οι ανοιχτές γραμμές επικοινωνίας. Ένα άλλο παράδειγμα είναι ότι ο μηχανολογικός εξοπλισμός ανταποκρίνεται στις ανάγκες των μεγάλων επιχειρήσεων, χωρίς οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις να μπορούν να υιοθετούν άμεσα νέες τεχνολογίες. Επιπλέον, τα υλικά συσκευασίας, οι συμβουλευτικές υπηρεσίες, το μάρκετινγκ, τα έντυπα και οι κατάλογοι εκτύπωσης είναι ελκυστικές υπηρεσίες για μεγάλες επιχειρήσεις (Ahmadian & Khosrowpour, 2017).

Επομένως, η δυσκολία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων σε σύγκριση με τις μεγάλες επιχειρήσεις είναι ότι λόγω της έλλειψης επιχειρηματικότητας και συνεργασίας μεταξύ των οντοτήτων, αφού δεν μπορούν να λάβουν τις γνώσεις και την εμπειρία που αναπτύσσεται στον τομέα της έρευνας και της εκπαίδευσης. Παρόλο που οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις θέλουν να επεκταθούν πέρα από την τοπική αγορά και υποστηρίζονται από τους καταναλωτές, ενεργούν πιο τοπικά και περιφερειακά, έχοντας μικρή επίδραση στο εξωτερικό κυρίως με προϊόντα με Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης, λόγω του χαμηλού επιπέδου καινοτομίας και προώθησης των προϊόντων (επωνυμία, συσκευασία, κλπ) (Carroll & Shabana, 2010).

Οι συνεργασίες των εταιρειών με τμήματα βιοτεχνολογίας των πανεπιστημίων αναγνωρίζουν τα οφέλη των προϊόντων. Επίσης, η παραγωγή υποπροϊόντων για χρήση σε άλλες βιομηχανίες πραγματοποιούνται για την ευρύτερη διευκόλυνση των εταιρειών. Επιπλέον, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχουν βασιστεί οικονομικά μέσω προγραμμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την απόκτηση των απαραίτητων μηχανημάτων, τα φωτοβολταϊκά πάνελ, τις πιστοποιήσεις, αλλά δεν μπορούν να

επεκτείνουν τις ενέργειες τους σε εθνικό επίπεδο. Ωστόσο, η διαχείριση ποιότητας αποτελεί προτεραιότητα για τις περισσότερες εταιρείες. Εκτός από την αλληλεπίδραση με τους ενδιαφερόμενους, η βιομηχανία τροφίμων δίνει την προσοχή της στην ποιότητα και την ασφάλεια των τροφίμων στην αλυσίδα εφοδιασμού και στα ηθικά πρότυπα των προγραμμάτων που εφαρμόζονται (van Marrewijk, 2003).

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων σχετίζεται άμεσα με την εταιρική κοινωνική ευθύνη, προσφέροντας οφέλη σε επιχειρήσεις όπως ο τρόπος διαχείρισης κινδύνων και η εξοικονόμηση κόστους για την εταιρεία, ο τρόπος διαχείρισης των σχέσεων με τους πελάτες και των διαθέσιμων ανθρώπινων πόρων και πολλών άλλων. Πολλά άλλα οφέλη προκύπτουν επίσης κατά την εφαρμογή της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Για παράδειγμα, η εταιρική κοινωνική ευθύνη βελτιώνει την εικόνα και τη φήμη της εταιρείας τόσο στους ενδιαφερόμενους όσο και στο ευρύ κοινό, με αποτέλεσμα την αύξηση των πωλήσεων και την απόκτηση μεγαλύτερου μεριδίου της αγοράς, δίνοντας νέα κίνητρα στους υπαλλήλους να συμμετάσχουν σε δραστηριότητες της εταιρείας και να βελτιώσουν την αποδοτικότητα που εξοικονομεί η εταιρεία όσον αφορά τον χρόνο και το κόστος (Sroka & Szántó, 2018).

Επομένως, ένα άλλο σημαντικό στοιχείο της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης είναι ότι οι επιχειρήσεις πρέπει να έχουν την υπευθυνότητα να γνωρίζουν τον τρόπο με τον οποίο πρέπει να διαχειρίζονται τους προμηθευτές τους ή τις θυγατρικές τους. Αυτό περιλαμβάνει έννοιες όπως ο σεβασμός των εργασιακών δικαιωμάτων (μισθός, απαιτούμενα διαλλείματα, ισορροπία εργασίας και προσωπική ζωή, προσωπικό για την υγεία και την ασφάλεια των εργαζομένων κ.λπ.), δίνοντας ιδιαίτερη βαρύτητα στο ζήτημα της παιδικής καταναγκαστικής εργασίας και δείχνοντας τον απαραίτητο σεβασμό για τους πολίτες και τις τοπικές κοινότητες (Hamidu, et al., 2015).

Ωστόσο, οι επιχειρήσεις πρέπει να δαπανήσουν κεφάλαια για να αποκτήσουν όλο τον απαραίτητο εξοπλισμό, σύμφωνα με την πολιτική της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Επίσης, οι εταιρείες πρέπει να συνεργάζονται με προμηθευτές που λειτουργούν με βάση την κοινωνική ευθύνη και να προσλαμβάνουν εργαζομένους για την εφαρμογή της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Έτσι, αυτές οι εταιρείες που εφαρμόζουν πρακτικές εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, αντιμετωπίζουν υψηλότερο κόστος σε

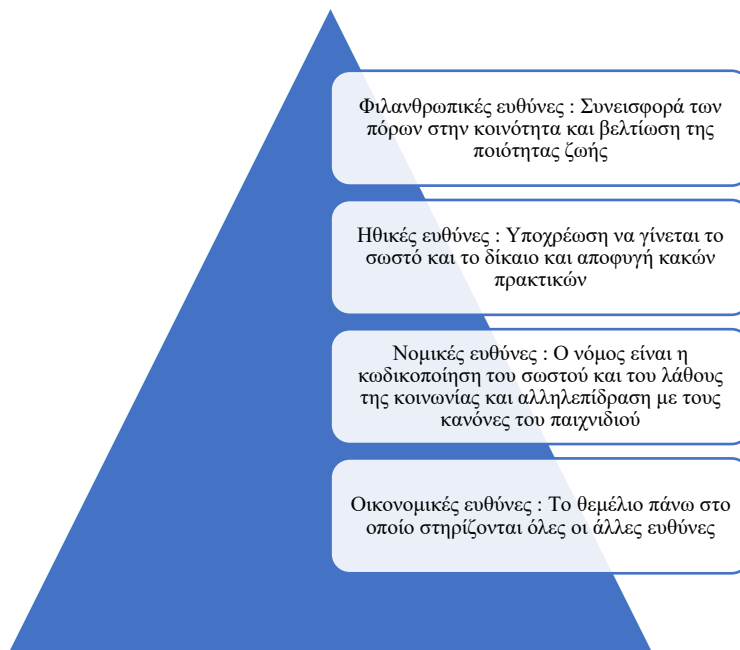
αντίθεση με τις εταιρείες που βρίσκονται στον ίδιο κλάδο και δεν εφαρμόζουν πρακτικές εταιρικής κοινωνικής ευθύνης(Zukauskas, etal., 2018).

Επιπλέον, η εταιρική κοινωνική ευθύνη έχει διαφορετικές σημασίες για κάθε εταιρεία και η επιτυχής ενσωμάτωση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης εξαρτάται από τις πρακτικές που πρέπει να εφαρμόσει η εταιρεία. Από τη μία πλευρά υπάρχουν εταιρείες που χρησιμοποιούν την εταιρική κοινωνική ευθύνη μόνο για λόγους φήμης, δηλαδή θέλουν να ενισχύσουν τη δημόσια εικόνα τους, για παράδειγμα μέσω φιλανθρωπικής εργασίας. Από την άλλη πλευρά, υπάρχουν εταιρείες που χρησιμοποιούν την εταιρική κοινωνική ευθύνη λόγω του φόβου της αρνητικής εικόνας, επιβάλλοντας ηθικούς κώδικες σε όλη την αλυσίδα αξίας (από την παραγωγή έως τη διανομή)(Carroll&Shabana, 2010).

Με αυτόν τον τρόπο οι εταιρείες εξασφαλίζουν καλή φήμη και κέρδος. Επιπλέον, πολλές εταιρείες σε όλον τον κόσμο επαναπροσδιόρισαν ολόκληρη την αλυσίδα αξίας τους (από την παραγωγή έως τη διανομή) με βάση τις τοπικές συνθήκες των χωρών τους. Επιπλέον, υπάρχουν μερικοί οργανισμοί που ελέγχουν τις εταιρείες για μη ηθικές πρακτικές. Επιπλέον, οι περισσότερες εταιρείες επικεντρώνονται σε συγκεκριμένη αγορά με κάποιο ανταγωνιστικό προϊόν. Αλλά αυτή η προσέγγιση δεν μπορεί να καλύψει τις ανάγκες των αναπτυσσόμενων χωρών, όπου η αγοραστική δύναμη κινείται σε χαμηλότερο επίπεδο. Ως εκ τούτου, δεν υπάρχει ένα συγκεκριμένο πρότυπο εταιρικής κοινωνικής ευθύνης παγκοσμίως, επειδή οι αλλαγές που υπάρχουν σε μια χώρα μπορεί να διαφέρουν σε μια άλλη χώρα(Zhang, etal., 2017).

2.1.2 Οι διαστάσεις της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Σύμφωνα με τον Carroll (1991), η κοινωνική ευθύνη μπορεί να γίνει πραγματικότητα μόνο εάν περισσότεροι διευθυντές γίνουν ηθικοί αντί για ανήθικα άτομα. Η εταιρική κοινωνική ευθύνη όπως φαίνεται στην παρακάτω πυραμίδα αποτελείται από τέσσερις τύπους ευθυνών, οι οποίες είναι οι οικονομικές, νομικές, ηθικές και φιλανθρωπικές ευθύνες(Guzman, etal., 2016).



Σχήμα 1 : Οι τύποι της κοινωνικής ευθύνης

Μια άλλη προσέγγιση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης βασίζεται στο άρθρο του Klaus Schwab με τις πέντε έννοιες της εταιρικής εμπλοκής, στην οποία η εταιρική κοινωνική ευθύνη διαφοροποιείται από την εταιρική φιλανθρωπία ή την εταιρική κοινωνική επιχειρηματικότητα. Η εταιρική φιλανθρωπία ασχολείται με θέματα όπως η δωρεά χρημάτων, αγαθών, χρόνου ή προσπάθειας για την υποστήριξη ενός φιλανθρωπικού σκοπού (Hishan, et al., 2017).

Η Εταιρική Κοινωνική Επιχειρηματικότητα χρησιμοποιεί καινοτόμες δυνατότητες μιας εταιρείας για να εξυπηρετεί πελάτες με προϊόντα / υπηρεσίες που βελτιώνουν την παγκόσμια κοινωνική ευημερία. Επιπλέον, η εταιρική διακυβέρνηση συμμορφώνεται με νόμους και ηθικούς κανόνες και αντιμετωπίζει επίσης ζητήματα ως αξίες και αρχές και εταιρική συμπεριφορά. Επιπλέον, η εταιρική παγκόσμια ιθαγένεια βελτιώνει την κατάσταση του κόσμου μέσω της συμμετοχής των επιχειρήσεων σε διαδικασίες και συνεργασίες που αντιμετωπίζουν βασικές παγκόσμιες κοινωνικές προκλήσεις (Ahmadian & Khosrowpour, 2017).

Στο άρθρο του Wood, παράγεται ένας ορισμός της εταιρικής κοινωνικής απόδοσης (CSP), ο οποίος υποστηρίζει ότι η εταιρική κοινωνική απόδοση είναι «η υποκείμενη αλληλεπίδραση μεταξύ των αρχών της κοινωνικής ευθύνης, της διαδικασίας

κοινωνικής ανταπόκρισης και των πολιτικών που αναπτύσσονται για την αντιμετώπιση του κοινωνικού ζητήματος. Επιπλέον, στο ίδιο άρθρο, η εταιρική κοινωνική απόδοση ορίζεται από τους Wartick και Cochran's (1985) ως η διαμόρφωση μιας επιχειρηματικής οργάνωσης των αρχών της κοινωνικής ευθύνης, των διαδικασιών κοινωνικής ανταπόκρισης και των πολιτικών, των προγραμμάτων και των παρατηρήσιμων αποτελεσμάτων που σχετίζονται με τις κοινωνικές σχέσεις των εταιρειών (vanMarrewijk, 2003).

Σύμφωνα με τον Visser, η εξέλιξη της επιχειρηματικής ευθύνης μπορεί να εξεταστεί με όρους πέντε αλληλεπικαλυπτόμενων οικονομικών περιόδων, όπου οι εποχές της απληστίας, της φιλανθρωπίας, της παραπλανητικής παρουσίασης, της διαχείρισης και της ευθύνης, όπου κάθε μια από αυτές εκδηλώνει συνήθως ένα διαφορετικό στάδιο της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (Carroll & Shabana, 2010).

2.1.3 Ο ρόλος της επικοινωνίας

Σήμερα η εικόνα των εταιρειών αλλάζει, με επενδυτές, πελάτες και προμηθευτές να έχουν όλο και περισσότερες γνώσεις σχετικά με την πράσινη ανάπτυξη. Οι εταιρείες εφαρμόζουν την εταιρική κοινωνική ευθύνη και έχουν προσθέσει τη βιωσιμότητα σε αυτό το πλαίσιο. Έτσι βελτιώνουν τη φήμη τους, προωθώντας τα νέα τους επιτεύγματα στους καταναλωτές και επίσης μετρούν την απόδοσή τους. Η επικοινωνία διαδραματίζει σημαντικό ρόλο προκειμένου να υποστηριχθούν όλες αυτές οι αλλαγές. Η διαφήμιση υποστηρίζει την εταιρική κοινωνική ευθύνη, ειδικά σε συγκεκριμένα προϊόντα, όπου ενημερώνει τους καταναλωτές για το τι πρόκειται να διατεθεί στην αγορά. Εκτός από αυτό, η διαφήμιση ενισχύει τη φήμη μιας εταιρείας για ποιότητα, αξιοπιστία και ειλικρίνεια. Επιπλέον, η φήμη των εταιρειών ενισχύεται όταν ο τομέας μάρκετινγκ εφαρμόζει την εταιρική κοινωνική ευθύνη. Η εταιρική κοινωνική ευθύνη μπορεί να επιτύχει τη διαφοροποίηση των προϊόντων, ενώ η έρευνα και ανάπτυξη μπορεί να επιτύχει τις καινοτομίες των προϊόντων και της επεξεργασίας (Zhang, et al., 2017).

Ωστόσο, υπάρχουν πολλά ερωτήματα σχετικά με το ζήτημα της επικοινωνίας που εφαρμόζουν οι εταιρείες / οργανισμοί στην εταιρική κοινωνική ευθύνη. Αυτά τα ερωτήματα επικεντρώνονται στον τρόπο που πραγματοποιείται η επικοινωνία, εάν η

επικοινωνία διαφέρει από εταιρεία σε εταιρεία και εάν ακολουθεί συγκεκριμένα πρότυπα. Το πιο κοινό μέσο επικοινωνίας που χρησιμοποιείται από εταιρείες είναι το διαδίκτυο, όπου μέσω της εταιρείας προωθείται η ευθύνη των κοινωνικών τους ενεργειών (Ahmadian & Khosrowpour, 2017).

Ένας τρόπος επικοινωνίας είναι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, twitter, YouTube), όπου οι εταιρείες μπορούν να δημιουργήσουν μια ενεργή επικοινωνία μεταξύ οργανισμών και ενδιαφερομένων. Σε μια έρευνα που πραγματοποιήθηκε στις ΗΠΑ, τα δίκτυα κοινωνικών μέσων χρησιμοποιούνται από τα δύο τρίτα των μεγάλων εταιρειών και ένα ακόμη μεγαλύτερο μερίδιο μικρότερων εταιρειών ως μέσο επικοινωνίας για την ενημέρωση όλων των καταναλωτών παγκοσμίως. Ένας άλλος τρόπος επικοινωνίας είναι η δημιουργία διαδικτυακών πλατφορμών μεταξύ εμπόρων και προμηθευτών για την ανταλλαγή βέλτιστων πρακτικών και συστημάτων και τη διαφάνεια στη συνεργασία τους. Επίσης, η Tesco στο Ηνωμένο Βασίλειο παρέχει πρόσβαση στους καταναλωτές μέσω της ιστοσελίδας της για να παρακολουθεί τον τρόπο παραγωγής των προϊόντων σε ολόκληρη την εφοδιαστική αλυσίδα. Με αυτόν τον τρόπο η εταιρεία χτίζει εμπιστοσύνη με τους καταναλωτές (Sroka & Szántó, 2018).

Ωστόσο, ορισμένες περιβαλλοντικές δράσεις, οι οποίες επιβάλλονται από εταιρείες τροφίμων, δεν γνωστοποιούνται στο ευρύ κοινό λόγω δυσκολίας στη μεταφορά πληροφοριών. Για παράδειγμα, μηδενικά απόβλητα που έχει μια εταιρεία κατά την παραγωγή των προϊόντων της και χαμηλά επίπεδα άνθρακα που παράγονται από μια εταιρεία λόγω ειδικών πρακτικών που εφαρμόζει. Επομένως, η χρήση της τεχνολογίας για την προώθηση των επιχειρήσεων και η επικοινωνία με τους καταναλωτές, τους δίνει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά σε σύγκριση με τις εταιρείες που δεν χρησιμοποιούν αυτά τα νέα μέσα επικοινωνίας. Ένας άλλος καινοτόμος τρόπος είναι η τοποθέτηση ειδικού κωδικού με την ονομασία QuickResponse (QR) σε προϊόντα, παρέχοντας πληροφορίες στους καταναλωτές αυτού του προϊόντος, καθώς και την ενημέρωσή τους για τις επιπτώσεις στο περιβάλλον και την ευρύτερη κοινωνία (Žukauskas, et al., 2018).

2.1.4 Ο λόγος των επιχειρήσεων

Αναλύοντας την εταιρική κοινωνική ευθύνη που δραστηριοποιείται σε διάφορους τομείς, γίνονται αντιληπτές οι προκλήσεις που αντιμετωπίζονται. Η έννοια της βιωσιμότητας ενσωματώνει τρεις έννοιες, την κοινωνία, την οικονομία και το περιβάλλον. Επομένως, οι πολιτικές και οι αποφάσεις πρέπει να αντικατοπτρίζουν μια ευρύτερη άποψη των κοινωνικών θεμάτων. Αν και οι τρέχουσες εταιρείες έχουν διάφορα μεταβατικά στάδια που περνούν, η πίστη τους στις αρχές και τις αξίες που ισχύουν από την ίδρυση τους είναι η δύναμη να κινηθούν προς την βιωσιμότητα (Guzman, et al., 2016).

Αν και, οι επιχειρήσεις νοιάζονται για ένα βιώσιμο και οικολογικά αποδοτικό περιβάλλον, οι πρακτικές της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και οι οδηγίες για τη βιωσιμότητα είναι κακές, περιορίζοντας τις εταιρείες να εκφράζουν τις περιβαλλοντικές τους ενέργειες εκτός των εταιρειών. Έτσι, πολλές από αυτές τις ενέργειες παραμένουν μόνο στο εσωτερικό περιβάλλον των εταιρειών και μόνο λίγες από αυτές κοινοποιούνται στο εξωτερικό περιβάλλον, αλλά παραμένουν κυρίως σε τοπικό επίπεδο. Η μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων μιας επιχείρησης, η εφαρμογή μιας περιβαλλοντικής πολιτικής σε ολόκληρη την αλυσίδα από την παραγωγή στην κατανάλωση είναι μία από τις εσωτερικές πρακτικές που πρέπει να λαμβάνουν υπόψη οι εταιρείες (Hishan, et al., 2017).

Επιπλέον, οι περιβαλλοντικές εκθέσεις πολυεθνικών εταιρειών παρουσιάζουν τις εσωτερικές και εξωτερικές πρακτικές τους και τον τρόπο με τον οποίο οι εταιρείες συμβάλλουν στο περιβάλλον και την κοινωνία. Οι εξωτερικές πρακτικές θα μπορούσαν να χαρακτηρίσουν τα κίνητρα που δόθηκαν στους υπαλλήλους και τους διευθυντές προκειμένου να συμμετάσχουν σε έργα περιβαλλοντικής βελτίωσης, συμμετοχή σε φιλανθρωπικές δραστηριότητες, βελτίωση της κοινότητας, του περιβάλλοντος και των στρατηγικών συμμαχιών μεταξύ των πολυεθνικών. Ωστόσο, υποστηρίζεται ότι οι διευθυντές εφαρμόζουν τους πόρους της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης με έναν συνετό τρόπο προκειμένου να ικανοποιήσουν τα δικά τους συμφέροντα όπου μπορεί να είναι πολιτικά, κοινωνικά και επαγγελματικά. Από την άλλη πλευρά, οι επιχειρήσεις επιλέγουν τους ενδιαφερόμενους με βάση την εμπιστοσύνη και την ηθική, στοιχεία που θα τους οδηγήσουν να έχουν πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών τους (Hamidu, et al., 2015).

Επίσης, ο αριθμός των επιχειρήσεων, που έχουν ενσωματώσει την εταιρική κοινωνική ευθύνη και βιωσιμότητα στις δραστηριότητές τους, αυξάνεται ολοένα και περισσότερο. Επομένως, απαιτείται καινοτομία προκειμένου να επιτευχθεί η βιωσιμότητα τόσο βραχυπρόθεσμα όσο και μακροπρόθεσμα και να ενσωματωθεί στη στρατηγική των εταιρειών. Ένα παράδειγμα είναι ο τομέας των τροφίμων, όπου βασίζεται σε φυσικούς, ανθρώπινους και υλικούς πόρους και η καινοτομία μπορεί να επιτύχει μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα (vanMarrewijk, 2003).

Ωστόσο, η έννοια της βιωσιμότητας έχει υποκειμενικό χαρακτήρα. Ορισμένες εταιρείες αντιλαμβάνονται τη βιωσιμότητα ως αλλαγή στις πρακτικές, ενώ άλλες την συνδέουν με τη βιωσιμότητα της εταιρείας τα επόμενα χρόνια. Ορισμένες εταιρείες λένε ότι η οικονομία και η βιωσιμότητα δεν σχετίζονται, και άλλες ότι η βιωσιμότητα είναι μέρος της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και αυτό φέρνει κόστος και όχι κέρδος. Είναι βέβαιο ότι η βιωσιμότητα δεν είναι εύκολη υπόθεση, δεδομένου ότι μια επιχείρηση πρέπει να προσαρμόσει τις πρακτικές και τις τεχνολογίες που χρησιμοποιεί προκειμένου να επιτύχει τον στόχο της βιωσιμότητας. Ωστόσο, η καινοτομία και η βιωσιμότητα είναι δύο αλληλένδετες έννοιες. Η βιωσιμότητα είναι η κινητήρια δύναμη της καινοτομίας που θα κάνει τη διαφορά στις επιχειρήσεις, ειδικά σε μια περίοδο ύφεσης (Zhang, et al., 2017).

Οι εταιρείες πλέον αντιμετωπίζουν πολλές περιβαλλοντικές προκλήσεις και κινδύνους γύρω από το ζήτημα της βιωσιμότητας στην εφοδιαστική αλυσίδα (πρώτες ύλες, κατασκευή, αποθήκευση, μεταφορά, χονδρική και λιανική κλπ). Το περιβάλλον είναι ένα από τα τρέχοντα ζητήματα. Η λειψυδρία και η εξάντληση των φυσικών πόρων και το αμέτρητο πλαστικό που έχει χρησιμοποιηθεί από εταιρείες και λιανοπωλητές για συσκευασίες προϊόντων και πλαστικές σακούλες αποτελούν θέμα ανησυχίας για τις εταιρείες και τους αγοραστές (Sroka & Szántó, 2018).

Ωστόσο, η βιωσιμότητα είναι ένα στρατηγικό ζήτημα, με περιβαλλοντικά οφέλη, οφέλη για τους καταναλωτές και οικονομικά οφέλη για αυτές τις εταιρείες. Σύμφωνα με μια έρευνα, οι καταναλωτές είναι πρόθυμοι να αγοράσουν προϊόντα φιλικά προς το περιβάλλον, αλλά αναζητούν έμπνευση και κίνητρα. Οι εταιρείες τροφίμων μπορούν να παράγουν αυτού του είδους τα προϊόντα για τους καταναλωτές, εάν χρησιμοποιούν καινοτόμα τεχνολογία. Ένα παράδειγμα είναι το προϊόν

απορρυπαντικού ArielGel της P & G, το οποίο λόγω μιας καινοτόμου τεχνολογίας μπορεί να πλένει τα ρούχα στους 15 αντί για 40 βαθμούς Κελσίου, σπαταλώντας 50% λιγότερη ενέργεια, με όφελος για τον καταναλωτή. Ένα άλλο παράδειγμα είναι τα προϊόντα καφέ, η Kenco, όπου άλλαξε τη συσκευασία της σε φιλική προς το περιβάλλον, αύξησε γρήγορα το μερίδιο της στην αγορά, στέλνοντας το μήνυμα της προθυμίας των καταναλωτών, που υποστηρίζουν περιβαλλοντικές ιδέες(Guzman, etal., 2016).

Επιπλέον, οι καταναλωτές θεωρούν ότι οι βιομηχανίες θα πρέπει να διαδραματίζουν πιο ενεργό ρόλο στο ζήτημα της βιωσιμότητας, παρακολουθώντας συνεχώς τους προμηθευτές τους σχετικά με τις περιβαλλοντικές τους δράσεις και συμπεριλαμβάνοντας στις δραστηριότητες τους την καλή διαβίωση και διαφοροποιώντας προϊόντα με βάση αυτό το χαρακτηριστικό. Επίσης, οι καταναλωτές προτιμούν τις ετικέτες προϊόντων που συμμορφώνονται όσο το δυνατόν περισσότερο με τις δραστηριότητες της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Αυτό σημαίνει ότι προτιμούν να αγοράζουν ένα προϊόν που έχει το βασικό χαρακτηριστικό της καλής διαβίωσης έναντι ενός άλλου που έχει λιγότερο ή καθόλου αυτό το χαρακτηριστικό. Τέλος, άλλα χαρακτηριστικά όπως η γεύση και η ασφάλεια παίζουν σημαντικό ρόλο στην επιλογή ενός προϊόντος(Hamidu, etal., 2015).

2.2 Η ισότητα των 2 φύλων στην αγορά εργασίας της Ευρώπης

2.2.1 Ο ρόλος των φορέων

Η βιωσιμότητας έχει γίνει μέρος της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και η εταιρική κοινωνική ευθύνη δεν μπορεί από μόνη της να συμβάλει στη βιωσιμότητα. Για τις βιομηχανίες, η έννοια της βιωσιμότητας αποτελεί προτεραιότητα. Αυτό που είναι απαραίτητο είναι ο ενεργός ρόλος της κοινωνίας, με τη συμμετοχή των κυβερνήσεων, των επιχειρήσεων και των πολιτών που μπορούν να συμβάλουν στην επίτευξη της βιωσιμότητας. Η κοινωνική μέριμνα των πολιτών, των καταναλωτών, των δημόσιων αρχών και των επενδυτών για το περιβάλλον και τις καταστροφές, που πραγματοποιούνται κυρίως από τον βιομηχανικό και επιχειρηματικό τομέα, προωθεί ακόμη περισσότερο την εταιρική κοινωνική ευθύνη στην Ευρώπη(Witkowska, 2013).

Με βάση τα νέα πράσινα μέτρα, πολλές κυβερνήσεις επενδύουν σε όλο τον κόσμο για να τονωθεί η οικονομία και να αντιμετωπιστεί η κλιματική αλλαγή. Το ίδιο ισχύει και για εταιρείες που εκσυγχρονίζονται και εφαρμόζουν νέες καινοτόμες τεχνολογίες με στόχο τη δέσμη μέτρων βιωσιμότητας και τη μείωση του κόστους. Επιπλέον, πολλές εταιρείες δημιουργούν συνεργασίες με ανταγωνιστές του ίδιου κλάδου για να καθορίσουν κοινές αξίες, να χειριστούν από κοινού κινδύνους, να ανταλλάξουν ιδέες που διαμορφώνουν τη θέση τους και να ενισχύσουν τους δεσμούς τους με την τοπική κοινότητα (παραγωγούς, προμηθευτές, κοινότητες)(Mitra, 2012).

Επιπλέον, οι προκλήσεις και οι κριτικές, τις οποίες δέχονται και αντιμετωπίζουν οι εταιρείες, είναι πολλές. Οι κυβερνήσεις, οι διεθνώς αναγνωρισμένοι οργανισμοί και οι εταιρείες προσπαθούν να προσφέρουν λύσεις σε σύγχρονα ζητήματα βιωσιμότητας, τους κανονισμούς και τα πρότυπα που διέπουν τα προϊόντα και τις πολιτικές που πρέπει να ακολουθούνται από τις εταιρείες. Σε γενικές γραμμές, η βιβλιογραφία τονίζει πώς οι πολιτικές, οι οποίες εφαρμόζονται από την εταιρική κοινωνική ευθύνη, επηρεάζουν την οικονομική απόδοση μιας εταιρείας, όπου παρακινεί σε μεγάλο βαθμό τους υπαλλήλους και τελικά αυξάνει την αντίληψη των πελατών. Υπάρχουν λίγες αναφορές που δείχνουν τον τρόπο με τον οποίο οι εταιρείες εφαρμόζουν μια πολιτική εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και τη συμβολή τους σε κοινωνικά ζητήματα. Στη βιβλιογραφία υποστηρίζεται ότι η επιχειρηματική σχέση με την κοινωνία είναι στην πραγματικότητα οι σχέσεις με τους ενδιαφερόμενους. Η συνεργασία της Unilever με την WWF και της Nestlé με το Common for the Coffee Community Code είναι παραδείγματα εταιρειών που έχουν συνάψει συνεργασίες με οργανισμούς για την υποστήριξη κοινωνικών θεμάτων (Peinado & Serrano, 2018).

2.2.2Η συμμετοχή των γυναικών στην αγορά εργασίας

Η μετατροπή της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε μια οικονομία που βασίζεται στις υπηρεσίες ήταν καθοριστικός παράγοντας σε αυτήν τη διαδικασία. Σήμερα πάνω από το 78% των γυναικών απασχολούνται στον τριτογενή τομέα. Ένα μεγάλο ποσοστό αυτών είναι αυτοαπασχολούμενες. Επίσης, η αυτοαπασχόληση στην Ευρωπαϊκή Ένωση είναι πολύ πιο διαδεδομένη από ότι σε άλλες κοινωνίες εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης. Πρέπει να τονιστεί, ωστόσο, ότι η αυτοαπασχόληση στην ευρωπαϊκή αγορά

εργασίας συχνά αποκρύπτει μακροχρόνιες σχέσεις πλήρους απασχόλησης χωρίς κανένα από τα δικαιώματα που συνδέονται με τη μισθωτή εργασία. Μέχρι πρόσφατα, δεν υπήρχαν προβλέψεις για άδεια μητρότητας επί πληρωμή, γονική άδεια ή άλλες παροχές, ακόμη και για αυτοαπασχολούμενες γυναίκες που εργάζονταν μακροπρόθεσμα για τον ίδιο εργοδότη. Το 2012, ωστόσο, ψηφίστηκε ένας νέος νόμος (4097/2012) στο ευρωπαϊκό κοινοβούλιο που ενσωματώνει την ισότητα των φύλων στην αυτοαπασχόληση (Debusscher, 2015).

Ενώ ένα μεγάλο ποσοστό γυναικών είναι αυτοαπασχολούμενες, ένας σημαντικός αριθμός γυναικών εργάζεται ως μισθωτές πλήρους απασχόλησης. Το 2008, το ένα τρίτο των μισθωτών γυναικών εργαζόταν ως μόνιμο δημόσιο ανθρώπινο δυναμικό. Αν και οι γυναίκες εξακολουθούν να εκπροσωπούνται στις υψηλότερες τάξεις του δημόσιου τομέα, αποτελεί ένα ασφαλέστερο εργασιακό περιβάλλον για τις γυναίκες εργαζόμενες, δεδομένου ότι τηρούνται οι διατάξεις για την ισότητα των φύλων (συμπεριλαμβανομένων των αμειβόμενων αδειών εγκυμοσύνης, της γονικής άδειας και των παροχών για τα παιδιά) και το μισθολογικό χάσμα μεταξύ ανδρών και γυναικών είναι ελάχιστο. Ο δημόσιος τομέας λειτουργεί ως προστατευτικό δίκτυο για τις γυναίκες κυρίως επειδή είναι ο μόνος τομέας στον οποίο εφαρμόζεται αποτελεσματικά ο νόμος για την ισότητα των φύλων (Gerhards, et al., 2009).

Η απασχόληση των γυναικών έχει επίσης αυξηθεί στον ιδιωτικό τομέα, όπου υπάρχει μεγάλο μισθολογικό χάσμα μεταξύ των φύλων και οι διακρίσεις λόγω φύλου είναι συνηθισμένες. Παρόλο που η συμμετοχή των γυναικών αυξήθηκε ταχύτερα από εκείνη των ανδρών σε όλους τους τομείς της ιδιωτικής αγοράς εργασίας, οι γυναίκες εξακολουθούν να κατατάσσονται στις χαμηλότερες αμοιβές και τις χαμηλές δεξιότητες και εξακολουθούν να υποεκπροσωπούνται σε υψηλού επιπέδου, εκτελεστικές και διευθυντικές θέσεις εργασίας, ειδικά σε μεγάλες εταιρείες. Οι γυναίκες, ιδίως στις εθνοτικές μειονότητες και οι μετανάστριες, κατατάσσονται επίσης σε μεγάλο βαθμό στους «θηλυκούς» τομείς της αγοράς εργασίας (όπως στην καθαριότητα, την υγεία, τη φροντίδα των παιδιών και των ηλικιωμένων και την ιδιωτική εκπαίδευση), όπου η άναρχη, άτυπη και μερική απασχόληση αποτελεί τον κανόνα. Τέλος, ένα μεγάλο ποσοστό γυναικών απασχολούνται σε εποχιακές εργασίες, συμπεριλαμβανομένου του τουρισμού και της γεωργίας, που εργάζονται κυρίως σε οικογενειακές επιχειρήσεις (Rubery, 2011).

Η οικονομική ύφεση και τα επακόλουθα μέτρα λιτότητας είχαν αρνητικό αντίκτυπο τόσο στη συμμετοχή των ανδρών και των γυναικών όσο και στην απασχόληση στην αγορά εργασίας. Συγκεκριμένα, τα ποσοστά απασχόλησης των ηλικιωμένων γυναικών μειώθηκαν απότομα, κυρίως λόγω των κινήτρων συνταξιοδότησης που εφαρμόστηκαν στο πλαίσιο των προγραμμάτων οικονομικής προσαρμογής. Αν και η συμμετοχή των ανδρών στην αγορά εργασίας μειώθηκε ταχύτερα και το χάσμα των φύλων μειώθηκε, από το 2010 το ποσοστό της γυναικείας απασχόλησης έχει επίσης μειωθεί σημαντικά, από 49% σε 41,5%. Αυτές οι τάσεις αντικατοπτρίζουν το γεγονός ότι οι τομείς που κυριαρχούν οι άνδρες, όπως ο κατασκευαστικός κλάδος, επηρεάστηκαν πολύ περισσότερο στα αρχικά στάδια της κρίσης από τους τομείς στους οποίους οι γυναίκες είχαν μεγάλη παρουσία. Σταδιακά, ωστόσο, η απασχόληση των γυναικών πλήττεται από τις περιόδους κρίσεων (Elomäki, 2015).

Παρόλο που σημειώθηκε σημαντική μείωση της απασχόλησης των γυναικών στο δημόσιο τομέα λόγω των συστημάτων πρόωρης συνταξιοδότησης και οι μόνιμες γυναίκες δημόσιοι υπάλληλοι και οι υπάλληλοι του δημόσιου τομέα υπέστησαν σημαντικές περικοπές μισθών, ο δημόσιος τομέας δεν επηρεάστηκε από διακρίσεις λόγω φύλου ή από αυθαίρετες απολύσεις που παρατηρούνται όλο και περισσότερο στον ιδιωτικό τομέα. Η συρρίκνωση του δημόσιου τομέα μέσω του σχεδίου μείωσης του αριθμού των νέων εισόδων του εργατικού δυναμικού ενδέχεται να ασκήσει μεγαλύτερη πίεση στα ποσοστά απασχόλησης των γυναικών. Επιπλέον, τα σχέδια μείωσης του αριθμού των ενεργών υπαλλήλων στο δημόσιο τομέα μέσω απολύσεων που προβλέπονται από τα τελευταία προγράμματα οικονομικής προσαρμογής είναι πιθανό να έχουν πολύ αρνητικό αντίκτυπο στην απασχόληση των γυναικών στην Ευρωπαϊκή Ένωση (Debusscher, 2015).

2.2.3 Η ανεργία

Συνολικά, το υψηλό ποσοστό ανεργίας των γυναικών που αντιμετωπίζει η ευρωπαϊκή οικονομία αποτελεί ένδειξη του υψηλού ποσοστού συμμετοχής των γυναικών στην αγορά εργασίας που δεν μπορεί να απορροφηθεί λόγω διάκρισης των 2 φύλων. Η οικονομική ύφεση, ωστόσο, προκάλεσε περαιτέρω πτώση της συνολικής ζήτησης εργασίας και οι πολιτικές απορρύθμισης της αγοράς που επέφεραν τα προγράμματα οικονομικής προσαρμογής διευκόλυναν τις απολύσεις των ανδρών και των γυναικών

εργαζομένων στον ιδιωτικό τομέα. Σε αυτό το πλαίσιο, ένα ευρωπαϊός διαμεσολαβητής για την ισότητα των φύλων ανέφερε περιπτώσεις αυθαίρετων απολύσεων μετά την επιστροφή από την άδεια μητρότητας. Αυτές οι περιπτώσεις υποδηλώνουν ότι η νομοθεσία για την ισότητα των φύλων στην αγορά εργασίας ενδέχεται να έρχεται όλο και περισσότερο σε σύγκρουση με τις εργασιακές στρατηγικές των εργοδοτών στον ιδιωτικό τομέα σε μια περίοδο κρίσης, αφού είναι πιθανό ότι περισσότερες γυναίκες θα βρεθούν άνεργες καθώς προσπαθούν να συνδυάσουν την ιδιωτική, την οικογενειακή και την επαγγελματική ζωή (Gámez & Angeles, 2019).

Ταυτόχρονα, υπάρχουν έντονες πιέσεις στις γυναίκες με άνεργα μέλη της οικογένειας ή τους συντρόφους που υφίστανται σοβαρές μειώσεις μισθών ή τις αλλαγές στην εργασιακή κατάσταση για να καλύψουν την απώλεια εισοδήματος που υποφέρουν οι οικογένειες τους. Αυτές οι γυναίκες που δεν μπορούν πλέον να βασίζονται σε άλλα μέλη της οικογένειας ή τους συντρόφους τους θα έχουν περισσότερα κίνητρα για να αναζητήσουν ενεργά εργασία για να υποστηρίξουν τον εαυτό τους και τις οικογένειες τους, αλλά και περισσότερη πίεση για να αποδεχθούν επισφαλείς συνθήκες εργασίας και διακρίσεις λόγω φύλου. Αυτές οι πιέσεις ωθούν τα ευρωπαϊκά νοικοκυριά να επανεξετάσουν τα στερεότυπα των φύλων σχετικά με την απασχόληση των γυναικών και να επαναπροσανατολίσουν τις προτεραιότητές τους από την άποψη των αναγκών τους και όχι ως προς τις στερεοτυπικές αντιλήψεις για τη θηλυκότητα, τη μητρότητα και τη φροντίδα (Ruberly, 2015).

Οι νέες γυναίκες είναι πιο ευάλωτες στην ανεργία. Στο τρίτο εξάμηνο του 2012, τα υψηλότερα ποσοστά ανεργίας ήταν στην κατηγορία νεαρών γυναικών στην ηλικιακή κατηγορία 20-29 ετών, δηλαδή 48,2% έναντι 39,2% για άνδρες της ίδιας ηλικίας. Στο παρελθόν, ήταν κοινό για τις ευρωπαϊκές οικογένειες να υποστηρίζουν τα παιδιά τους, ειδικά τα κορίτσια, οικονομικά έως ότου έφτασαν στα τέλη της δεκαετίας του '20 για να τους επιτρέψουν να ολοκληρώσουν τις σπουδές τους, να βρουν κατάλληλη εργασία ή να παντρευτούν. Η απότομη πτώση των εισοδημάτων και η αύξηση του ποσοστού ανεργίας που προκλήθηκε από την οικονομική ύφεση άσκησαν μεγαλύτερη πίεση στους νέους να αναζητήσουν εργασία νωρίτερα, προκειμένου να χρηματοδοτήσουν τις σπουδές τους ή / και να συμβάλουν στο οικογενειακό εισόδημα (Pașnicu, 2015).

Υπάρχουν στοιχεία που υποδηλώνουν ότι η έλλειψη προοπτικών απασχόλησης και το υψηλό ποσοστό ανεργίας θα οδηγήσουν περισσότερες νέες γυναίκες να μεταναστεύσουν αναζητώντας καλύτερες συνθήκες απασχόλησης και ευκαιρίες. Ένα άλλο ζήτημα σχετικά με την ανεργία των γυναικών είναι το γεγονός ότι πολλές γυναίκες, ιδίως αυτοαπασχολούμενες, δεν δικαιούνται επιδόματα ανεργίας. Δεδομένου ότι η αυτοαπασχόληση αποκρύπτει συχνά τις μακροχρόνιες μισθωτές σχέσεις εργασίας και οι γυναίκες εξακολουθούν να υπερεκπροσωπούνται σε αυτόν τον τομέα, η απουσία επιδομάτων ανεργίας για τους αυτοαπασχολούμενους μπορεί επίσης να θεωρηθεί ότι συνιστά μορφή διάκρισης λόγω φύλου (Berloff, et al., 2018).

2.2.4 Η επισφαλής απασχόληση

Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1990 και του 2000, η ευέλικτη ρυθμιζόμενη απασχόληση στον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα προωθήθηκε από τις κρατικές πολιτικές ως στρατηγική για τον συνδυασμό επαγγελματικής, οικογενειακής και ιδιωτικής ζωής. Αν και η εργασιακή ευελιξία έχει εξαπλωθεί στον ιδιωτικό τομέα, στις περισσότερες περιπτώσεις παραμένει ανεξέλεγκτη. Η Ευρωπαϊκή Ένωση, σε σύγκριση με άλλες χώρες εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης, δεν φαίνεται να έχει πολύ μεγάλο ποσοστό εγγεγραμμένων ευέλικτων εργαζομένων, αλλά έχει μια εκτεταμένη γκρίζα οικονομία στην οποία τυποποιείται η άτυπη και άναρχη επισφαλής εργασία. Αυτές οι μορφές απασχόλησης δεν καταχωρούνται σε επίσημες στατιστικές και δεν μπορούν να μετρηθούν και να αναλυθούν με ακρίβεια. Ωστόσο, καθώς η οικονομική ύφεση βαθιάνει, η επισφαλής απασχόληση θα διευρυνθεί στο πεδίο εφαρμογής και στην κλίμακα, θέτοντας υπό αμφισβήτηση τους στόχους για την ισότητα των φύλων (Steiber & Haas, 2012).

Στους τομείς της οικονομίας που απασχολούνται κυρίως γυναίκες, όπως ο καθαρισμός, η φροντίδα των παιδιών και των ηλικιωμένων και η νοσηλευτική, αλλά και στον τουρισμό και τη γεωργία, οι άτυπες εργασιακές ρυθμίσεις ήταν ο κανόνας πριν από την οικονομική κρίση. Πολλές γυναίκες, όπου σε αυτές εντάσσονται και οι μετανάστριες, που απασχολούνται σε αυτούς τους τομείς εργάζονται χωρίς σταθερές συμβάσεις ή κοινωνική ασφάλιση για απροσδιόριστο ωράριο και πληρωμή. Σε αυτές τις επικίνδυνες συνθήκες εργασίας, οι γυναίκες δεν έχουν προστασία έναντι

των διακρίσεων λόγω φύλου, ακόμη και όταν απασχολούνται από εταιρείες που συνάπτουν συμβάσεις με κρατικούς και κυβερνητικούς οργανισμούς(DawnMetcalf&Afanassieva, 2005).

Το 2008, η επίθεση με βιτριλικό οξύ εναντίον της Κωνσταντίνα Κουνέβα, μιας Βουλγάρας καθαρίστριας που εργαζόταν για μια ιδιωτική εταιρεία και ήταν υπεύθυνη για τον καθαρισμό των δημόσιων αστικών σιδηροδρόμων και γραμματέας του συνδικάτου καθαριστών, έφερε στο προσκήνιο τις δημόσιες συζητήσεις παραβιάσεων του εργατικού δικαίου και τις διακρίσεις λόγω φύλου που συμβαίνουν στην υπεργολαβία του κράτους για τις υπηρεσίες καθαρισμού σε ιδιωτικές εταιρείες.Ένα από τα σημαντικότερα αποτελέσματα των προγραμμάτων οικονομικής προσαρμογής στις γυναίκες εργαζόμενες, ωστόσο, είναι ότι η επισφάλεια εξαπλώνεται σε νέους τομείς που επηρεάζουν τη μεταναστευτική καθώς και την εργατική και ιδιωτική ζωή των ευρωπαϊών γυναικών. Ως αποτέλεσμα, περισσότερες γυναίκες βρίσκονται σε θέση στην οποία αναγκάζονται να αποδεχθούν διακρίσεις λόγω φύλου, ιδίως όσον αφορά το δίκαιο για την ισότητα των φύλων, προκειμένου να διασφαλίσουν την απασχόληση(Altuzarra, etal., 2019).

Αντί να καταπολεμήσουν τις διακρίσεις στους «θηλυκούς», άτυπους και μη ρυθμιζόμενους τομείς της οικονομίας, τα προγράμματα οικονομικής προσαρμογής έχουν ωθήσει στην εξάπλωση της επισφαλούς απασχόλησης σε νέους τομείς της οικονομίας. Οι συνδικαλιστικές οργανώσεις, αναφέρουν μια απότομη αύξηση των συμβάσεων πλήρους και μόνιμης απασχόλησης που έχουν μετατραπεί σε συμβάσεις μερικής απασχόλησης στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Για τις γυναίκες, τέτοιες αυθαίρετες μεταβολές του καθεστώτος εργασίας συνεπάγονται επίσης σε απώλεια δικαιωμάτων που συνδέονται με την επαγγελματική, ιδιωτική και οικογενειακή ζωή(Witkowska, 2013).

Ο Ευρωπαίος Διαμεσολαβητής για την ισότητα των φύλων αναφέρει πολλές περιπτώσεις διακρίσεων εις βάρος των γυναικών εργαζομένων, συμπεριλαμβανομένων των αυθαίρετων απολύσεων και της άρνησης των εργοδοτών να εκπληρώσουν τα καθήκοντα τους, καθώς και την αναγκαστική αποδοχή αλλαγών στο καθεστώς απασχόλησης (από πλήρους απασχόλησης έως μερικής απασχόλησης) πριν και μετά την επιστροφή από την άδεια μητρότητας και την εγκυμοσύνη. Όσο

συνεχίζεται η απορρύθμιση της αγοράς, η εφαρμογή των νόμων και των πολιτικών για την ισότητα των φύλων στην αγορά εργασίας θα υπονομεύονται (Peinado & Serrano, 2018).

2.2.5 Η εκπαίδευση

Τις τελευταίες δεκαετίες, παρατηρήθηκε ανοδική τάση στον αριθμό των γυναικών φοιτητών που γίνονται δεκτοί σε ευρωπαϊκά πανεπιστήμια. Τα κορίτσια αποδίδουν γενικά καλύτερα από τα αγόρια στα σχολεία και αυτό αντικατοπτρίζεται στο υψηλότερο ποσοστό εισδοχής γυναικών φοιτητών στα ιδρύματα τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. Ωστόσο, οι διαφορές στο θέμα των πτυχιούχων ανδρών και γυναικών συμβάλλουν στις ανισότητες μεταξύ των φύλων στην αγορά εργασίας, συμπεριλαμβανομένου του μισθολογικού χάσματος μεταξύ των φύλων και του επαγγελματικού διαχωρισμού. Οι γυναίκες εισχωρούν σε μεγάλο βαθμό στην εκπαίδευση, τις ανθρωπιστικές και τις κοινωνικές σπουδές, οι οποίες είναι επίσης τομείς της αγοράς εργασίας με χαμηλότερους μισθούς. Αντίθετα, οι γυναίκες τείνουν να υποεκπροσωπούνται στις φυσικές επιστήμες και την τεχνολογία, οι οποίες είναι τομείς με υψηλότερους μισθούς (Rubery, 2011).

Άλλοι παράγοντες που διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο σε διαφορετικές επιλογές βαθμών από ευρωπαίους άνδρες και γυναίκες είναι τα στερεότυπα φύλου και η εργασιακή ασφάλεια των θέσεων εργασίας, οι οποίες είναι υψηλότερες σε ορισμένους τομείς, ιδίως στον δημόσιο τομέα, όπου οι γυναίκες εκπροσωπούνται σε μεγάλο βαθμό (Debusscher, 2015).

Επιπλέον, το εκπαιδευτικό σύστημα παίζει πολύ σημαντικό ρόλο στην αναπαραγωγή των στερεοτύπων των φύλων, των ανισοτήτων και των ιεραρχιών που επικρατούν στην αγορά εργασίας. Από μικρή ηλικία, τα κορίτσια και τα αγόρια μαθαίνουν πώς να προσαρμόζονται στους κοινωνικούς κανόνες, συμπεριλαμβανομένου του τρόπου μελέτης των θεμάτων που θεωρούνται «πιο κατάλληλα για κορίτσια και αγόρια». Έχουν υλοποιηθεί αρκετά πιλοτικά εκπαιδευτικά προγράμματα για την ενθάρρυνση γυναικών μαθητριών και φοιτητριών να παρακολουθήσουν εκπαιδευτικά μαθήματα και να πάρουν μέρος στην επαγγελματική κατάρτιση σε τομείς όπου οι γυναίκες υποεκπροσωπούνται, όπως νέες τεχνολογίες πληροφοριών και επικοινωνίας και οι φυσικές επιστήμες (Rubery, 2015).

Ωστόσο, αυτά τα προγράμματα δεν υλοποιήθηκαν σε μεγάλη κλίμακα και μακροπρόθεσμα. Η συνεκτίμηση της διάστασης των φύλων σε γενικά και εξειδικευμένα μαθήματα, ιδίως η επαγγελματική κατάρτιση για την ισότητα των φύλων, εξακολουθούν να είναι σπάνια σε ευρωπαϊκά σχολεία και πανεπιστήμια. Συνολικά, δεν έχουν γίνει συστηματικές και ευρωπαϊκές προσπάθειες για την εισαγωγή της εκπαίδευσης για την ισότητα των φύλων σε διαφορετικά στάδια του εκπαιδευτικού συστήματος, ούτε για την ευαισθητοποίηση των ευρωπαίων μαθητών και φοιτητών στην ανάγκη να αμφισβητηθούν τα στερεότυπα των φύλων στην απασχόληση, την ιδιωτική και την οικογενειακή ζωή (Berloff, et al., 2018).

2.2.6 Ο κάθετος και ο οριζόντιος διαχωρισμός

Οι κύριες αιτίες για τον οριζόντιο και κατακόρυφο διαχωρισμό των φύλων στην ευρωπαϊκή αγορά εργασίας είναι η τυποποίηση των φύλων, οι εκπαιδευτικές επιλογές, οι διαφοροποιημένοι ρόλοι εισοδήματος και οι ευθύνες φροντίδας μεταξύ ανδρών και γυναικών, καθώς και οι οργανωτικές δομές και οι προκαταλήψεις. Αναμφίβολα, υπήρχαν περισσότερες ευκαιρίες ειδικά για τις εκπαιδευμένες γυναίκες να εισέλθουν στην αγορά εργασίας, ακόμη και σε τομείς που κυριαρχούν οι άνδρες, και οι προκαταλήψεις εναντίον τόσο των μισθωτών όσο και των αυτοαπασχολούμενων γυναικών έχουν μειωθεί. Ωστόσο, διάφορα επαγγέλματα συνεχίζουν να συνδέονται στερεοτυπικά με ουσιώδεις έννοιες του ανδρισμού και της θηλυκότητας. Για παράδειγμα, η βαριά βιομηχανία ή οι κατασκευές χαρακτηρίζονται συνήθως ως κατάλληλοι τομείς για τους άνδρες επειδή απαιτούν σωματική αντοχή, ενώ τα επαγγέλματα που συνδέονται με τη φροντίδα και τα παιδιά, όπως υπηρεσίες φροντίδας, εκπαίδευσης, νοσηλευτικής ή καθαριότητας αναγνωρίζονται ως τομείς πιο κατάλληλοι για γυναίκες. Επιπλέον, υπάρχουν πολλά επαγγέλματα, όπως υδραυλικοί, οδηγοί, πιλότοι, αστυνομικοί και στρατιωτικό προσωπικό, που θεωρείται ότι απαιτούνται «ανδρικές δεξιότητες». Αντιθέτως, οι γυναικείες δεξιότητες «τείνουν να σχετίζονται με υπηρεσίες ομορφιάς, γραμματειακή υποστήριξη, κλπ (Dawn Metcalfe & Afanassieva, 2005).

Ωστόσο, ο οριζόντιος και ο κάθετος διαχωρισμός δεν μπορούν να εξηγηθούν μόνο με αναφορά στα στερεότυπα του φύλου. Σε επαγγέλματα που απαιτούν υψηλό επίπεδο

εκπαίδευσης, οι διαφορές στις εκπαιδευτικές επιλογές ανδρών και γυναικών καθορίζουν τον διαχωρισμό της αγοράς εργασίας. Ενώ υπάρχει σαφής διαχωρισμός στις εκπαιδευτικές επιλογές ανδρών και γυναικών μαθητών όσον αφορά, αφενός, τις φυσικές επιστήμες και την τεχνολογία και, αφετέρου, τις κοινωνικές και τις ανθρωπιστικές επιστήμες, υπάρχουν επίσης πολλές μελέτες και επαγγελματικοί τομείς που όλο και περισσότερο θεωρούνται ουδέτεροι ως προς το φύλο. Για παράδειγμα, η νομική, η ιατρική, τα οικονομικά, η αρχιτεκτονική, η διοίκηση επιχειρήσεων και το μάρκετινγκ δεν υπάρχει διαχωρισμός καθώς ασχολούνται με αυτούς τους τομείς τόσο οι άνδρες όσο και οι γυναίκες. Σε αυτούς τους τομείς, ο οριζόντιος διαχωρισμός τείνει να περιορίζεται καθώς οι γυναίκες αποκτούν ανώτερες εκπαιδευτικές δεξιότητες και προσόντα, αλλά ο κάθετος διαχωρισμός εξακολουθεί να είναι ο κανόνας(Altuzarra, etal., 2019).

Διαφορετικοί ρόλοι εισοδήματος και ευθύνες φροντίδας μεταξύ ανδρών και γυναικών τείνουν να καθορίζουν τόσο τον οριζόντιο όσο και τον κάθετο διαχωρισμό των φύλων στην ευρωπαϊκή αγορά εργασίας. Οι πιέσεις από το οικογενειακό και κοινωνικό περιβάλλον να αναλάβουν την ευθύνη για ιδιωτικά και οικογενειακά καθήκοντα ωθούν πολλές γυναίκες σε επαγγέλματα που πληρώνονται λιγότερο καλά, αλλά προσφέρουν περισσότερη ευελιξία χρόνου και λιγότερες ώρες εργασίας. Αυτή η τάση εξηγεί τον διαχωρισμό των γυναικών στο δημόσιο τομέα και στην αυτοαπασχόληση στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Εξηγεί επίσης την υποεκπροσώπηση των γυναικών στην ιεραρχία των επιχειρηματικών τομέων, σε εκτελεστικές και διευθυντικές θέσεις που απαιτούν επενδύσεις χρόνου. Επιπλέον, οι γυναίκες τείνουν να δίνουν μεγαλύτερη προσοχή στην ασφάλεια της απασχόλησης και στον βαθμό στον οποίο προστατεύεται η νομοθεσία για την ισότητα των φύλων, ένας παράγοντας που εξηγεί το υψηλό ποσοστό των γυναικών δημοσίων υπαλλήλων(Mitra, 2012).

Αντίθετα, παρόλο που το μοντέλο διπλού εισοδήματος γίνεται ολοένα και περισσότερο ο κανόνας, οι άνδρες τείνουν να αισθάνονται περισσότερη πίεση για να ανελιχθούν στην ιεραρχία των επαγγελματιών και να διαδραματίσουν το ρόλο του κύριου παρόχου εισοδήματος στα νοικοκυριά. Παρόλο που αυτό τους επιτρέπει να εισέρχονται σε πιο ανταγωνιστικά επιχειρηματικά περιβάλλοντα, να αυξάνουν τις επαγγελματικές ιεραρχίες και να ασχολούνται με πολλές ώρες εργασίας πολύ περισσότερο από τις γυναίκες, υπονομεύει επίσης την ικανότητα τους να

συμμετέχουν στην οικογενειακή και ιδιωτική ζωή και υφίστανται περισσότερο ψυχολογική πίεση όταν αντιμετωπίζουν ανεργία, μειώσεις μισθών ή αλλαγές στην κατάσταση απασχόλησης (Gerhards, et al., 2009).

2.2.7 Το χάσμα των μισθών μεταξύ των δύο φύλων

Από το 1985 το χάσμα των μισθών μεταξύ των φύλων στην Ευρωπαϊκή Ένωση διευρύνεται αργά. Η Ευρωπαϊκή Ένωση βρίσκεται κάτω από τον μέσο όρο του ΟΟΣΑ όσον αφορά το μισθολογικό χάσμα μεταξύ των δύο φύλων. Ωστόσο, στον ιδιωτικό τομέα, όπου αυτές οι αρχές κατά των διακρίσεων εφαρμόστηκαν λιγότερο αποτελεσματικά, το μισθολογικό χάσμα μεταξύ ανδρών και γυναικών εξακολουθεί να είναι ευρύ. Παρόλο που ο αριθμός των πτυχιούχων γυναικών ανώτερης εκπαίδευσης υπερβαίνει τον αριθμό των ανδρών, οι γυναίκες τείνουν να αμείβονται λιγότερο από τους άνδρες για το ίδιο ποσό εργασίας και να υπερεκπροσωπούνται σε επαγγέλματα χαμηλών αμοιβών (Elomäki, 2015).

Το χάσμα των αμοιβών μεταξύ των δύο φύλων τείνει να είναι μικρότερο μεταξύ ανδρών και γυναικών υψηλής ειδίκευσης και μόρφωσης και υψηλότερο μεταξύ επαγγελματιών με χαμηλή ειδίκευση και ανειδίκευτων. Ωστόσο, και στις δύο κατηγορίες υπάρχουν προκαταλήψεις και κατά περίπτωση ρυθμίσεις που προνοούν για τους μισθούς των ανδρών έναντι των γυναικών. Επιπλέον, υπάρχει πολύ μικρή διαφοροποίηση μεταξύ των μισθών των γυναικών με ή χωρίς παιδιά, γεγονός που δείχνει ότι οι μικρότερες περίοδοι απασχόλησης δεν μπορούν να εξηγήσουν πλήρως τις διακρίσεις λόγω των 2 φύλων (Gámez & Angeles, 2019).

Αν και παράγοντες όπως η εργασιακή εμπειρία και η περίοδος απασχόλησης μπορεί να συμβάλλουν στις μισθολογικές ανισότητες στην αγορά εργασίας, ένας από τους κύριους παράγοντες που μπορούν να εξηγήσουν αυτήν την τάση είναι ο διαχωρισμός των γυναικών σε συγκεκριμένους τομείς που είναι υποτιμημένοι. Ωστόσο, οι εργοδότες στον ιδιωτικό τομέα τείνουν να υποτιμούν την εργασία των γυναικών και να την θεωρούν ανάξια ίσης αμοιβής για ίση εργασία και υπάρχουν οργανωσιακές προκαταλήψεις και προνόμια ανδρικής αμοιβής έναντι της αμοιβής των γυναικών (Pașnicu, 2015).

2.2.8 Η εξισορρόπηση της επαγγελματικής, της ιδιωτικής και της οικογενειακής ζωής

Οι τάσεις συνδέονται με την κυριαρχία των στερεοτύπων των φύλων και την αποτυχία να επαναδιαπραγματευτούν τους ρόλους των φύλων στις ευρωπαϊκές οικογένειες. Αν και οι αρνητικές κοινωνικές στάσεις απέναντι στις εργαζόμενες γυναίκες έχουν μειωθεί, οι γυναίκες εξακολουθούν να θεωρούνται κυρίως υπεύθυνες για την οικιακή εργασία, τη γονική μέριμνα και τη φροντίδα. Οι παύσεις σταδιοδρομίας που οφείλονται στην τεκνοποίηση και την ανατροφή των παιδιών εξακολουθούν να γίνονται αντιληπτές ως περιττό κόστος για τους εργοδότες στον ιδιωτικό τομέα και οι προκαταλήψεις λόγω φύλου είναι ευρέως διαδεδομένες, ισχυριζόμενες την ανικανότητα των γυναικών να εκτελούν πολύπλοκες και απαιτητικές εργασίες λόγω οικογενειακών καθηκόντων. Η απασχόληση στο δημόσιο τομέα και η αυτοαπασχόληση προσφέρουν στις γυναίκες περισσότερες ευκαιρίες να ξεφύγουν από αυτά τα εμπόδια και να συνδυάσουν επιτυχώς την ιδιωτική και την οικογενειακή ζωή με την πλήρη απασχόληση (Steiber&Haas, 2012).

Οι γυναίκες στην Ευρωπαϊκή Ένωση αντιμετωπίζουν διπλό φορτίο επειδή είναι κυρίως υπεύθυνες για τη φροντίδα και την οικιακή εργασία. Τα στερεότυπα των γυναικών ως πυλώνες της οικογένειας και του σπιτιού εξακολουθούν να είναι ισχυρά στην κοινωνία, ενώ η επαναδιαπραγμάτευση των ρόλων και των καθηκόντων του φύλου στις οικογένειες δεν έχει προχωρήσει. Παραδοσιακά, η εκτεταμένη οικογένεια (παππούδες και γιαγιάδες και άλλοι συγγενείς) έχουν διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στη βοήθεια των γυναικών με αυτό το διπλό βάρος. Ωστόσο, οι γυναίκες συνέχισαν να είναι υπεύθυνες και για τη φροντίδα ηλικιωμένων. Κατά τη δεκαετία του 1990, μεγάλο μέρος του διπλού φόρτου εργασίας των γυναικών μεσαίας και ανώτερης οικονομικής τάξης αναλήφθηκε από άτυπες μετανάστριες οικιακές εργαζόμενες και φροντιστές (Pascall&Lewis, 2004).

Οι γυναίκες κατά συνέπεια μπορούσαν να μεταφέρουν ορισμένες από τις ευθύνες τους σε άλλες γυναίκες διαφορετικών φυλών, εθνών και τάξεων. Η οικονομική κρίση και η μείωση των αποδοχών των νοικοκυριών μετέτρεψαν αυτήν την προσιτή μορφή «βοήθειας» σε πολυτέλεια, θέτοντας για άλλη μια φορά το ζήτημα της επαναδιαπραγμάτευσης των ρόλων των φύλων. Η αύξηση της ανεργίας μεταξύ των

ανδρών ανάγκασε αναμφίβολα περισσότερα νοικοκυριά να επαναδιαπραγματεύσουν τις παραδοσιακές διαφορές μεταξύ των φύλων στα ευρωπαϊκά νοικοκυριά(Witkowska, 2013).

2.2.9 Η κοινωνική ασφάλιση και η κοινωνική προστασία

Το ευρωπαϊκό σύστημα κοινωνικής ασφάλισης αποτελείται από διαφορετικούς οργανισμούς κοινωνικής ασφάλισης για το δημόσιο, τον ιδιωτικό και τον επαγγελματικό τομέα, με τους δικούς τους κανόνες και διατάξεις σχετικά με τα δικαιώματα κοινωνικής ασφάλισης των γυναικών. Το σύστημα είναι πολύ άνισο και έχει επικριθεί για τις αναδιανεμητικές του αποτυχίες. Παρόλο που υπάρχουν διαφορές μεταξύ των οργανώσεων κοινωνικής ασφάλισης, συνολικά, οι γυναίκες, ιδίως οι μητέρες με παιδιά, υφίστανται ευνοϊκή και προτιμησιακή μεταχείριση όσον αφορά τα δικαιώματα κοινωνικής ασφάλισης, ιδίως στο δημόσιο τομέα. Η μόνη εξαίρεση σε αυτήν την τάση είναι ο μεγαλύτερος οργανισμός κοινωνικής ασφάλισης για τους αυτοαπασχολούμενους(Mitra, 2012).

Όσον αφορά τις συντάξεις, στον οργανισμό κοινωνικής ασφάλισης για μόνιμους δημόσιους υπαλλήλους οι γυναίκες μπορούν να βγουν στην σύνταξη μετά από 25 χρόνια απασχόλησης, ενώ οι παντρεμένες ή διαζευγμένες μητέρες με ανήλικα παιδιά μπορούν πλέον να βγουν στην σύνταξη μετά από μόλις 15 χρόνια απασχόλησης. Οι χήρες που απασχολούνται στο δημόσιο τομέα έχουν το δικαίωμα να βγουν στην σύνταξη ακόμη και μετά από πέντε χρόνια απασχόλησης μετά τον θάνατο των συζύγων τους. Άγαμες ή διαζευγμένες κόρες αποθανόντων δημοσίων υπαλλήλων σε ορισμένους τομείς έχουν το δικαίωμα σύνταξης των πατέρων τους καθ'όλη τη διάρκεια της ζωής τους, υπό την προϋπόθεση να έχουν χαμηλό εισόδημα, ενώ για τους γιους αυτά τα δικαιώματα σταμάτησαν μόλις φτάσουν στην ενηλικίωση τους (18 έτη)(Peinado&Serrano, 2018).

Η μέση ηλικία των μητέρων κατά τη γέννηση του πρώτου τους παιδιού αυξάνεται σταθερά από τη δεκαετία του 1980 και τώρα έχει φτάσει τα 31. Ο αριθμός αυτός δείχνει ότι στα αρχικά στάδια της ενηλικίωσης, οι γυναίκες στην Ευρώπη τείνουν να δίνουν προτεραιότητα στην εκπαίδευση και την επαγγελματική ζωή έναντι του γάμου, της οικογένειας και της εργασιακής ζωής. Αυτή η τάση δείχνει

μεταβαλλόμενους ρόλους των φύλων στην ασφάλεια και τη συνολική δέσμευση των γυναικών να εισέλθουν στην αγορά εργασίας μέσω μιας πιο συμφέρουσας άποψης από ότι στο παρελθόν. Οι πολιτικές που στοχεύουν στην καταπολέμηση του δημογραφικού ελλείμματος στην Ευρώπη, δίνοντας κίνητρα σε γυναίκες και ζευγάρια να έχουν περισσότερα παιδιά, απέτυχαν μέχρι στιγμής να αλλάξουν αυτές τις τάσεις. Αντίθετα, όλο και περισσότερες γυναίκες στην Ευρώπη επικεντρώνονται στο συνδυασμό οικογενειακής και επαγγελματικής ζωής, μια επιλογή που σχετίζεται κυρίως με την ύπαρξη οικογενειών με λιγότερα μέλη (παιδιά)(Gámez&Angeles, 2019).

2.3 Οι πρωτοβουλίες, τα προγράμματα και οι πρακτικές της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Πρωτοβουλίες

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι η ιδέα ότι οι εταιρείες πρέπει να συμμετέχουν σε κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρηματικές πρακτικές. Οι συζητήσεις για την εταιρική κοινωνική ευθύνη περιστρέφονται γύρω από το κατά πόσον οι διευθυντές και οι διοικούντες των εταιρειών πρέπει να έχουν κάποιο νομικό καθήκον να λαμβάνουν υπόψη όχι μόνο τις ανάγκες των μετόχων, αλλά και άλλες ομάδες που επηρεάζονται από τις δραστηριότητες της εταιρείας, όπως οι ενδιαφερόμενοι στην εταιρεία και η κοινωνία γενικότερα. Πολλές εταιρείες εφαρμόζουν εθελοντικά πολιτικές εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, αλλά οι κυβερνήσεις μπορούν να επιλέξουν να ελέγξουν την εταιρική συμπεριφορά και τις πρωτοβουλίες της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης μέσω δύο μεθόδων όπως είναι η ρύθμιση και τα κίνητρα. Ο κανονισμός περιλαμβάνει την υποχρέωση των εταιρειών να συμμορφώνονται με την νομοθεσία, καθώς και την εφαρμογή των απαιτήσεων γνωστοποίησης. Η κυβέρνηση μπορεί επίσης να παρακινήσει τις εταιρείες να εφαρμόσουν μια επιθυμητή συμπεριφορά προσφέροντας εκπτώσεις φόρων και μειώσεις(Yuan, etal., 2011).

Στην Ευρώπη, τόσο η Ευρωπαϊκή Ένωση όσο και τα μεμονωμένα έθνη υποστηρίζουν την εταιρική κοινωνική ευθύνη. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, ένα θεσμικό όργανο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, έχει εισαγάγει τόσο εθελοντικές όσο και υποχρεωτικές δράσεις

για την προώθηση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Το 2011, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ενέκρινε την πιο πρόσφατη στρατηγική της για την εταιρική κοινωνική ευθύνη, η οποία συνδυάζει οριζόντιες προσεγγίσεις για την προώθηση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης με πιο συγκεκριμένες προσεγγίσεις για μεμονωμένους τομείς και τομείς πολιτικής. Ο Χάρτης των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, που τέθηκε σε ισχύ το 2009, είναι ένα από τα νομικά δεσμευτικά έγγραφα που επιβάλλει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή(Taylor, etal., 2018).

Εκτός από τα ανθρώπινα δικαιώματα, ο Χάρτης αφορά τον «σεβασμό της ανθρώπινης αξιοπρέπειας, της ελευθερίας, της δημοκρατίας, της ισότητας, του κράτους δικαίου, των δικαιωμάτων των ατόμων που ανήκουν σε μειονότητες, του πλουραλισμού, των μη διακρίσεων, της ανοχής, της δικαιοσύνης, της αλληλεγγύης και της ισότητας μεταξύ των γυναικών και των αντρών. Αυτές οι αξίες επεκτείνονται σε δράσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τη διασφάλιση υπεύθυνων εφοδιαστικών αλυσίδων και κατάλληλης δέουσας επιμέλειας στις επιχειρηματικές σχέσεις με χώρες του τρίτου κόσμου. Τα θύματα παραβιάσεων των ανθρωπίνων δικαιωμάτων είναι σε θέση να αναζητήσουν αποκατάσταση ασκώντας ιδιωτική αγωγή εναντίον των οντοτήτων που τους έβλαψε(Taylor, etal., 2018).

Εκτός από τον Χάρτη, ο οποίος σκιαγραφεί τις αξίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η Επιτροπή θέσπισε την οδηγία περί μη χρηματοοικονομικής πληροφόρησης που απαιτεί από εταιρείες δημοσίου συμφέροντος με περισσότερους από 500 υπαλλήλους να αποκαλύπτουν πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο λειτουργίας και τη διαχείριση κοινωνικών και περιβαλλοντικών προκλήσεων. Οι εταιρείες έπρεπε να υποβάλουν έκθεση για πρώτη φορά το 2017, καλύπτοντας τη χρήση του 2016. Η οδηγία παρέχει σημαντική ευελιξία στην αποκάλυψη σχετικών πληροφοριών με τον τρόπο που πιστεύουν ότι είναι πιο χρήσιμη. Μπορούν να χρησιμοποιούν διεθνείς, ευρωπαϊκές ή εθνικές οδηγίες σύμφωνα με τα δικά τους χαρακτηριστικά ή το επιχειρηματικό περιβάλλον(Taylor, etal., 2018).

Πάνω από 6.000 εταιρείες υποχρεούνται να δημοσιεύουν αναφορές, συμπεριλαμβανομένων των εισηγμένων εταιρειών, τραπεζών, ασφαλιστικών εταιρειών και άλλων εταιρειών που ορίζονται από τις εθνικές αρχές ως οντότητες δημοσίου συμφέροντος. Ο σκοπός της αποκάλυψης δεν είναι να επιβάλει ή να

τιμωρήσει εταιρείες για μη συμμόρφωση, αλλά για να επιτρέψει τη διαφάνεια σε σημαντικές επιχειρηματικές πρακτικές. Αυτό βοηθά τους επενδυτές, τους καταναλωτές, τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής και άλλους ενδιαφερόμενους να αξιολογήσουν την οικονομική απόδοση και να ενθαρρύνουν τις εταιρείες να αναπτύξουν μια υπεύθυνη προσέγγιση για την επιχείρησή τους και την κοινότητα(Yuan, etal., 2011).

Οι διεθνείς οργανισμοί που έχουν αναπτύξει μέτρα για την υποστήριξη της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, έχουν ως επί το πλείστον υιοθετήσει απλές οδηγίες. Αυτό αφήνει περιθώρια στα ίδια τα έθνη να ενθαρρύνουν και να ρυθμίσουν την εταιρική κοινωνική ευθύνη μέσω πολιτικών και νομοθεσιών που πιστεύουν ότι ταιριάζουν καλύτερα στις αξίες του έθνους τους. Για παράδειγμα, το επικεφαλής υπουργείο εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στη Γερμανία είναι το ομοσπονδιακό Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων. Το υπουργείο ίδρυσε το Εθνικό Φόρουμ Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης ως όργανο που συγκεντρώνει ποικίλους ενδιαφερόμενους για να εργαστούν για την εταιρική ευθύνη και να αναπτύξουν μια Εθνική Στρατηγική Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Η Γερμανία επέλεξε να επικεντρωθεί στις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις παρέχοντας «καθοδήγηση και προβλέψεις και να τις υποστηρίξει ώστε να βάλουν τις επιχειρηματικές τους πρακτικές σε βιώσιμο δρόμο και να ικανοποιήσουν τις νέες απαιτήσεις εταιρικής δέουσας επιμέλειας»(Caplan, etal., 2013).

Η Γερμανία έχει επίσης εξασφαλίσει πρόσβαση σε ένδικα μέσα για παραβιάσεις των ανθρωπίνων δικαιωμάτων ενθαρρύνοντας τους ανθρώπους να διεκδικήσουν αξιώσεις ενώπιον των γερμανικών αστικών δικαστηρίων. Επιπλέον, οι εταιρείες μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνες για τη συμπεριφορά των στελεχών που σχετίζονται με το ποινικό δίκαιο, συμπεριλαμβανομένων των παραβιάσεων των ανθρωπίνων δικαιωμάτων που σχετίζονται με την εταιρεία και να επιβληθούν πρόστιμα έως και δέκα εκατομμύρια ευρώ(Taylor, etal., 2018).

Η γαλλική κυβέρνηση προχώρησε ένα βήμα παραπέρα σχετικά με την εφαρμογή της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και υιοθέτησε μια νομοθεσία για την εφαρμογή της στρατηγικής της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Η Γαλλία ήταν η πρώτη χώρα της Ευρωπαϊκής Ένωσης που εισήγαγε μη χρηματοοικονομικές αναφορές με το Νόμο

περί Νέων Οικονομικών Κανονισμών το 2001. Εκείνη την εποχή, ο νόμος αυτός απαιτούσε περίπου 700 μεγάλες γαλλικές εταιρείες να αποκαλύψουν πληροφορίες σχετικά με τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές συνέπειες των δραστηριοτήτων τους στις ετήσιες εκθέσεις διαχείρισης. Το 2010, η Γαλλία ενέκρινε στη συνέχεια το άρθρο 225 του νόμου της Γκρενέλ, το οποίο ενίσχυσε τις υφιστάμενες διατάξεις καθιστώντας τις πληροφορίες που δημοσιεύθηκαν να υπόκεινται σε επαλήθευση από ανεξάρτητο τρίτο μέρος και να διευρύνει το πεδίο εφαρμογής του νόμου όσον αφορά τον αριθμό των καλυπτόμενων εταιρειών και των υποκειμένων(Carlan, etal., 2013).

Αυτό περιελάμβανε μια προσέγγιση «συμμόρφωσης ή εξήγησης», που σημαίνει ότι οι εταιρείες θα μπορούσαν να επιλέξουν να παραλείψουν πληροφορίες για θέματα που δεν σχετίζονται με τη δραστηριότητα τους, αλλά έπρεπε να παράσχουν μια εξήγηση για το γιατί επέλεξαν να μην αποκαλύψουν αυτές τις πληροφορίες. Το 2015, η Γαλλική Εθνοσυνέλευση υιοθέτησε τον νόμο για την ενεργειακή μετάβαση, όπου τροποποίησε τις απαιτήσεις στον νόμο της Γκρενέλ, διευκρινίζοντας ότι οι εταιρείες έπρεπε τώρα να συμπεριλάβουν τις συνέπειες των δραστηριοτήτων τους στην αλλαγή του κλίματος και τη χρήση των αγαθών και των υπηρεσιών που χρησιμοποίησαν. Η εφαρμογή αυτής της νομοθεσίας μετακίνησε την εταιρική κοινωνική ευθύνη στο πεδίο της λογοδοσίας(Taylor, etal., 2018).

Οι απαιτήσεις που εφαρμόζει η Ευρωπαϊκή Ένωση είναι ευρύτερες από αυτές των μεμονωμένων εθνών, έτσι ώστε τα έθνη να μπορούν να θεσπίσουν νομοθεσία που να αντικατοπτρίζει τις συγκεκριμένες αξίες τους. Αν και πολλές εταιρείες επιλέγουν να εφαρμόσουν τις δικές τους πολιτικές εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, οι κανονισμοί και τα κίνητρα από τους διεθνείς οργανισμούς και τις κυβερνήσεις επιτρέπουν τις ενιαίες διαδικασίες αποκάλυψης και διάδοσης στο κοινό(Yuan, etal., 2011).

Προγράμματα

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι μια μεγάλη πρακτική που πραγματοποιούν κυρίως τοπικές επιχειρήσεις και κοινότητες και βοηθούν τις Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις να αναπτυχθούν και να συγκεντρώσουν κεφάλαια για αξιόλογους σκοπούς. Οι περισσότερες εταιρείες ασχολούνται με έναν συγκεκριμένο τομέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και συχνά διαπιστώνεται ότι πολλές εταιρείες

προσπαθούν να βοηθήσουν την ευρύτερη κοινωνία όσο το δυνατόν περισσότερο(Wang, etal., 2016).

Αυτό που δεν γνωρίζουν όλοι, είναι ότι υπάρχουν τύποι εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στους οποίους εμπλέκονται οργανισμοί και εταιρείες. Παρακάτω, γίνεται λόγος για την εξερεύνηση ορισμένων από αυτώντων προγραμμάτων και για να παρουσιάσει πώς οι εταιρείες συμμετέχουν σε αυτά τα προγράμματα. Οι εταιρείες ή οι κοινότητες μπορούν επίσης να εμπλακούν σε αυτά τα προγράμματα για να βοηθήσουν στη συγκέντρωση κεφαλαίων έτσι ώστε το έργο των Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων να γίνει ακόμα μεγαλύτερο. Η κατανόηση των προγραμμάτων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης μπορεί να βοηθήσει να παρατηρηθεί γιατί εκτελούνται αυτά τα προγράμματα και πόσα από αυτά είναι ωφέλιμα για τη συγκέντρωση χρημάτων για κάποιους συγκεκριμένους λόγους. Τα ακόλουθα προγράμματα είναι μερικά από τα πιο συνηθισμένα και υλοποιούμενα προγράμματα όπου λαμβάνουν μέρος οι οργανισμοί ή οι επιχειρήσεις με σκοπό την εφαρμογή πρακτικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (Križanová & Gajanová, 2016) :

- **Περιβαλλοντικά προγράμματα :** Τα πιο συνηθισμένα υλοποιούμενα προγράμματα είναι αυτά που ασχολούνται με το περιβάλλον. Είναι ευρέως γνωστά, καθώς οι περισσότερες εταιρείες προσπαθούν να μειώσουν τα αρνητικά αποτυπώματα που παράγουν στο περιβάλλον. Αυτά τα προγράμματα μπορούν να επιτρέψουν στην εταιρεία να αποφύγει φόρους που σχετίζονται με τις εκπομπές άνθρακα και να λειτουργήσει ως εκδήλωση συγκέντρωσης χρημάτων. Οι εταιρείες συνήθως, προσπαθούν να μειώσουν τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα μέσω των αλλαγών στα προϊόντα τους και να τα κάνουν πιο φιλικά προς το περιβάλλον όπως επίσης και να διατηρήσουν το περιβάλλον σε μια αξιόλογη κατάσταση με προγράμματα που βοηθούν στον καθαρισμό ποταμών και φυσικών οικοτόπων.
- **Ηθικά Προγράμματα :** Υπάρχουν πολλά ηθικά προγράμματα που υλοποιούνται από επιχειρήσεις στις μέρες μας, όπου αυτά συνήθως απευθύνονται στις γυναίκες και στη βία που υφίστανται και τα 2 φύλα. Οι εταιρείες συχνά συμμετέχουν στο συγκεκριμένο σκοπό ενθαρρύνοντας τις

κοινότητες γύρω τους να υποστηρίξουν μερικές από αυτές τις μεγαλύτερες πρακτικές. Συχνά, δωρίζουν ένα ποσοστό των εσόδων τους σε αυτά τα προγράμματα. Οι εταιρείες μπορούν να πουλήσουν προϊόντα και να αναφέρουν σε τι είδους πρόγραμμα θα διατεθούν τα έσοδα αυτών των προϊόντων. Επιπλέον, μπορούν να παρέχουν σωστή πληροφόρηση στην κοινότητα για το πώς να χειριστούν τέτοια ζητήματα και πώς να οργανώνουν τέτοιες εκδηλώσεις ηθικής υποστήριξης.

- Προγράμματα φιλανθρωπίας : Το χρήμα είναι ένας καταναλώσιμος πόρος και η φτώχεια σε πολλά μέρη του κόσμου είναι ένα ευρέως διαδεδομένο φαινόμενο. Ενώ ορισμένες εταιρείες γίνονται επιτυχημένες δουλεύοντας σκληρά, συχνά πραγματοποιούν φιλανθρωπικά προγράμματα για να στηρίξουν τις κοινότητες και την ευρύτερη κοινωνία. Η φιλανθρωπία είναι μια ενέργειαόπου πολλές εταιρείες αλλά και μεμονωμένα άτομα με διάφορες πράξεις πρόκειται να στηρίξουν μια συγκεκριμένη ομάδα ανθρώπων ή την κοινωνία γενικά. Οι εκδηλώσεις κατανάλωσης φαγητού και τα εκπαιδευτικά προγράμματα είναι μερικά από τα πολλά προγράμματα που στοχεύουν οι εταιρείες για να βοηθήσουν την κοινωνία και να ενθαρρύνουν τους ανθρώπους να ξεπεράσουν τη φτώχεια.
- Προγράμματα θετικού τύπου : Αυτά τα προγράμματα μπορούν συχνά να εκληφθούν ως προγράμματαόπου μια εταιρεία τα υλοποιεί για την απόκτηση δημοσιότητας. Ωστόσο, αυτά τα προγράμματα ενθαρρύνουν τους Μη Κυβερνητικούς Οργανισμούς να συγκεντρώσουν κεφάλαια. Λαμβάνοντας θετική δημοσιότητα εξαιτίας συγκεκριμένων πράξεων, μπορεί κανείς να ενθαρρύνει τους ανθρώπους να ξοδέψουν τα χρήματά τους με σύνεση και να τα δωρίσουν σε έναν αξιόλογο σκοπό εάν αισθάνονται την ανάγκη να το κάνουν. Οι εταιρείες δεν θα πρέπει συμμετέχουν σε τέτοιου είδους προγράμματα για την δημοσιότητα και την διαφήμιση αλλά για την πραγματική προσφορά βοήθειας σε αυτούς που το έχουν ανάγκη.
- Προγράμματα εθελοντισμού : Οι εθελοντές είναι αυτό που καθιστά δυνατούς τους Μη Κυβερνητικούς Οργανισμούς και άλλους οργανισμούς.

Δεδομένου ότι το μεγαλύτερο μέρος των χρημάτων προορίζεται για την εκδήλωση των προγραμμάτων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, απομένουν πολύ λίγα χρήματα για τη χρηματοδότηση των ανθρώπων που υποστηρίζουν αυτό το γεγονός. Μέσω της ζήτησης ή της ενθάρρυνσης των εθελοντών με κάποια κίνητρα όπως βραβεία, οι εταιρείες μπορούν να βοηθήσουν τους Μη Κυβερνητικούς Οργανισμούς να επιτύχουν τους στόχους τους χωρίς επιπλέον κόστος. Οι εταιρείες μπορούν συχνά να οργανώσουν ή να χρηματοδοτήσουν διαγωνισμούς που ενθαρρύνουν τους ανθρώπους να εμπλακούν στον εθελοντισμό. Αυτά τα κίνητρα μπορούν συχνά να χρησιμοποιηθούν και για τη λήψη δωρεών.

Πρακτικές

Η κατανόηση των βέλτιστων πρακτικών που σχετίζονται με την εταιρική κοινωνική ευθύνη θα διασφαλίσει ότι οι εταιρείες αντιμετωπίζουν αποτελεσματικά το ρόλο τους στην περιβαλλοντική και κοινωνική ευημερία. Παρακάτω παρουσιάζονται κάποιες βέλτιστες πρακτικές που θα βοηθήσουν τις εταιρείες να διατηρήσουν σχέσεις με εσωτερικούς και εξωτερικούς ενδιαφερόμενους (Šontaitė-Petkevičienė, 2015) :

- Έρευνα των συνηθειών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης των ενδιαφερομένων που συμμετέχουν στα προγράμματα : Με την κατανόηση των συνηθειών κατανάλωσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από όλες τις ομάδες ενδιαφερομένων, μπορεί κάποιος να ενσωματώσει επιτυχώς τις στρατηγικές διαλόγου. Μπορεί να πραγματοποιήσει έναν έλεγχο επικοινωνιών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που να καθορίζει κάθε ομάδα ενδιαφερομένων και τις συνήθειες τους στα μέσα αυτά.
- Δημιουργία ενός αποθέματος υλικού επικοινωνίας εταιρικής κοινωνικής ευθύνης με βάση τη στρατηγική των μηνυμάτων : Αυτή είναι μια κίνηση back-to-basics που επιτρέπει να διατυπωθούν τα βασικά μηνύματα για κάθε κοινό. Τα τυπικά μέσα επικοινωνίας ενδέχεται να περιλαμβάνουν δελτία ειδήσεων, ενημερωτικά δελτία, βιογραφίες, στατιστικές και άρθρα.

- Μελλοντικός προγραμματισμός με την δημιουργία ενός Ημερολογίου Διαδοχικής Αλληλογραφίας Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης : Καθώς πραγματοποιείται η εξέταση της ανάπτυξης του προγράμματος Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, πρέπει να τεθεί υπό σκέψη το χρονοδιάγραμμα των επικοινωνιών με κάθε ομάδα ενδιαφερομένων. Μέσω συντονισμένου χρονισμού, μπορεί κάποιος να δημιουργήσει μια συνεργική επίδραση της ευαισθητοποίησης και της αφοσίωσης.
- Παρακολούθηση του σύγχρονου περιβάλλοντος και εκμετάλλευση των ευκαιριών : Μια καμπάνια εταιρικής κοινωνικής ευθύνης λαμβάνει χώρα σε ένα δυναμικό τοπίο. Θα πρέπει να βρεθούν ευκαιρίες για σύνδεση με ειδήσεις, τάσεις και στρατηγικές πτυχές της επιχείρησης για την προώθηση του διαλόγου με όλες τις ομάδες ενδιαφερομένων.
- Εργαλεία τεχνολογίας μόχλευσης : Με βάση τον έλεγχο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που πραγματοποιήθηκε στην αρχή του προγράμματος, πρέπει να αποκτηθούν πληροφορίες σχετικά με τη χρήση της τεχνολογίας για τους ενδιαφερόμενους. Ενώ τα προτιμώμενα κανάλια κοινωνικών μέσων ενδέχεται να παραμείνουν στη βάση του προγράμματος επικοινωνίας, θα πρέπει να ενσωματωθούν σκόπιμα οι αναδυόμενες τεχνολογίες για την προώθηση των διαλόγων.
- Επιβράβευση της κοινότητας που ασχολείται με την εταιρική κοινωνική ευθύνη : Καθώς το πρόγραμμα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης ωριμάζει, η κοινότητα μπορεί να αναδειχθεί ως μια ισχυρή πηγή πληροφοριών και διαλόγου. Μπορεί η κοινότητα να ανταμειφθεί, με την παροχή νέων πληροφοριών που μπορεί να χρησιμοποιήσει, όπως άρθρα, πρόσφατα γεγονότα, ενημερώσεις προγράμματος εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και άλλου είδους περιεχόμενο. Μέσω της ενθάρρυνσης του να διαμοιραστούν αυτές τις πληροφορίες στο περιβάλλον των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, θα προωθηθεί περαιτέρω η εμπλοκή με τα προγράμματα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

2.4 Η επισκόπηση του προτύπου GRI 405

Το πρότυπο GRI 405 : Ποικιλομορφία και ίσες ευκαιρίες αποτελούν μέρος του συνόλου των Προτύπων Αναφοράς Βιωσιμότητας GRI (Πρότυπα GRI). Έχουν σχεδιαστεί για να χρησιμοποιούνται από οργανισμούς για την αναφορά των επιπτώσεων τους στην οικονομία, το περιβάλλον και την κοινωνία. Τα GRI είναι δομημένα ως ένα σύνολο αλληλένδετων και αρθρωτών προτύπων. Υπάρχουν τρεις καθολικές κατηγορίες, που ισχύουν για κάθε οργανισμό που συντάσσει μια έκθεση βιωσιμότητας όπου είναι οι εξής (GSSB, 2016) :

- GRI 101: Θεμελίωση / Ίδρυση
- GRI 102: Γενικές αποκαλύψεις
- GRI 103: Προσέγγιση διαχείρισης

Στη συνέχεια, ένας οργανισμός επιλέγει από το σύνολο των συγκεκριμένων προτύπων GRI για να πραγματοποιήσει μια αναφορά σχετικά με τα ουσιώδη θέματα του. Αυτά οργανώνονται σε τρεις σειρές όπου είναι οι εξής (GSSB, 2016) :

- GRI 200 (Οικονομικά θέματα)
- GRI 300 (Περιβαλλοντικά θέματα)
- GRI 400 (Κοινωνικά θέματα)

Κάθε πρότυπο που αφορά ένα θέμα, περιλαμβάνει γνωστοποιήσεις επικεντρωμένες στο συγκεκριμένο θέμα και έχει σχεδιαστεί για χρήση μαζί με το GRI 103: Προσέγγιση διαχείρισης, το οποίο χρησιμοποιείται για την αναφορά της προσέγγισης διαχείρισης του θέματος. Υπάρχουν δύο βασικές προσεγγίσεις για τη χρήση των προτύπων GRI. Για κάθε τρόπο χρήσης τους, υπάρχει μια αντίστοιχη αξίωση ή δήλωση χρήσης, την οποία ένας οργανισμός καλείται να συμπεριλάβει σε οποιοδήποτε δημοσιευμένο υλικό. Οι δύο βασικές προσεγγίσεις περιγράφονται ως εξής (GSSB, 2016) :

- Τα πρότυπα GRI μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως σύνολο για την προετοιμασία μιας έκθεσης βιωσιμότητας που είναι σύμφωνη με τα πρότυπα.

Υπάρχουν δύο επιλογές για την προετοιμασία μιας αναφοράς (Βασική ή Συνολική), ανάλογα με την έκταση των γνωστοποιήσεων που περιλαμβάνονται στην έκθεση. Ένας οργανισμός που ετοιμάζει μια έκθεση σύμφωνα με τα πρότυπα GRI χρησιμοποιεί το πρότυπο GRI 405: Ποικιλομορφία και ίσες ευκαιρίες, αν αυτό είναι ένα από τα ουσιώδη θέματα του.

- Επιλεγμένα πρότυπα GRI ή τμήματα του περιεχομένου τους, μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν για την αναφορά συγκεκριμένων πληροφοριών, χωρίς την προετοιμασία μιας αναφοράς σύμφωνα με τα πρότυπα. Κάθε δημοσιευμένο υλικό που χρησιμοποιεί τα πρότυπα GRI με αυτόν τον τρόπο πρέπει να περιλαμβάνει έναν ισχυρισμό όπου θα αναγράφει «με αναφορά GRI».

Τα πρότυπα GRI περιλαμβάνουν(GSSB, 2016) :

- Απαιτήσεις : Όπου οι απαιτήσεις είναι υποχρεωτικές οδηγίες και εγγράφως οι απαιτήσεις παρουσιάζονται με έντονη γραμματοσειρά και υποδεικνύονται με τη λέξη «πρέπει». Οι απαιτήσεις πρέπει να διαβάζονται στο πλαίσιο των συστάσεων και της καθοδήγησης. Ωστόσο, ένας οργανισμός δεν απαιτείται να συμμορφώνεται με συστάσεις ή οδηγίες για να ισχυριστεί ότι μια έκθεση έχει συνταχθεί σύμφωνα με τα πρότυπα.
- Συστάσεις : Οι συστάσεις είναι περιπτώσεις όπου ενθαρρύνεται μια συγκεκριμένη πορεία δράσης, αλλά δεν απαιτείται. Στο κείμενο, η λέξη «πρέπει» υποδηλώνει μια σύσταση.
- Οδηγία : Οι οδηγίες περιλαμβάνουν βασικές πληροφορίες, επεξηγήσεις και παραδείγματα για να βοηθήσουν τους οργανισμούς να κατανοήσουν καλύτερα τις απαιτήσεις.

Ένας οργανισμός καλείται να συμμορφωθεί με όλες τις ισχύουσες απαιτήσεις προκειμένου να ισχυριστεί ότι η έκθεση του έχει συνταχθεί σύμφωνα με τα πρότυπα

GRI. Στο πλαίσιο των προτύπων GRI, η κοινωνική διάσταση της βιωσιμότητας αφορά τις επιπτώσεις ενός οργανισμού στα κοινωνικά συστήματα εντός των οποίων λειτουργεί. Το GRI 405 πραγματεύεται το θέμα της προσέγγισης ενός οργανισμού στη διαφορετικότητα και την ισότητα ευκαιριών στην εργασία. Όταν ένας οργανισμός προωθεί ενεργά τη διαφορετικότητα και την ισότητα στην εργασία, μπορεί να αποφέρει σημαντικά οφέλη τόσο για τον οργανισμό όσο και για τους εργαζόμενους. Για παράδειγμα, ο οργανισμός μπορεί να αποκτήσει πρόσβαση σε ένα μεγαλύτερο και πιο ποικίλο σύνολο δυνητικών εργαζομένων. Αυτά τα οφέλη εισέρχονται επίσης στην κοινωνία γενικά, καθώς η μεγαλύτερη ισότητα προάγει την κοινωνική σταθερότητα και υποστηρίζει την περαιτέρω οικονομική ανάπτυξη. Αυτές οι έννοιες καλύπτονται σε βασικά μέσα της Διεθνούς Οργάνωσης Εργασίας (ILO), του Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ) και των Ηνωμένων Εθνών (ΟΗΕ). Οι γνωστοποιήσεις στο πρότυπο μπορούν να παρέχουν πληροφορίες σχετικά με τις επιπτώσεις ενός οργανισμού που σχετίζονται με τη διαφορετικότητα και την ισότητα στην εργασία και πώς διαχειρίζονται αυτές τις επιπτώσεις. Πρόσθετες γνωστοποιήσεις που σχετίζονται με αυτό το θέμα είναι οι εξής (GSSB, 2016) :

- GRI 404: Εκπαίδευση και κατάρτιση.
- GRI 406: Μη διάκριση

2.4.1 Το πρότυπο GRI 405 που αφορά θέματα ποικιλομορφίας και ίσων ευκαιριών

Το πρότυπο GRI 405, περιλαμβάνει γνωστοποιήσεις σχετικά με τη διοικητική προσέγγιση και γνωστοποιήσεις για συγκεκριμένα θέματα. Αυτά καθορίζονται στο πρότυπο ως εξής (GSSB, 2016) :

- Γνωστοποιήσεις διαχειριστικής προσέγγισης (αυτή η ενότητα αναφέρεται στο GRI 103).
- Παράρτημα προτύπου 405-1 : Ποικιλομορφία φορέων διακυβέρνησης και υπαλλήλων.

- Παράρτημα προτύπου 405-2 : Δείκτης βασικού μισθού και αμοιβής γυναικών σε σχέση με τους άνδρες.

Τα παραρτήματα του προτύπου που αφορούν τις διοικητικές προσεγγίσεις είναι μια αφηγηματική εξήγηση για το πώς ένας οργανισμός διαχειρίζεται ένα ουσιαστικό θέμα, τις σχετικές επιπτώσεις και τις εύλογες προσδοκίες και τα ενδιαφέροντα των ενδιαφερομένων μερών μιας επιχείρησης. Κάθε οργανισμός που ισχυρίζεται ότι η έκθεση του έχει ετοιμαστεί σύμφωνα με τα πρότυπα GRI, υποχρεούται να αναφέρει τη διαχειριστική του προσέγγιση για κάθε σημαντικό θέμα, καθώς και να αναφέρει τα παραρτήματα για συγκεκριμένα θέματα. Επομένως, αυτό το συγκεκριμένο πρότυπο σχεδιάζεται για χρήση μαζί με το GRI 103: Προσέγγιση διαχείρισης προκειμένου να παρέχει πλήρη αποκάλυψη των επιπτώσεων του οργανισμού. Το GRI 103 καθορίζει τον τρόπο υποβολής εκθέσεων σχετικά με την προσέγγιση διαχείρισης και ποιες πληροφορίες πρέπει να παρέχονται. Κατά την αναφορά της διαχειριστικής του προσέγγισης για διαφορετικότητα και ίσες ευκαιρίες, ο οργανισμός μπορεί επίσης να περιγράψει το νομικό και κοινωνικοοικονομικό περιβάλλον που παρέχει ευκαιρίες και εμπόδια στην ισότητα των φύλων. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει το μερίδιο των εργαζόμενων γυναικών που εκτελούν τις δραστηριότητες του οργανισμού, την ίση αμοιβή τους και τη συμμετοχή τους στο υψηλότερο επίπεδο διακυβέρνησης (GSSB, 2016).

2.4.2 Η ποικιλομορφία των φορέων διακυβέρνησης και των εργαζομένων

Η αναφορά ενός οργανισμού πρέπει να αναφέρει τις ακόλουθες πληροφορίες (GSSB, 2016) :

- Ποσοστά ατόμων που αφορούν τα όργανα διοίκησης του οργανισμού σε καθεμία από τις ακόλουθες κατηγορίες ποικιλομορφίας:
 - Γένος.
 - Ηλικιακή ομάδα: κάτω των 30 ετών, 30-50 ετών, άνω των 50 ετών.
 - Άλλοι δείκτες ποικιλομορφίας όπου χρειάζονται (όπως μειονοτικές ή ευάλωτες ομάδες).

- Ποσοστό εργαζομένων ανά κατηγορία εργαζομένων σε καθεμία από τις ακόλουθες κατηγορίες ποικιλομορφίας :
 - Γένος.
 - Ηλικιακή ομάδα: κάτω των 30 ετών, 30-50 ετών, άνω των 50 ετών.
 - Άλλοι δείκτες ποικιλομορφίας όπου χρειάζονται (όπως μειονοτικές ή ευάλωτες ομάδες).

Παραδείγματα οργάνων διακυβέρνησης που υπάρχουν σε έναν οργανισμό μπορεί να είναι το διοικητικό συμβούλιο, η διοικητική επιτροπή ή ένα παρόμοιο όργανο για έναν μη εταιρικό οργανισμό. Ένας οργανισμός μπορεί να προσδιορίσει τυχόν άλλους δείκτες ποικιλομορφίας που χρησιμοποιούνται στη δική του παρακολούθηση και καταγραφή και που σχετίζονται με την υποβολή εκθέσεων. Αυτό το παράρτημα παρέχει ένα ποσοτικό μέτρο της ποικιλομορφίας εντός ενός οργανισμού και μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε συνδυασμό με τομεακούς ή περιφερειακούς δείκτες αναφοράς. Οι συγκρίσεις μεταξύ της ευρείας ποικιλομορφίας των εργαζομένων και της διαφορετικότητας των ομάδων διαχείρισης προσφέρουν πληροφορίες για ίσες ευκαιρίες. Οι πληροφορίες που αναφέρονται στο συγκεκριμένο παράρτημα βοηθούν επίσης στην εκτίμηση των θεμάτων που μπορεί να έχουν ιδιαίτερη σημασία για ορισμένα τμήματα των υπεύθυνων της διοίκησης ή των εργαζομένων (GSSB, 2016).

2.4.3 Η αναλογία και οι διακρίσεις του βασικού μισθού και των αμοιβών των γυναικών έναντι των ανδρών

Η αναφορά ενός οργανισμού μπορεί να περιέχει τις ακόλουθες πληροφορίες (GSSB, 2016) :

- Δείκτης βασικού μισθού και αποδοχών των γυναικών σε σχέση με τους άνδρες για κάθε κατηγορία εργαζομένων, με βάση τις σημαντικές τοποθεσίες λειτουργίας.
- Ο ορισμός που χρησιμοποιείται για «σημαντικές τοποθεσίες λειτουργίας».

Η αναφορά ενός οργανισμού μπορεί να αντλήσει από τις πληροφορίες που χρησιμοποιήθηκαν για το παράρτημα του GRI405-1, με σκοπό να προσδιορίσει τον συνολικό αριθμό σε κάθε κατηγορία εργαζομένων κατά φύλο. Ένας οργανισμός μπορεί να αναλάβει ενεργό ρόλο στην αναθεώρηση των λειτουργιών και των αποφάσεων του, προκειμένου να προωθήσει τη διαφορετικότητα, να εξαλείψει την προκατάληψη του φύλου και να υποστηρίξει ίσες ευκαιρίες. Αυτές οι αρχές ισχύουν εξίσου για τις πολιτικές προσλήψεων, ευκαιριών προόδου και αποδοχών. Η ισότητα των αμοιβών είναι επίσης σημαντικός παράγοντας για τη διατήρηση ειδικευμένων εργαζομένων (GSSB, 2016).

Κεφάλαιο 3^ο : Μεθοδολογική προσέγγιση

3.1 Σκοπός και ερευνητικά ερωτήματα

Ο σκοπός της συγκεκριμένης έρευνας είναι να μελετήσει κατά πόσο υπάρχουν κοινωνικές και εργασιακές διακρίσεις στις επιχειρήσεις ή/και στους οργανισμούς, μεταξύ των 2 φύλων. Πραγματοποιήθηκε η δημιουργία κλιμάκων αξιολόγησης με βάση τα κοινωνικά και εργασιακά κριτήρια των διακρίσεων και συγκεκριμένες επιχειρήσεις πρόκειται να βαθμολογηθούν, στο κατά πόσο είναι κοινωνικά υπεύθυνες και για την βιωσιμότητα τους.

Τα ερευνητικά ερωτήματα που τέθηκαν στο συγκεκριμένο ερευνητικό μέρος είναι τα εξής:

- Υπάρχουν ανισότητες (οποιοδήποτε είδους) στον εργασιακό χώρο που αφορούν τις γυναίκες σε σχέση με τους άνδρες;
- Κατά πόσο οι γυναίκες πρέπει να προσπαθούν περισσότερο για την εργασιακή ανέλιξη τους σε σχέση με τους άνδρες;
- Ποιες κατηγορίες ανισοτήτων, μεταξύ γυναικών και ανδρών, πιστεύεται ότι υπάρχουν σε ένα εργασιακό περιβάλλον;

- Θα πρέπει οι γυναίκες να καταλαμβάνουν υπεύθυνες θέσεις εντός της επιχείρησης ή του οργανισμού σε σχέση με τους άνδρες;

3.2 Μεθοδολογία, δείγμα και ερευνητικό εργαλείο

Η ανάλυση που θα πραγματοποιηθεί θα αφορά την αξιολόγηση μερικών επιχειρήσεων με βάση συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, για το κατά πόσο η γυναίκα που εργάζεται στις συγκεκριμένες επιχειρήσεις αντιμετωπίζεται το ίδιο σε σχέση με τον άντρα εργαζόμενο. Οι επιχειρήσεις που επιλέχθηκαν, έχουν δημοσιεύσει τις ετήσιες εκθέσεις βιώσιμης ανάπτυξης τους και οι πληροφορίες που θα αντληθούν αφορούν στοιχεία που βρίσκονται στις συγκεκριμένες εκθέσεις. Το δείγμα της έρευνας αποτελείται από 8 μεγάλες επιχειρήσεις όπου αναλύονται μέσω πινάκων και διαγραμματικής απεικόνισης τους για το κατά πόσο συμβάλλουν σε θέματα ποικιλομορφίας και ίσων ευκαιριών εντός του περιβάλλοντος της επιχείρησής τους. Η αξιολόγηση των εταιρειών θα πραγματοποιηθεί με βάση 2 κατηγορίες διακρίσεων όπου θα είναι οι κοινωνικές και οι εργασιακές διακρίσεις. Κάθε υποκατηγορία διακρίσεων θα μπορεί να λαμβάνει τιμές από το 0 (χαμηλό) έως το 10 (υψηλό).

Ο τρόπος προσέγγισης της μεθοδολογίας βασίζεται σε μερικά άρθρα που πραγματοποιήθηκαν από διάφορους ερευνητές με σκοπό την αναφορά των εργασιακών διακρίσεων μεταξύ των 2 φύλων στην επιχείρηση ή/και τον οργανισμό. Οι συγκεκριμένες έρευνες επιλέχθηκαν προσεκτικά, με βάση το θέμα τους, όπου στην ουσία αποτελούν ένα σκαλοπάτι για την δημιουργία του συγκεκριμένου ερευνητικού μέρους.

Το πρώτο άρθρο που λήφθηκε υπόψη έχει συνταχθεί από τους Livanos, Yalkin&Nunez (2009) με τίτλο «Διακρίσεις λόγω φύλου στην απασχόληση : Οι περιπτώσεις της Ελλάδας και του Ηνωμένου Βασιλείου». Ουσιαστικά, τα δεδομένα που συλλέχθηκαν από το συγκεκριμένο άρθρο είναι οι κατηγορίες των κοινωνικών και εργασιακών διακρίσεων που μπορεί να υπάρχουν μέσα σε μια επιχείρηση μεταξύ των 2 φύλων.

Το δεύτερο άρθρο που λήφθηκε υπόψη έχει συνταχθεί από τον Ψαχαρόπουλο Γεώργιο (2010) με τίτλο «Διακρίσεις λόγω φύλου στην ελληνική αγορά εργασίας». Ουσιαστικά, τα δεδομένα που συλλέχθηκαν από το συγκεκριμένο άρθρο είναι η κλίμακα βαθμολογίας που μπορεί να ληφθεί υπόψη για να αξιολογηθούν οι κατηγορίες των κοινωνικών και εργασιακών διακρίσεων σε μια επιχείρηση.

Τέλος, οι συνολικές καθοδηγήσεις παρήχθησαν από τον κ. Ευαγγελινό Κωνσταντίνο και συγκεκριμένα μέσω ενός κεφαλαίου σε ένα βιβλίο και ενός άρθρου. Ο τίτλος του κεφαλαίου του βιβλίου ήταν «Ανάλυση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) και Αξιολόγησης Αναφορών Βιωσιμότητας στον Ελληνικό Τραπεζικό Τομέα» και ο τίτλος του άρθρου ήταν «Προτεραιότητες και αντιλήψεις για την εταιρική κοινωνική ευθύνη». Τα έτη δημιουργίας τόσο του κεφαλαίου όσο και του άρθρου ήταν το 2010 και το 2015 αντίστοιχα. Πρέπει όμως να αναφερθούν και τα ονόματα των υπόλοιπων συγγραφέων τόσο στην μια περίπτωση όσο και στην άλλη. Μαζί τον κ. Ευαγγελινό συνέταξαν το κεφάλαιο του βιβλίου και οι Νικολάου, Σκουλούδης και Filho, ενώ στην πλαισίωση του κ. Ευαγγελινού για την συγγραφή του άρθρου ήταν οι Σκουλούδης, Μαλέσιος και Αυλωνίτης.

Με βάση τα παραπάνω, προήλθαν οι ιδέες της δημιουργίας των κλιμάκων αξιολόγησης των εταιρειών, που αφορούσαν τις κοινωνικές και εργασιακές διακρίσεις, μεταξύ των 2 φύλων. Τα δεδομένα αντλήθηκαν από τις αναφορές βιωσιμότητας και κοινωνικής ευθύνης κάθε επιχείρησης που δημοσιεύονται κάθε χρόνο, όπως οι ισολογισμοί κάθε εταιρείας. Μέσω αυτών των αναφορών, οι επιχειρήσεις παρουσιάζουν κατά πόσο κοινωνικά υπεύθυνες είναι στο έτος αναφοράς.

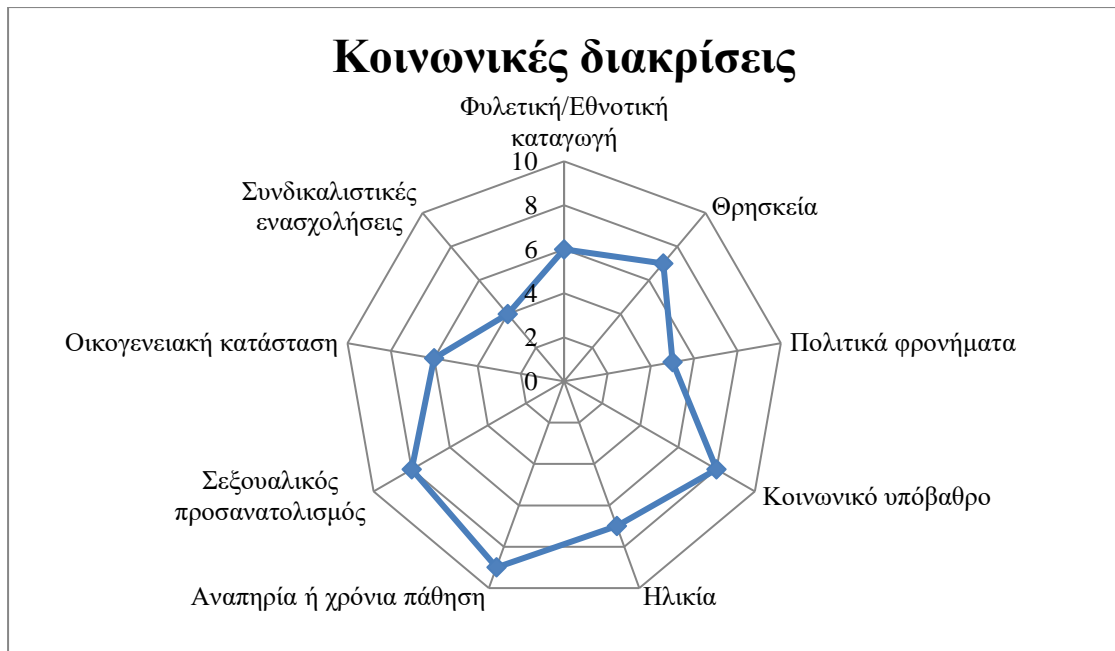
Κεφάλαιο 4^ο : Αποτελέσματα μεθοδολογικής προσέγγισης

Επιχείρηση 1^η: Η Attica A.E. Συμμέτοχων (AtticaGroup) είναι διαχειριστής διεθνών ακτοπλοϊκών υπηρεσιών στην Ευρώπη. Οι δραστηριότητες του Ομίλου περιλαμβάνουν τις θυγατρικές του SuperfastFerries, η οποία ξεκίνησε το 1995 με την έναρξη των πρώτων πλοίων της, του Superfast I & Superfast II και του BlueStarFerries που εκτελεί δρομολόγια με την χρήση πλοίων στο Αιγαίο Πέλαγος.

Κοινωνικές διακρίσεις της εταιρείας Attica AE	
Φυλετική και εθνοτική καταγωγή	6
Θρησκεία	7
Πολιτικά φρονήματα	5
Κοινωνικό υπόβαθρο	8
Ηλικία	7
Αναπηρία ή χρόνια πάθηση	9
Σεξουαλικός προσανατολισμός	8
Οικογενειακή κατάσταση	6
Συνδικαλιστικές ενασχολήσεις	2

Πίνακας 1 : Η αξιολόγηση των κοινωνικών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας AtticaAE

(πηγή : Attica Group, 2020)



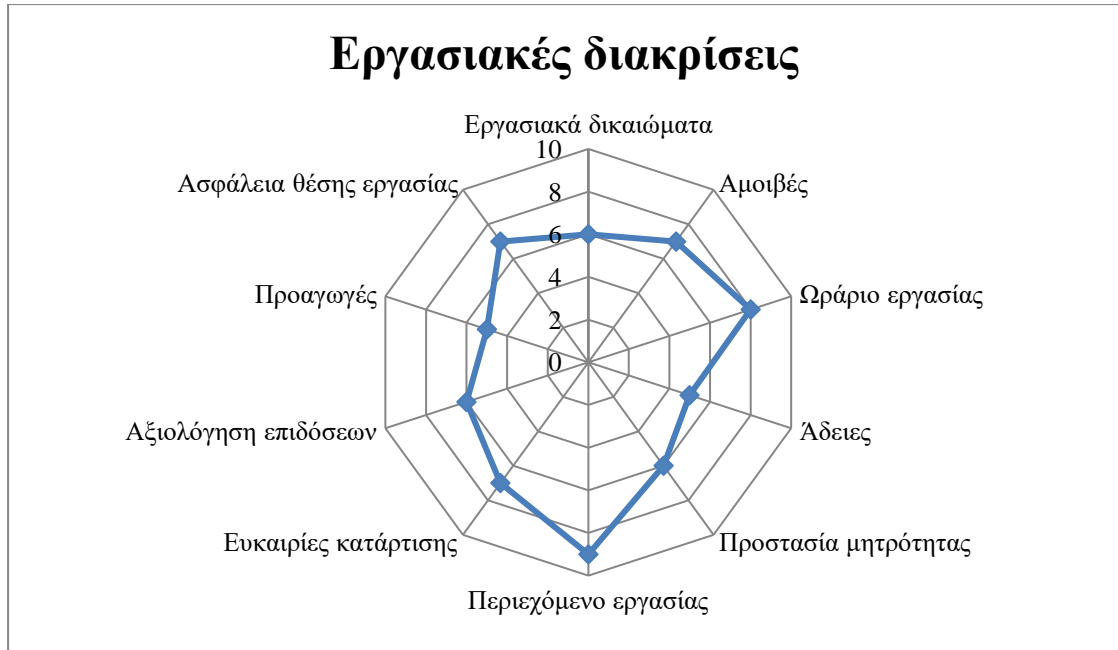
Διάγραμμα 1 : Η αξιολόγηση των κοινωνικών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας AtticaAE

(πηγή : Attica Group, 2020)

Εργασιακές διακρίσεις της εταιρείας Attica AE	
Εργασιακά δικαιώματα	6
Αμοιβές	7
Ωράριο εργασίας	8
Άδειες	5
Προστασία μητρότητας	6
Περιεχόμενο εργασίας	9
Ευκαιρίες κατάρτισης	7
Αξιολόγηση επιδόσεων	6
Προαγωγές	5
Ασφάλεια θέσης εργασίας	7

Πίνακας 2 : Η αξιολόγηση των εργασιακών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας AtticaAE

(πηγή : Attica Group, 2020)



Διάγραμμα 2 : Η αξιολόγηση των εργασιακών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας AtticaAE

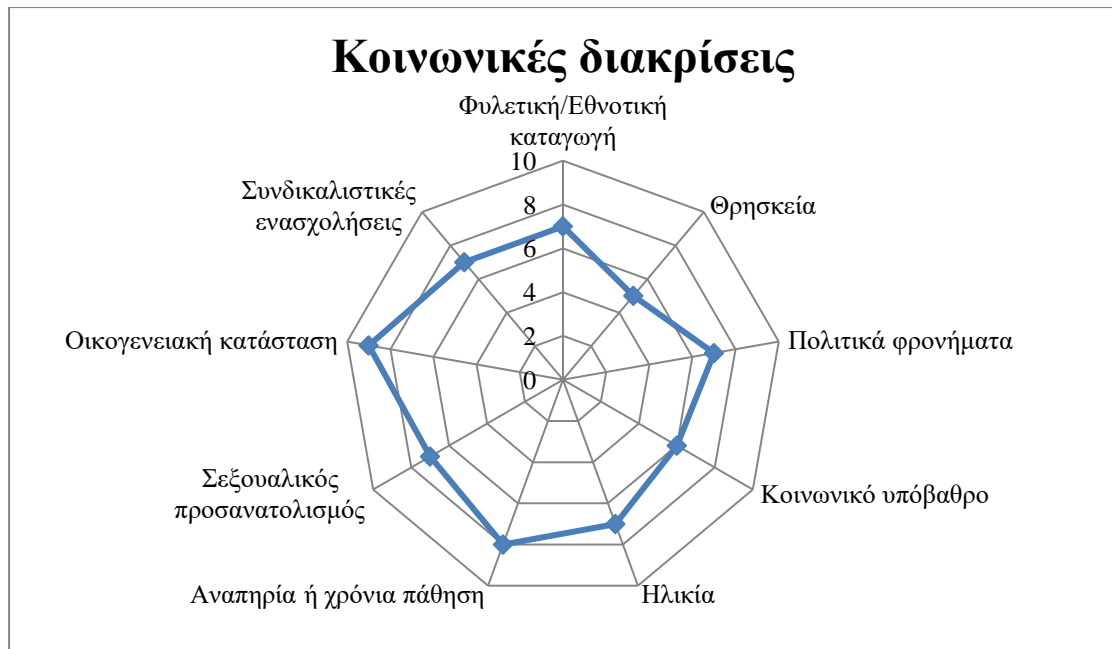
(πηγή : AtticaGroup, 2020)

Επιχείρηση²¹: Ο Ελληνικός Οργανισμός Τηλεπικοινωνιών Α.Ε. (πλέον Όμιλος ΟΤΕ) είναι η μεγαλύτερη εταιρεία τεχνολογίας στην Ελλάδα. Είναι μία από τις τρεις μεγαλύτερες εταιρείες εισηγμένες στο Χρηματιστήριο Αθηνών, σύμφωνα με την κεφαλαιοποίηση της αγοράς. Ο Όμιλος ΟΤΕ προσφέρει σταθερή και κινητή τηλεφωνία, ευρυζωνικές υπηρεσίες, συνδρομητική τηλεόραση και ολοκληρωμένη Τεχνολογία Πληροφοριών και Επικοινωνιών (ΤΠΕ). Ταυτόχρονα, ο Όμιλος συμμετέχει σε μια σειρά δραστηριοτήτων, κυρίως δορυφορικές υπηρεσίες, κατάρτιση για επαγγελματίες και αυτούς που ενδιαφέρονται για την αγορά ακινήτων. Παλαιότερα ο ΟΤΕ αποτελούσε κρατικό μονοπώλιο, αλλά η ιδιωτικοποίηση του ΟΤΕ ξεκίνησε το 1996 και τώρα πλέον είναι εισηγμένη στα Χρηματιστήρια Αθηνών και του Λονδίνου. Σήμερα, ο Όμιλος ΟΤΕ απασχολεί περίπου 13.000 άτομα στην Ελλάδα και περίπου 20.000 συνολικά. Από τον Ιούλιο του 2009, η Deutsche Telekom είναι ο μεγαλύτερος μέτοχος της εταιρείας.

Κοινωνικές διακρίσεις της εταιρείας ΟΤΕ ΑΕ	
Φυλετική και εθνοτική καταγωγή	7
Θρησκεία	5
Πολιτικά φρονήματα	7
Κοινωνικό υπόβαθρο	6
Ηλικία	7
Αναπηρία ή χρόνια πάθηση	8
Σεξουαλικός προσανατολισμός	7
Οικογενειακή κατάσταση	9
Συνδικαλιστικές ενασχολήσεις	7

Πίνακας 3 : Η αξιολόγηση των κοινωνικών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας ΟΤΕ ΑΕ

(πηγή : OTEGroupofCompanies, 2020)



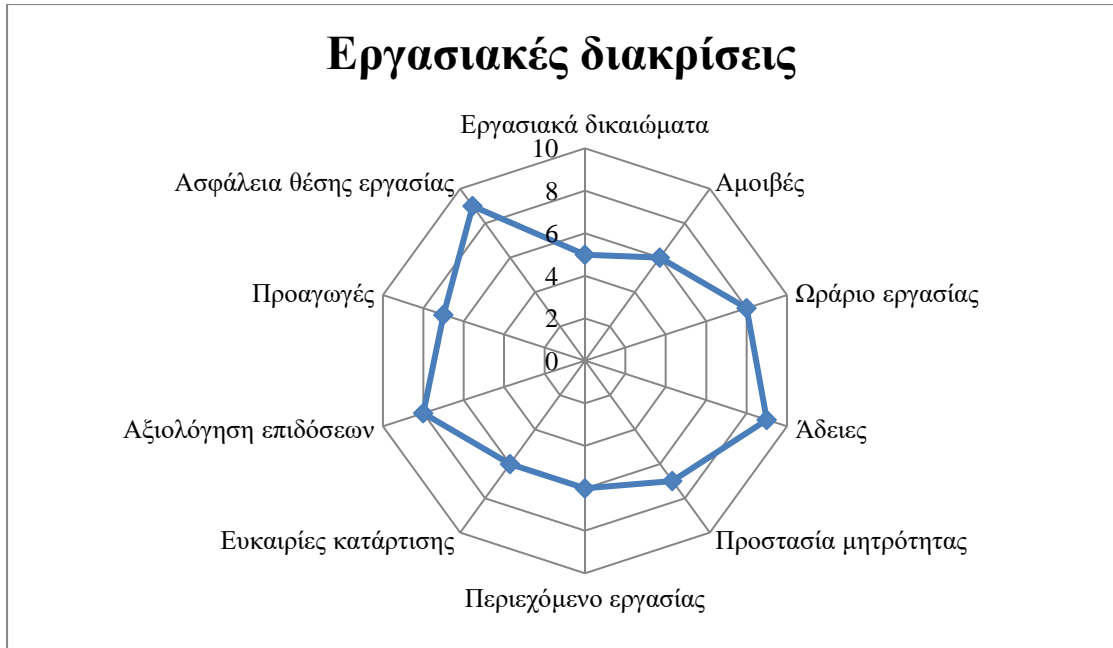
Διάγραμμα 3 : Η αξιολόγηση των κοινωνικών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας ΟΤΕ ΑΕ

(πηγή : OTEGroupofCompanies, 2020)

Εργασιακές διακρίσεις της εταιρείας ΟΤΕ ΑΕ	
Εργασιακά δικαιώματα	5
Αμοιβές	6
Ωράριο εργασίας	8
Άδειες	9
Προστασία μητρότητας	7
Περιεχόμενο εργασίας	6
Ευκαιρίες κατάρτισης	6
Αξιολόγηση επιδόσεων	8
Προαγωγές	7
Ασφάλεια θέσης εργασίας	9

Πίνακας 4 : Η αξιολόγηση των εργασιακών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας ΟΤΕ ΑΕ

(πηγή : OTEGroupofCompanies, 2020)



Διάγραμμα 4 : Η αξιολόγηση των εργασιακών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας ΟΤΕ ΑΕ

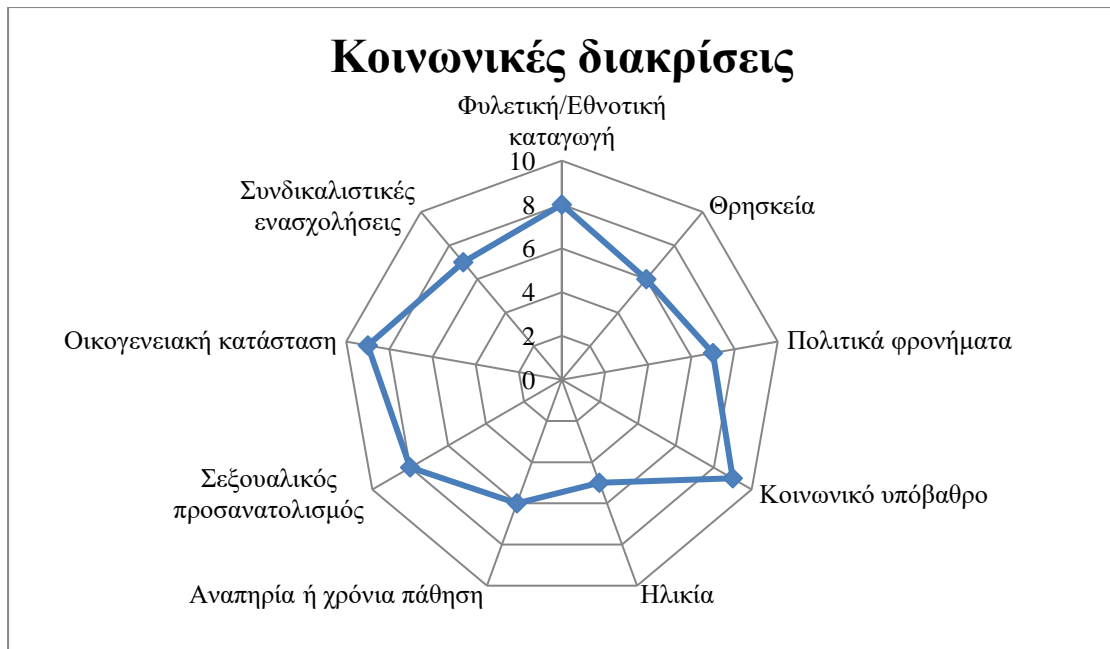
(πηγή : ΟΤΕGroupofCompanies, 2020)

Επιχείρηση³¹: Η Lamda Development A.E., εισηγμένη στην κύρια αγορά του Χρηματιστηρίου Αθηνών, είναι μια εταιρεία χαρτοφυλακίου που ειδικεύεται στην ανάπτυξη, τις επενδύσεις και την διαχείριση ακινήτων. Είναι ο κορυφαίος κατασκευαστής ακινήτων στην Ελλάδα καθώς και ο αδιαμφισβήτητος ηγέτης στον τομέα των εμπορικών κέντρων, με επιτυχημένη διαφοροποίηση στους χώρους των γραφείων και των κατοικιών (LamdaDevelopment, 2020).

Κοινωνικές διακρίσεις της εταιρείας Lamda Development	
Φυλετική και εθνοτική καταγωγή	8
Θρησκεία	6
Πολιτικά φρονήματα	7
Κοινωνικό υπόβαθρο	9
Ηλικία	5
Αναπηρία ή χρόνια πάθηση	6
Σεξουαλικός προσανατολισμός	8
Οικογενειακή κατάσταση	9
Συνδικαλιστικές ενασχολήσεις	7

Πίνακας 5: Η αξιολόγηση των κοινωνικών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας Lamda Development

(πηγή : LamdaDevelopment, 2020)



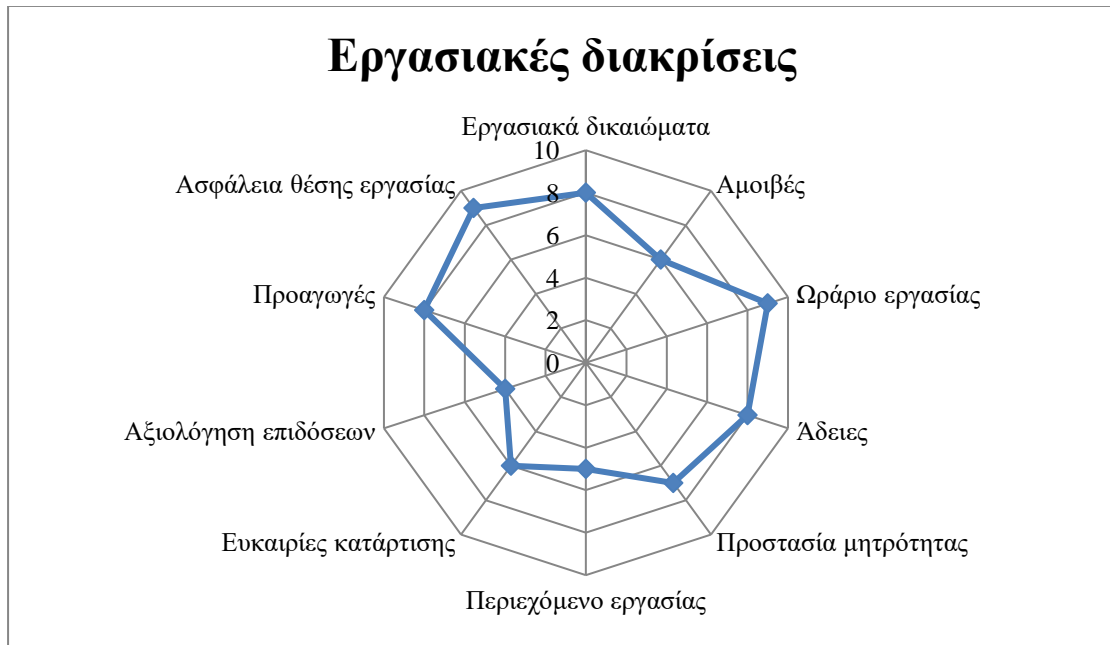
Διάγραμμα 5 : Η αξιολόγηση των κοινωνικών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας Lamda Development

(πηγή : LamdaDevelopment, 2020)

Εργασιακές διακρίσεις της εταιρείας Lamda Development	
Εργασιακά δικαιώματα	8
Αμοιβές	6
Ωράριο εργασίας	9
Άδειες	8
Προστασία μητρότητας	7
Περιεχόμενο εργασίας	5
Ευκαιρίες κατάρτισης	6
Αξιολόγηση επιδόσεων	4
Προαγωγές	8
Ασφάλεια θέσης εργασίας	9

Πίνακας 6 : Η αξιολόγηση των εργασιακών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας Lamda Development

(πηγή : LamdaDevelopment, 2020)



Διάγραμμα 6 : Η αξιολόγηση των εργασιακών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας Lamda Development

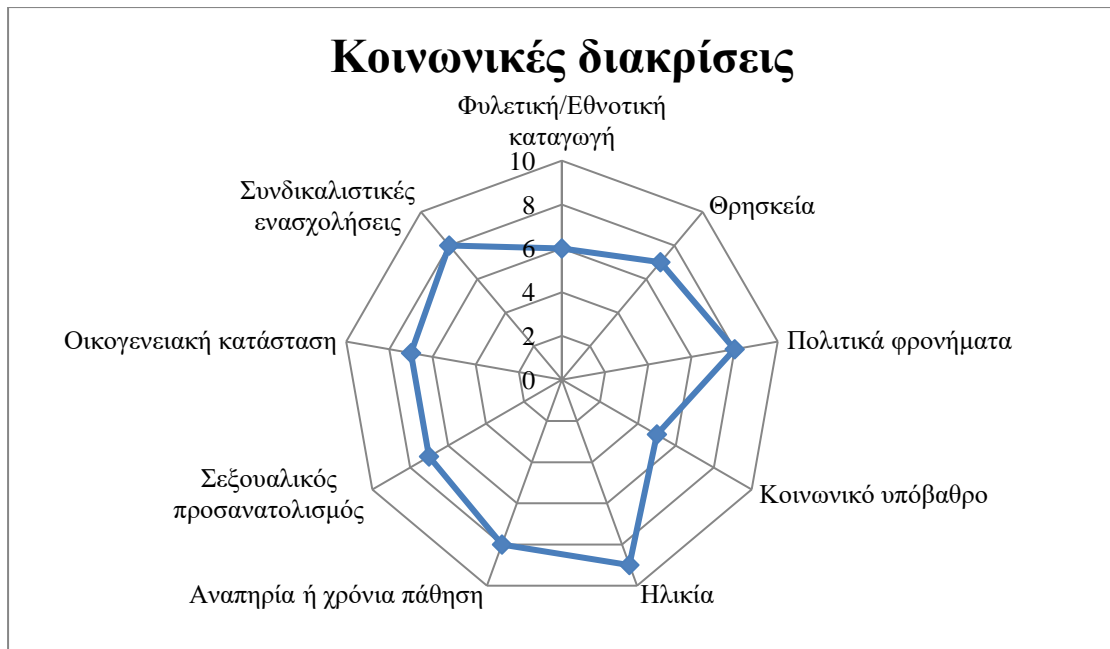
(πηγή : LamdaDevelopment, 2020)

Επιχείρηση4η: Η Lidl είναι ένας όμιλος εταιρειών με παγκόσμια παρουσία στον τομέα του λιανεμπορίου, όπου δημιούργησε το πρώτο κατάστημα το 1973 στη Γερμανία και πλέον κατέχει από τα μεγαλύτερα δίκτυαεμπορικών καταστημάτων διατροφικών ειδών στην Ευρώπη, όπου σήμερα κατέχει περίπου 10.500 καταστήματα, 315.000 άτομα στο εργατικό δυναμικό του ομίλου, και έχει παρουσία σε παραπάνω από 30 κράτη.Η Lidl Ελλάς δημιουργήθηκε το 1999 και κατέχει περισσότερα από 225 καταστήματα στην περιοχή της Θεσσαλονίκης. Στα πλαίσια της συνεχούςβελτίωσης της εταιρείας, παρέχειδυνατότητες σταδιοδρομίας σε ένα παγκόσμιο περιβάλλον (LidlHellas, 2019).

Κοινωνικές διακρίσεις της εταιρείας LidlHellas	
Φυλετική και εθνοτική καταγωγή	6
Θρησκεία	7
Πολιτικά φρονήματα	8
Κοινωνικό υπόβαθρο	5
Ηλικία	9
Αναπηρία ή χρόνια πάθηση	8
Σεξουαλικός προσανατολισμός	7
Οικογενειακή κατάσταση	7
Συνδικαλιστικές ενασχολήσεις	8

Πίνακας 7 : Η αξιολόγηση των κοινωνικών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας LidlHellas

(πηγή : LidlHellas, 2019)



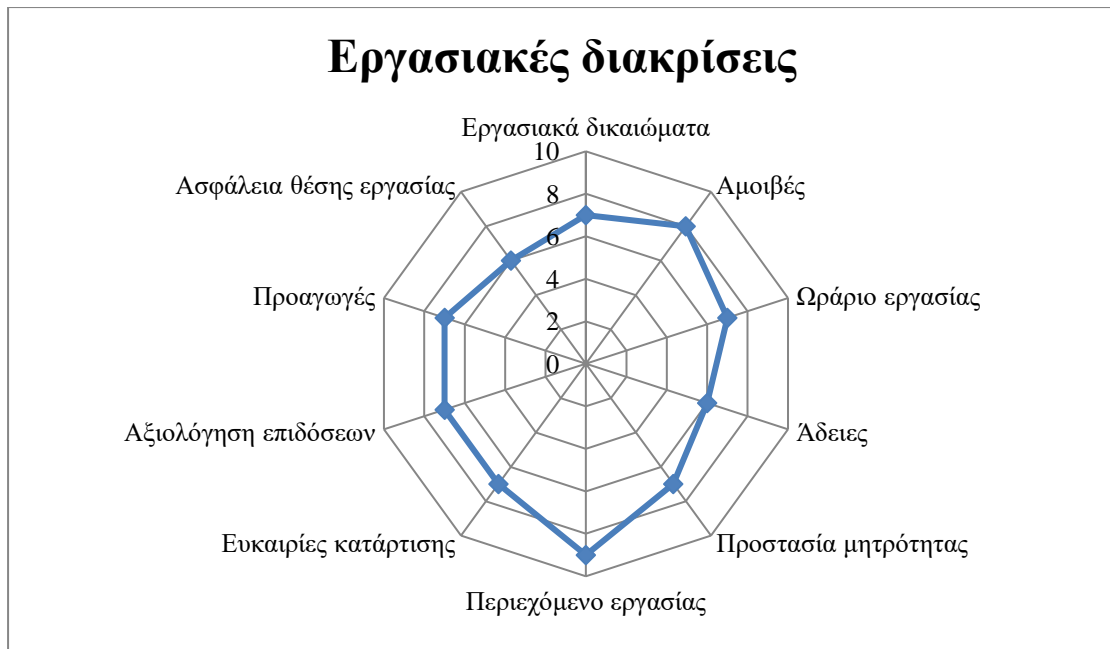
Διάγραμμα 7 : Η αξιολόγηση των κοινωνικών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας LidlHellas

(πηγή : LidlHellas, 2019)

Εργασιακές διακρίσεις της εταιρείας LidlHellas	
Εργασιακά δικαιώματα	7
Αμοιβές	8
Ωράριο εργασίας	7
Άδειες	6
Προστασία μητρότητας	7
Περιεχόμενο εργασίας	9
Ευκαιρίες κατάρτισης	7
Αξιολόγηση επιδόσεων	7
Προαγωγές	7
Ασφάλεια θέσης εργασίας	6

Πίνακας 8 : Η αξιολόγηση των εργασιακών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας LidlHellas

(πηγή : LidlHellas, 2019)



Διάγραμμα 8 : Η αξιολόγηση των εργασιακών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας LidlHellas

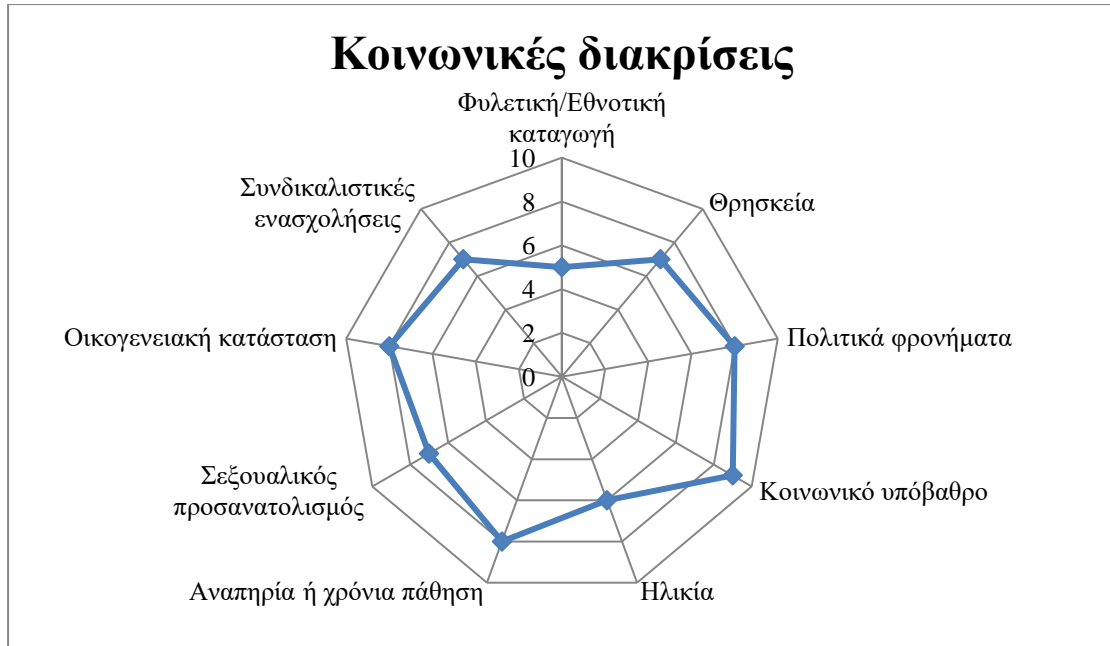
(πηγή : LidlHellas, 2019)

Επιχείρηση⁵: Η EllaktorGroup ΑΕ είναι ένας πολυεθνικός ελληνικός κατασκευαστικός όμιλος (ο μεγαλύτερος στην Ελλάδα) με δραστηριότητες που καλύπτουν διάφορους τομείς της δημόσιας και της ιδιωτικής ανάπτυξης (ακίνητα, ενέργεια (βιοαέριο και άλλες μορφές ενέργειες), σιδηροδρόμους (αναβάθμιση Ηλεκτρικών Σιδηροδρόμων Αθήνα-Πειραιά), σωλήνες καυσίμων και ανάπτυξη άλλων υποδομών σε δέκα χώρες. Σε διεθνές επίπεδο, λειτουργεί στο Ομάν (έργο BlueCity μέσω της θυγατρικής Aktor, είναι το μεγαλύτερο έργο-κλειδί στο εξωτερικό), στην Σερβία, στο Βουκουρέστι και στη Ρωσία (διαχείριση απορριμμάτων), στο Κατάρ (αεροδρόμια) καθώς και στα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα και στο Κουβέιτ (EllaktorGroup, 2020).

Κοινωνικές διακρίσεις της εταιρείας EllaktorGroup ΑΕ	
Φυλετική και εθνοτική καταγωγή	5
Θρησκεία	7
Πολιτικά φρονήματα	8
Κοινωνικό υπόβαθρο	9
Ηλικία	6
Αναπηρία ή χρόνια πάθηση	8
Σεξουαλικός προσανατολισμός	7
Οικογενειακή κατάσταση	8
Συνδικαλιστικές ενασχολήσεις	7

Πίνακας 9 : Η αξιολόγηση των κοινωνικών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας EllaktorGroup ΑΕ

(πηγή : Ellaktor Group, 2020)



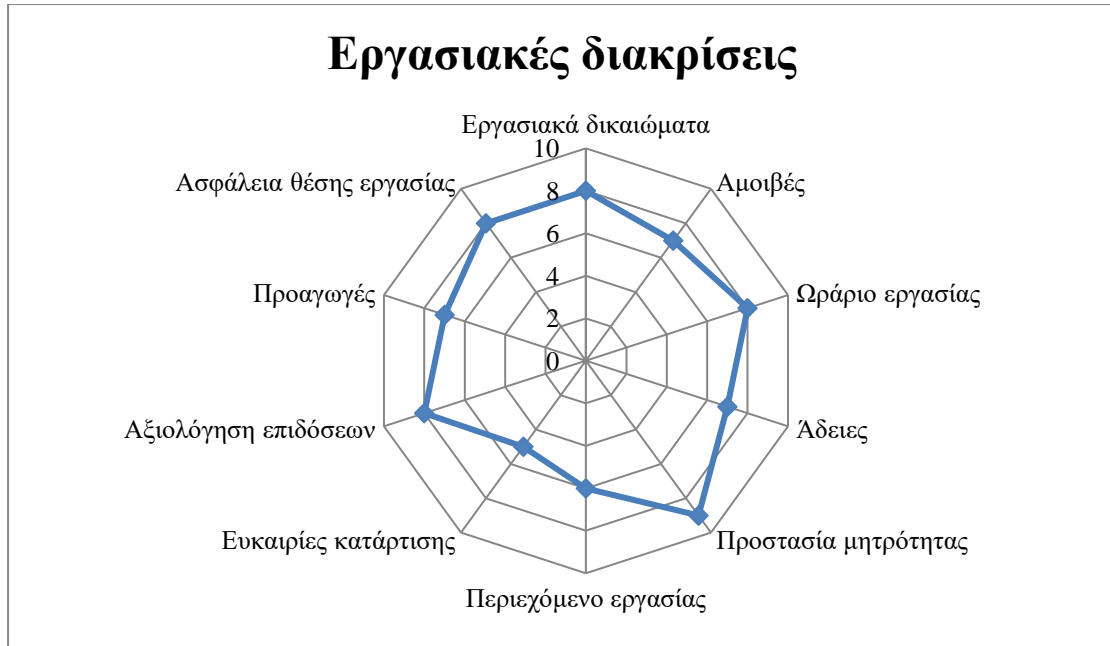
Διάγραμμα 9 : Η αξιολόγηση των κοινωνικών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας EllaktorGroup AE

(πηγή : Ellaktor Group, 2020)

Εργασιακές διακρίσεις της εταιρείας EllaktorGroup AE	
Εργασιακά δικαιώματα	8
Αμοιβές	7
Ωράριο εργασίας	8
Άδειες	7
Προστασία μητρότητας	9
Περιεχόμενο εργασίας	6
Ευκαιρίες κατάρτισης	5
Αξιολόγηση επιδόσεων	8
Προαγωγές	7
Ασφάλεια θέσης εργασίας	8

Πίνακας 10 : Η αξιολόγηση των εργασιακών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας EllaktorGroup AE

(πηγή : Ellaktor Group, 2020)



Διάγραμμα 10 : Η αξιολόγηση των εργασιακών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας EllaktorGroup ΑΕ

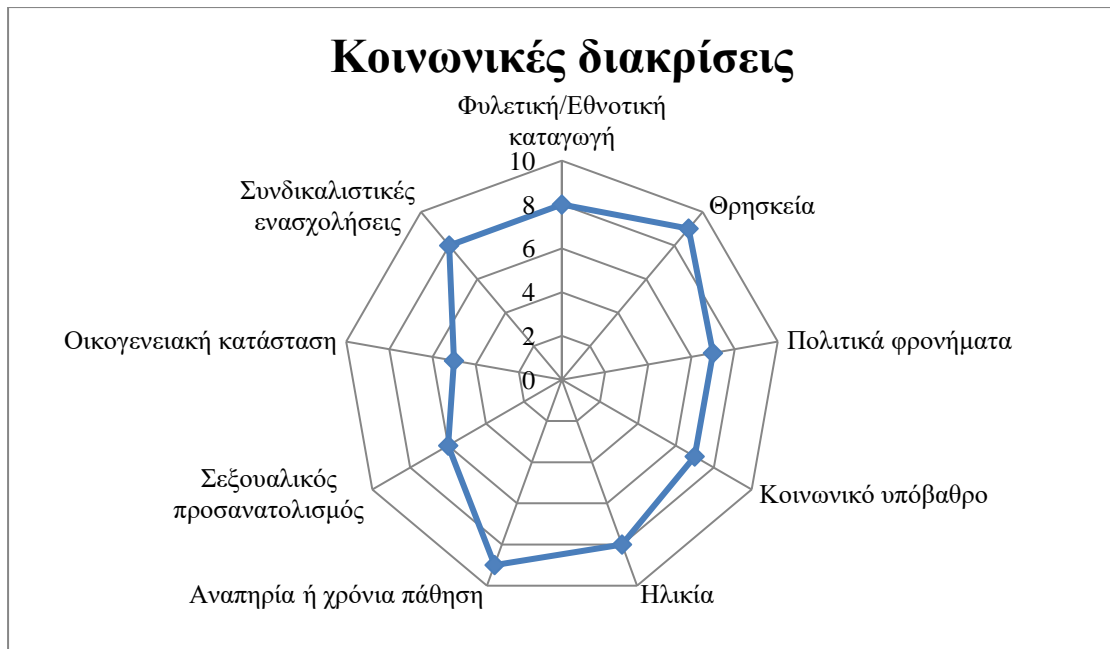
(πηγή : EllaktorGroup, 2020)

Επιχείρηση⁶¹: Ο Όμιλος Eurobank είναι ένας χρηματοοικονομικός οργανισμός που δραστηριοποιείται στην Ελλάδα, την Κύπρο, το Λουξεμβούργο, τη Σερβία, τη Βουλγαρία και το Ηνωμένο Βασίλειο. Από τον Δεκέμβριο του 2018, ο Όμιλος Eurobank μετρά, περιουσιακά στοιχεία 58 δισεκατομμύρια ευρώ, 653 τοποθεσίες εξυπηρέτησης πελατών στην Ελλάδα και το εξωτερικό και 13.162 εργαζόμενους (Eurobank, 2020).

Κοινωνικές διακρίσεις της εταιρείας Eurobank	
Φυλετική και εθνοτική καταγωγή	8
Θρησκεία	9
Πολιτικά φρονήματα	7
Κοινωνικό υπόβαθρο	7
Ηλικία	8
Αναπηρία ή χρόνια πάθηση	9
Σεξουαλικός προσανατολισμός	6
Οικογενειακή κατάσταση	5
Συνδικαλιστικές ενασχολήσεις	8

Πίνακας 11 : Η αξιολόγηση των κοινωνικών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας Eurobank

(πηγή : Eurobank, 2020)



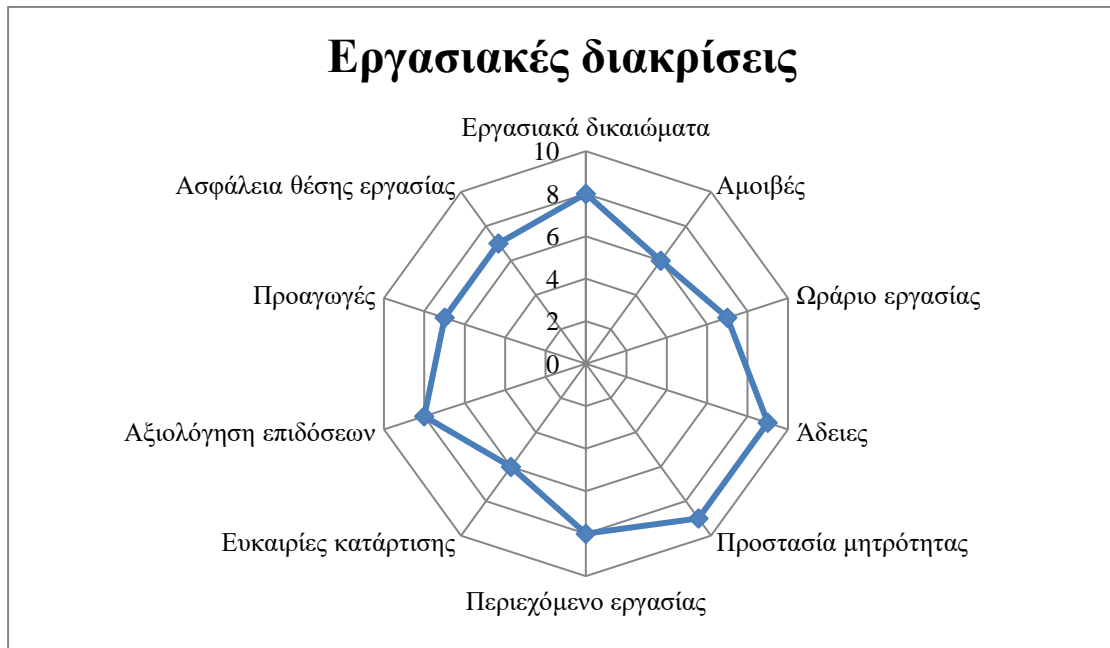
Διάγραμμα 11 : Η αξιολόγηση των κοινωνικών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας Eurobank

(πηγή : Eurobank, 2020)

Εργασιακές διακρίσεις της εταιρείας Eurobank	
Εργασιακά δικαιώματα	8
Αμοιβές	6
Ωράριο εργασίας	7
Άδειες	9
Προστασία μητρότητας	9
Περιεχόμενο εργασίας	8
Ευκαιρίες κατάρτισης	6
Αξιολόγηση επιδόσεων	8
Προαγωγές	7
Ασφάλεια θέσης εργασίας	7

Πίνακας 12 : Η αξιολόγηση των εργασιακών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας Eurobank

(πηγή : Eurobank, 2020)



Διάγραμμα 12 : Η αξιολόγηση των εργασιακών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας Eurobank

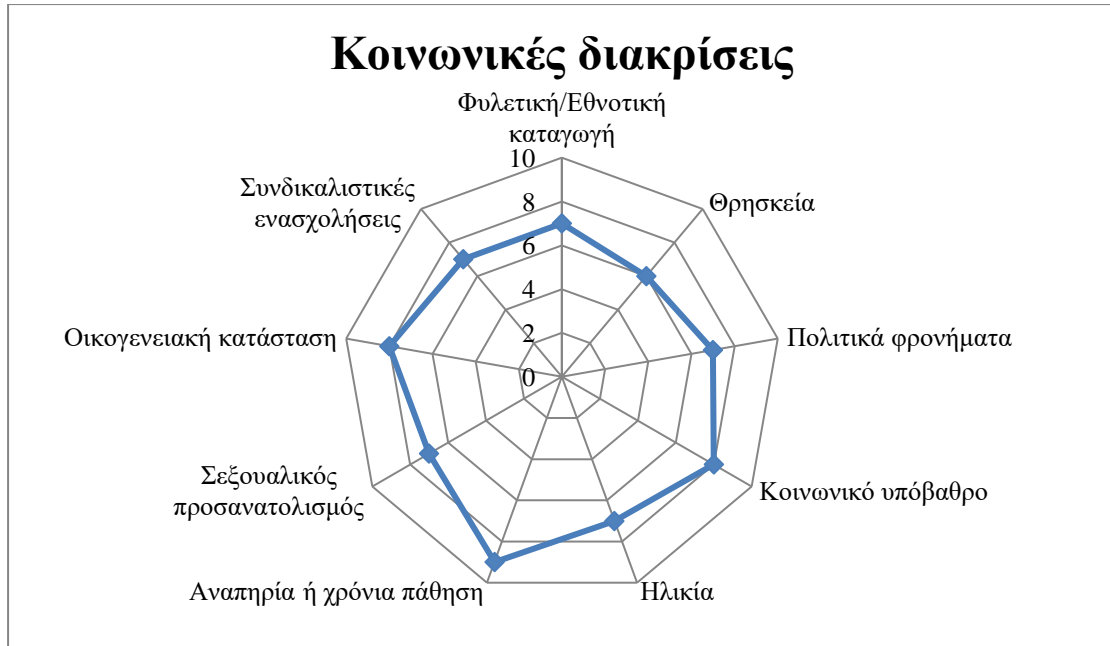
(πηγή : Eurobank, 2020)

Επιχείρηση⁷¹: Η INTRASOFT International είναι ένας κορυφαίος Ευρωπαϊκός Όμιλος Λύσεων και Υπηρεσιών Πληροφορικής με ισχυρή διεθνή παρουσία και τεχνογνωσία, προσφέροντας καινοτόμες και προστιθέμενης αξίας λύσεις υψηλής ποιότητας σε ένα ευρύ φάσμα διεθνών και τοπικών δημόσιων και ιδιωτικών οργανισμών. Η εταιρεία απασχολεί περισσότερους από 2.200 εξειδικευμένους επαγγελματίες, που εκπροσωπούν πάνω από 20 διαφορετικές εθνικότητες και κατέχουν περισσότερες από 18 γλώσσες. Με έδρα το Λουξεμβούργο, η INTRASOFT International λειτουργεί μέσω των επιχειρησιακών υποκαταστημάτων, θυγατρικών και γραφείων της σε 13 χώρες όπου είναι το Βέλγιο, η Βουλγαρία, η Κύπρος, η Δανία, η Ελλάδα, η Ιορδανία, η Κένυα, το Λουξεμβούργο, η Ρουμανία, η Νότια Αφρική, το Ηνωμένο Βασίλειο, τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα και οι ΗΠΑ (IntrasoftInternational, 2020).

Κοινωνικές διακρίσεις της εταιρείας INTRASOFT International	
Φυλετική και εθνοτική καταγωγή	7
Θρησκεία	6
Πολιτικά φρονήματα	7
Κοινωνικό υπόβαθρο	8
Ηλικία	7
Αναπηρία ή χρόνια πάθηση	9
Σεξουαλικός προσανατολισμός	7
Οικογενειακή κατάσταση	8
Συνδικαλιστικές ενασχολήσεις	7

Πίνακας 13 : Η αξιολόγηση των κοινωνικών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας INTRASOFT International

(πηγή : Intrasoft International, 2020)



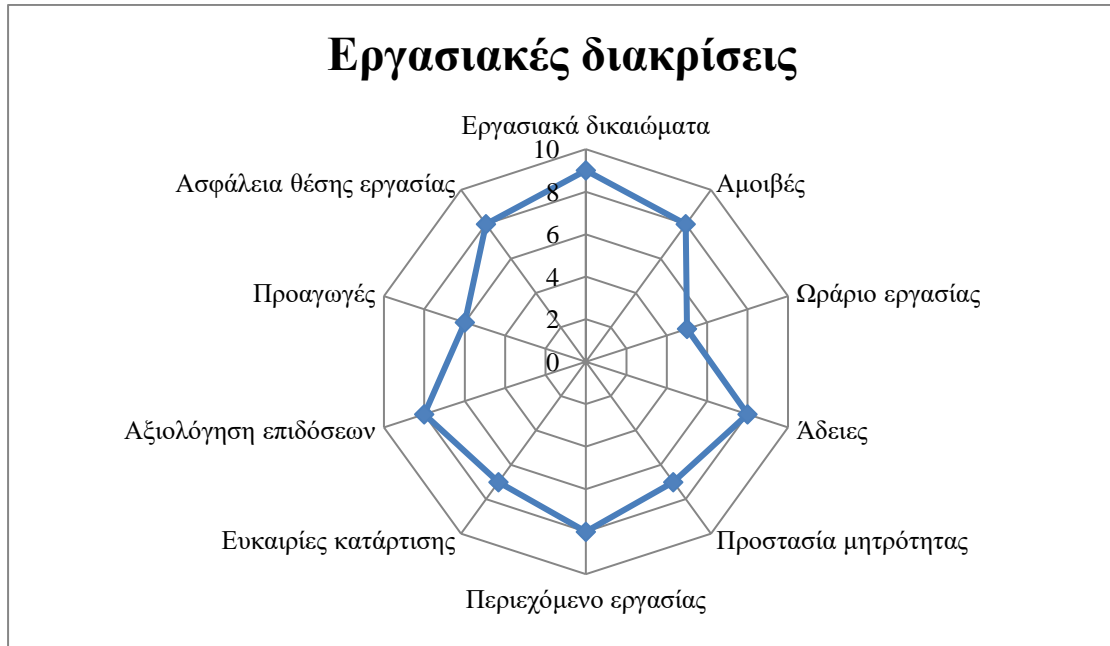
Διάγραμμα 13 : Η αξιολόγηση των κοινωνικών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας INTRASOFT International

(πηγή : Intrasoft International, 2020)

Εργασιακές διακρίσεις της εταιρείας INTRASOFT International	
Εργασιακά δικαιώματα	9
Αμοιβές	8
Ωράριο εργασίας	5
Άδειες	8
Προστασία μητρότητας	7
Περιεχόμενο εργασίας	8
Ευκαιρίες κατάρτισης	7
Αξιολόγηση επιδόσεων	8
Προαγωγές	6
Ασφάλεια θέσης εργασίας	8

Πίνακας 14 : Η αξιολόγηση των εργασιακών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας INTRASOFT International

(πηγή : Intrasoft International, 2020)



Διάγραμμα 14 : Η αξιολόγηση των εργασιακών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας INTRASOFT International

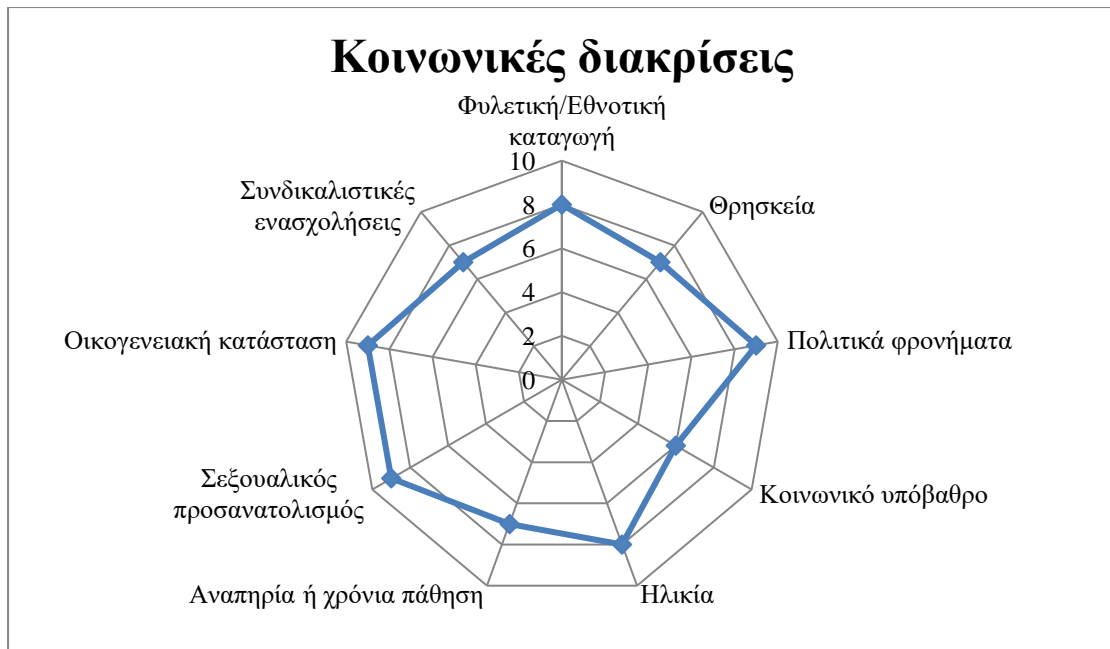
(πηγή : IntrasoftInternational, 2020)

Επιχείρηση⁸: Ο Όμιλος FOURLIS είναι ένας από τους κορυφαίους ομίλους εταιρειών στην Ελλάδα και τα Βαλκάνια στην παροχή ποιοτικών καταναλωτικών προϊόντων. Η εμπορική δραστηριότητα επεκτείνεται στην Ελλάδα, την Κύπρο, τη Βουλγαρία, τη Ρουμανία και την Τουρκία. Τα τελευταία 70 χρόνια, ο Όμιλος είναι αφοσιωμένος στις επενδύσεις στο εργατικό δυναμικό του, στην ποιότητα του χώρου εργασίας και στην καινοτόμο υποδομή καθώς και στις λειτουργικές σχέσεις με τους προμηθευτές. Με αυτά τα μέσα, καταφέρνει να επιτύχει υψηλά επίπεδα παραγωγικότητας και να μεγιστοποιήσει την ικανοποίηση των πελατών (FourlisGroupofCompanies, 2020).

Κοινωνικές διακρίσεις της εταιρείας FourlisGroupofCompanies	
Φυλετική και εθνοτική καταγωγή	8
Θρησκεία	7
Πολιτικά φρονήματα	9
Κοινωνικό υπόβαθρο	6
Ηλικία	8
Αναπηρία ή χρόνια πάθηση	7
Σεξουαλικός προσανατολισμός	9
Οικογενειακή κατάσταση	9
Συνδικαλιστικές ενασχολήσεις	7

Πίνακας 15 : Η αξιολόγηση των κοινωνικών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας FourlisGroupofCompanies

(πηγή : FourlisGroupofCompanies, 2020)



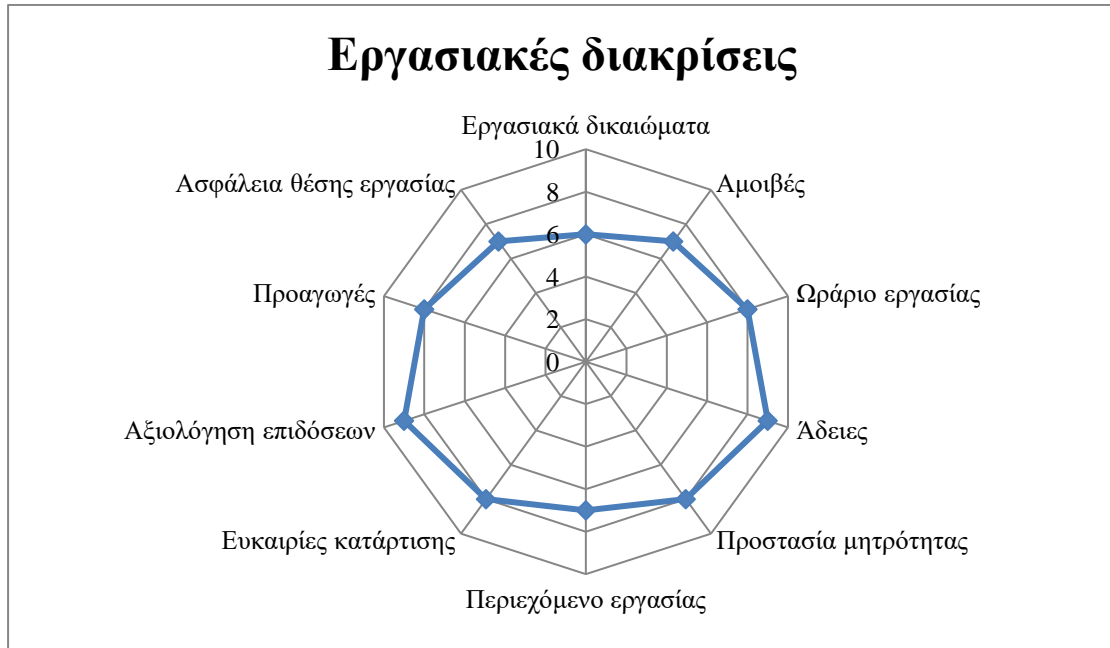
Διάγραμμα 15 : Η αξιολόγηση των κοινωνικών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας FurlisGroupofCompanies

(πηγή : FurlisGroupofCompanies, 2020)

Εργασιακές διακρίσεις της εταιρείας FurlisGroupofCompanies	
Εργασιακά δικαιώματα	6
Αμοιβές	7
Ωράριο εργασίας	8
Άδειες	9
Προστασία μητρότητας	8
Περιεχόμενο εργασίας	7
Ευκαιρίες κατάρτισης	8
Αξιολόγηση επιδόσεων	9
Προαγωγές	8
Ασφάλεια θέσης εργασίας	7

Πίνακας 16 : Η αξιολόγηση των εργασιακών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας FurlisGroupofCompanies

(πηγή : FournalisGroupofCompanies, 2020)



Διάγραμμα 16 : Η αξιολόγηση των εργασιακών διακρίσεων (με βάση το φύλο) της εταιρείας FournalisGroupofCompanies

(πηγή : FournalisGroupofCompanies, 2020)

Κεφάλαιο 5^ο : Συζήτηση αποτελεσμάτων μεθοδολογικής προσέγγισης

Με βάση τα αποτελέσματα των εταιρειών που αναλύθηκαν παραπάνω, σύμφωνα με τις Εκθέσεις Βιώσιμης Ανάπτυξης και Κοινωνικής Ευθύνης τους, οι εταιρίες δεν πραγματοποιούν σε μεγάλο βαθμό διακρίσεις τόσο κοινωνικές όσο και εργασιακές. Προσπαθούν ανάμεσα στα 2 φύλα να μην πραγματοποιούν διακρίσεις όσον αφορά τις φυλετικές και εθνοτικές διακρίσεις, την θρησκεία, τα πολιτικά φρονήματα, το κοινωνικό υπόβαθρο, την ηλικία, την αναπηρία ή την χρόνια πάθηση, τον σεξουαλικό προσανατολισμό, την οικογενειακή κατάσταση και τις συνδικαλιστικές ενασχολήσεις. Οι βαθμολογίες που έλαβαν όλες οι εταιρείες σε αυτές τις κατηγορίες κοινωνικών διακρίσεων είναι παραπάνω από ικανοποιητικές, όπου αυτό σημαίνει ότι δίνουν μεγάλη σημασία στις διακρίσεις ανάμεσα στα 2 φύλα και προσπαθούν να επικρατούν ένα κλίμα ισότητας στους χώρους εργασίας τους. Βέβαια αυτό δεν είναι αρκετό καθώς μπορεί να γίνονται διακρίσεις πάνω σε εργασιακά θέματα όπου επηρεάζουν την συνολική εικόνα των επιχειρήσεων.

Από την άλλη πλευρά, παρατηρήθηκε και πάλι ότι οι βαθμολογίες που έλαβαν όλες οι εταιρείες στις κατηγορίες εργασιακών διακρίσεων είναι και αυτές ικανοποιητικές. Οι εταιρείες όσον αφορά τα εργασιακά δικαιώματα, τις αμοιβές, το ωράριο εργασίας, τις άδειες, την προστασία μητρότητας, το περιεχόμενο εργασίας, τις ευκαιρίες κατάρτισης, την αξιολόγηση των επιδόσεων, τις προαγωγές και την ασφάλεια της θέσης εργασίας έλαβαν αρκετά καλές βαθμολογίες και έτσι παρουσιάζουν ένα κοινωνικό και υπεύθυνο πρόσωπο στο εξωτερικό περιβάλλον τους.

Οι εργασιακές διακρίσεις παίζουν πολύ σημαντικό ρόλο στον χώρο εργασίας γιατί παρέχεται η δυνατότητα στους άνδρες αλλά πολύ περισσότερο στις γυναίκες να εξελιχθούν και να ανελιχθούν στην διοικητική ιεραρχία και να έχουν τα ίδια εργασιακά δικαιώματα με τους άνδρες. Ο διαχωρισμός δεν θα πρέπει να γίνεται σε καμία επιχείρηση ή όταν υπάρχει να είναι στο ελάχιστο δυνατό σημείο, καθώς τόσο οι άνδρες όσο και οι γυναίκες είναι το ίδιο παραγωγικοί και μπορούν να πράξουν το ίδιο αποτελεσματικά σε όλες τις εργασίες μέσα σε μια επιχείρηση.

Κεφάλαιο 6^ο : Συμπεράσματα

Η προώθηση της ισότητας μεταξύ γυναικών και ανδρών δεν είναι μόνο ένας στόχος από μόνος του, αλλά και ένας βασικός παράγοντας για τη διατήρηση της οικονομικής ανάπτυξης, της κοινωνικής ανάπτυξης, της κοινωνικής ένταξης και της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας. Οι οικονομικές, κοινωνικές, πολιτιστικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες θα πρέπει να προσεγγιστούν με ολοκληρωμένο και ολιστικό τρόπο. Αυτό συνεπάγεται στη συνεκτίμηση των διαφορετικών αναγκών, των ρόλων και των ευκαιριών των γυναικών και των ανδρών για να διασφαλιστεί ότι μπορούν να συμμετέχουν εξίσου και να επωφεληθούν από τη μετάβαση σε μια πιο εναλλακτική κατάσταση και, ευρύτερα, στη βιώσιμη ανάπτυξη.

Προκειμένου να προωθηθεί στην ισότητα των φύλων, απαιτείται συνδυασμός νομικής συμμόρφωσης, επιχειρηματικής υπόθεσης και κοινωνικής ρύθμισης με τη μορφή προσδοκιών και πιέσεων από τα ενδιαφερόμενα μέρη. Η εφαρμογή των πολιτικών της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης θα πρέπει να λαμβάνει πλήρως υπόψη τις πτυχές της ισότητας των φύλων και να τις προωθεί μέσω της υιοθέτησης και της εφαρμογής των αρχών της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και των πολιτικών απασχόλησης. Δεδομένου ότι η εφαρμογή της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης γίνεται όλο και περισσότερο στρατηγικό ζήτημα για τις επιχειρήσεις, η εταιρική κοινωνική ευθύνη έχει μεγάλες δυνατότητες να ενισχύσει την ισότητα των φύλων όπως τις ίσες ευκαιρίες ανάμεσα στους άνδρες και στις γυναίκες όπου αποτελούν τα βασικά στοιχεία μιας κοινωνικά υπεύθυνης επιχείρησης στην εσωτερική της διάσταση.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση από την άλλη υποστηρίζει τη στρατηγική της ενσωμάτωσης των διαστάσεων των 2 φύλων που αφορά την πολιτική της ισότητας των φύλων. Στρατηγικά, η ενσωμάτωση της διάστασης των 2 φύλων συνεπάγεται με τη συστηματική εξέταση των διαφορών μεταξύ των συνθηκών, των καταστάσεων και των αναγκών των γυναικών και των ανδρών σε όλες τις κοινοτικές πολιτικές και δράσεις. Επίσης η ενσωμάτωση της διάστασης των 2 φύλων, είναι εκτός από νομοθετικό ζήτημα, ένα σημαντικό εργαλείο για την επίτευξη των πολιτικών στόχων.

Βιβλιογραφία

Ahmadian, A., &Khosrowpour, S. (2017). Corporate Social Responsibility: Past, Present, And Success Strategy For The Future. *Journal of Service Science (JSS)*, 10(1), 1–12.

Altuzarra, A., Gálvez-Gálvez, C., & González-Flores, A. (2019). Economic Development and Female Labour Force Participation: The Case of European Union Countries. *Sustainability*, 11(7), 49-62.

AtticaGroup, (2020). Έκθεση Βιώσιμης Ανάπτυξης και Κοινωνικής Ευθύνης. Ανακτήθηκε στις 15/9/2021 από <https://bit.ly/3FoLhHK>

Berloffa, G., Matteazzi, E., &Villa, P. (2018). *Gender equality in the European employment strategy*. In *Global Women's Work* (pp. 91–108). Routledge.

Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 85–105.

Caplan, D., Dutta, S. K., & Lawson, R. A. (2013). Corporate Social Responsibility Initiatives Across the Value Chain. *Journal of Corporate Accounting & Finance*, 24(3), 15–24.

Dawn Metcalfe, B., &Afanassieva, M. (2005). Gender, work, and equal opportunities in central and eastern Europe. *Women in Management Review*, 20(6), 397–411.

Debusscher, P. (2015). Gender Equality Policies in the European Union: Economic Integration and Feminist Transnational Advocacy. *AG About Gender - International Journal of Gender Studies*, 4(8), 154-168.

EllaktorGroup, (2020). ΈκθεσηΒιώσιμηςΑνάπτυξηςκαιΚοινωνικήςΕυθύνης. Ανακτήθηκεστις 15/9/2021 από<https://bit.ly/3uPyJnV>

Elomäki, A. (2015). The economic case for gender equality in the European Union: Selling gender equality to decision-makers and neoliberalism to women's organizations. *European Journal of Women's Studies*, 22(3), 288–302.

Evangelinos, K. I., Skouloudis, A., Nikolaou, I. E., & Filho, W. L. (2009). *An Analysis of Corporate Social Responsibility (CSR) and Sustainability Reporting Assessment in the Greek Banking Sector*. In Professionals' Perspectives of Corporate Social Responsibility (pp. 157–173). Springer Berlin Heidelberg.

Eurobank, (2020). Έκθεση Βιώσιμης Ανάπτυξης και Κοινωνικής Ευθύνης. Ανακτήθηκε στις 15/9/2021 από <https://bit.ly/3uLaIOU>

Fourlis Group of Companies, (2020). Έκθεση Βιώσιμης Ανάπτυξης και Κοινωνικής Ευθύνης. Ανακτήθηκε στις 15/9/2021 από <https://bit.ly/2Yn2Qaa>

Gámez, A. E., & Angeles, M. (2019). *Women's Participation in the Labor Market*. In Encyclopedia of the UN Sustainable Development Goals (pp. 1–12). Springer International Publishing.

GSSB, (2016). GRI 405: Diversity and Equal Opportunity. Ανακτήθηκε στις 15/9/2021 από <https://bit.ly/3uNbZos>

Gerhards, J., Schäfer, M. S., & Kämpfer, S. (2009). Gender Equality in the European Union: The EU Script and its Support by European Citizens. *Sociology*, 43(3), 515–534.

Guzman, G. M., Castro, S. Y. P., & Torres, G. C. L. (2016). Corporate Social Responsibility and Business Performance: The Role of Mexican SMEs. *International Journal of Asian Social Science*, 6(10), 568–579.

Hamidu, A. A., Md Haron, H., & Amran, A. (2015). Corporate Social Responsibility: A Review on Definitions, Core Characteristics and Theoretical Perspectives. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(9), 151–168.

Hishan, S. S., Ramakrishnan, S., Keong, L. B., & Umar, A. (2017). The Concept of Corporate Social Responsibility (CSR)—A Review of Literature. *Advanced Science Letters*, 23(9), 9287–9290.

IntrasoftInternational, (2020). Έκθεση Βιώσιμης Ανάπτυξης και Κοινωνικής Ευθύνης. Ανακτήθηκε στις 15/9/2021 από <https://bit.ly/2ZVtbgd>

Križanová, A., & Gajanová, E. (2016). The importance of CSR implementation. *CBU International Conference Proceedings*, 4(6), 515–519.

LambdaDevelopment, (2020). Έκθεση Βιώσιμης Ανάπτυξης και Κοινωνικής Ευθύνης. Ανακτήθηκε στις 15/9/2021 από <https://bit.ly/3As1Mzn>

LidlHellas, (2019). Έκθεση Βιώσιμης Ανάπτυξης και Κοινωνικής Ευθύνης. Ανακτήθηκε στις 15/9/2021 από <https://bit.ly/3FmodcB>

Livanos, I., Yalkin, Ç., & Nuñez, I. (2009). Gender employment discrimination: Greece and the United Kingdom. *International Journal of Manpower*, 30(8), 815–834.

Mitra, A. (2012). *Gender Inequality in the Labour Market*. In *Insights into Inclusive Growth, Employment and Wellbeing in India* (pp. 203–262). Springer India.

OTE Group of Companies, (2020). Έκθεση Βιώσιμης Ανάπτυξης και Κοινωνικής Ευθύνης. Ανακτήθηκε στις 15/9/2021 από <https://bit.ly/3acxbLu>

Pascall, G., & Lewis, J. (2004). Emerging Gender Regimes and Policies for Gender Equality in a Wider Europe. *Journal of Social Policy*, 33(3), 373–394.

Pașnicu, D. (2015). Comparative Statistical Analysis of Gender Equality on the Labour Markets of Romania and EU28. *Annals of Spiru Haret University Economic Series*, 15(2), 55–78.

Peinado, P., & Serrano, F. (2018). *Gender Inequality in the Labour Market and the Great Recession*. In *Inequality* (pp. 233–274). Springer International Publishing.

Psacharopoulos, G. (2010). Sex Discrimination in the Greek Labor Market. *Journal of Modern Greek Studies*, 1(2), 339–358.

Rubery, J. (2011). Towards a gendering of the labour market regulation debate. *Cambridge Journal of Economics*, 35(6), 1103–1126.

Rubery, J. (2015). Austerity and the Future for Gender Equality in Europe. *ILR Review*, 68(4), 715–741.

Skouloudis, A., Avlonitis, G. J., Malesios, C., & Evangelinos, K. (2015). Priorities and perceptions of corporate social responsibility. *Management Decision*, 53(2), 375–401.

Šontaitė-Petkevičienė, M. (2015). CSR Reasons, Practices and Impact to Corporate Reputation. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 2(3), 503–508.

Sroka, W., & Szántó, R. (2018). Corporate Social Responsibility and Business Ethics in Controversial Sectors: Analysis of Research Results. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 14(3), 111–126.

Steiber, N., & Haas, B. (2012). Advances in explaining women's employment patterns. *Socio-Economic Review*, 10(2), 343–367.

Taylor, J., Vithayathil, J., & Yim, D. (2018). Are corporate social responsibility (CSR) initiatives such as sustainable development and environmental policies value enhancing or window dressing? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(5), 971–980.

van Marrewijk, M. (2003). Concepts and Definitions of CSR and Corporate Sustainability: Between Agency and Communion. *Journal of Business Ethics*, 44(2), 95–105.

Wang, H., Tong, L., Takeuchi, R., & George, G. (2016). Corporate Social Responsibility: An Overview and New Research Directions. *Academy of Management Journal*, 59(2), 534–544.

Wamitu, S. N. (2014). Corporate Social Responsibility: Intentions and Practice. *OpenJournal of Business and Management*, 2(2), 116–126.

Witkowska, D. (2013). Gender Disparities in the Labor Market in the EU. *International Advances in Economic Research*, 19(4), 331–354.

Yuan, W., Bao, Y., & Verbeke, A. (2011). Integrating CSR Initiatives in Business: An Organizing Framework. *Journal of Business Ethics*, 101(1), 75–92.

Zhang, D., Morse, S., & Kambhampati, U. (2017). *Overview of Corporate Social Responsibility*. In Sustainable Development and Corporate Social Responsibility, 7–45.

Žukauskas, P., Vveinhardt, J., & Andriukaitienė, R. (2018). Corporate Social Responsibility as the Organization's Commitment against Stakeholders. In Management Culture and Corporate Social Responsibility. *InTech*, 4(7), 64-78.