

# ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ

---

*ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΤΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ*

ΤΜΗΜΑ ΠΜΣ «Στρατηγική Διοίκηση Τουριστικών Προορισμών και Επιχειρήσεων  
Φιλοξενίας»

## **ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

«ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΓΥΑΛΙΝΗΣ ΟΡΟΦΗΣ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΞΟΥΣΙΑ  
ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΤΟΜΕΑ»

### **ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ**

Δρ. Σταυρινούδης Θεόδωρος

### **ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ**

Δρούγκα Σοφία

A.M.: 2142016003



**ΧΙΟΣ 2019**

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

Η παρούσα εργασία αποτελεί διπλωματική εργασία στα πλαίσια του μεταπτυχιακού προγράμματος «ΔΠΜΣ – Σχεδιασμός, Διοίκηση και Πολιτική του Τουρισμού».

Πριν την παρουσίαση των αποτελεσμάτων της παρούσας διπλωματικής εργασίας, αισθάνομαι την υποχρέωση να ευχαριστήσω αρχικά τον επιβλέποντα της παρούσας εργασίας, Κο Θεόδωρο Σταυρινούδη, Αναπληρωτή καθηγητή «Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων», Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων – Πανεπιστήμιο Αιγαίου, για την υπομονή του, την υποστήριξη καθώς και την σωστή καθοδήγησή του.

Τέλος, δε θα μπορούσα να μην ευχαριστήσω την οικογένειά μου για την ηθική και οικονομική υποστήριξη τους καθώς και τον σύζυγό μου ο οποίος μας προσέφερε την απαραίτητη υποστήριξη και συμπαράσταση για την ολοκλήρωση της διπλωματικής μου εργασίας.

## **ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ**

<b>Περίληψη.....</b>	<b>6</b>
<b>Summary.....</b>	<b>7</b>
<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....</b>	<b>8</b>
<b>Κεφάλαιο 1. Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού</b>	
1.1 Βασικές λειτουργίες της διοίκησης ανθρωπίνου δυναμικού.....	10
1.1.1 Προγραμματισμός ανθρωπίνου δυναμικού.....	10
1.1.2 Προσλήψεις.....	10
1.1.3 Υγεία και πρόληψη ατυχημάτων.....	10
1.1.4 Εργασιακές σχέσεις.....	10
1.1.5 Έρευνα «γνωμών» και ικανοποίησης των εργαζομένων.....	11
1.2 Μέθοδοι επιλογής ανθρωπίνου δυναμικού σε τουριστικές επιχειρήσεις.....	11
<b>Κεφάλαιο 2. Τουρισμός</b>	
2.1 Γυναίκα και τουριστικά επαγγέλματα.....	15
2.2 Η θέση της γυναίκας στην αγορά εργασίας.....	16
2.3 Η συμμετοχή των γυναικών στην αγορά εργασίας.....	19
2.4 Η γυναικεία εργασία στον τουριστικό τομέα.....	21
2.5 Η παγκόσμια ημέρα της γυναίκας.....	23
2.5.1 Η ιστορία της 8 <sup>ης</sup> Μαρτίου.....	23
<b>Κεφάλαιο 3. Το φαινόμενο της γυάλινης οροφής</b>	
3.1 Η γυάλινη οροφή.....	24
3.2 Τί είναι η γυάλινη οροφή.....	25
3.3 Τα αίτια του φαινομένου.....	26
3.4 Επιπτώσεις γυάλινης οροφής.....	31
3.5 Λύσεις φαινομένου.....	31
<b>Κεφάλαιο 4. Η γυναικεία επιχειρηματικότητα</b>	
4.1 Η θεωρία της επιχειρηματικότητας.....	33

4.2 Το ενδιαφέρον που παρουσιάζει η γυναικεία επιχειρηματικότητα.....	34
4.3 Η δυναμική του φαινομένου της γυναικείας επιχειρηματικότητας και τα χαρακτηριστικά αυτού.....	35
4.4 Τα επίπεδα και οι τομείς της γυναικείας επιχειρηματικότητας.....	38
4.5 Τα προβλήματα του επιχειρηματικού περιβάλλοντος.....	39
4.6 Τα εμπόδια στην γυναικεία επιχειρηματικότητα.....	40
4.7 Προτάσεις τόνωσης γυναικείας επιχειρηματικότητας.....	41
<b>Κεφάλαιο 5. Φύλο και ηγεσία</b>	
5.1 Διαφορές στη διοίκηση με βάση το φύλο.....	43
5.2 Επαγγελματικός διαχωρισμός.....	44
5.2.1 Οριζόντιος διαχωρισμός.....	44
5.2.2 Κάθετος διαχωρισμός.....	45
5.3 Διαφοροποίηση αποδοχών ανάλογα με το φύλο.....	45
5.4 Μητρότητα και εργασία.....	47
5.5 Μητρότητα και απολύσεις.....	48
<b>Κεφάλαιο 6. Μελέτες περίπτωσης</b>	
6.1 Μελέτη περίπτωσης για την φιλοξενία στην Βοστώνη.....	49
6.1.1 Το ξενοδοχείο ως μια απαιτητική βιομηχανία.....	51
6.1.2 Προσωπικές επιλογές.....	52
6.1.3 Συστήματα υποστήριξης.....	53
6.1.4 Δυνατότητες ανδρών και γυναικών.....	53
6.1.5 Το μέλλον.....	54
6.2 Μελέτη περίπτωσης Σρι Λάνκα.....	55
6.2.1 Επιδράσεις της γυάλινης οροφής στην καριέρα των γυναικών και ανάπτυξη σε οργανισμούς του ιδιωτικού τομέα στη Σρι Λάνκα.....	55
6.2.2 Εισαγωγικά.....	55
6.3 Στόχοι της μελέτης.....	60
6.3.1 Γενικός στόχος.....	60
6.3.2 Συγκεκριμένος στόχος.....	60

6.3.3 Η σημασία της μελέτης.....	60
6.3.4 Σχεδιασμός μελέτης.....	61
6.3.5 Επιλογή μεθοδολογίας.....	62
6.3.6 Μέθοδος επιλογής δείγματος πληθυσμού.....	62
6.3.7 Η μέθοδος που χρησιμοποιείται για την συλλογή δεδομένων.....	62
6.3.8 Ανάλυση δεδομένων και συζήτηση.....	63
6.3.8.1 Περιγραφικά στατιστικά.....	63
6.3.9 Τα συμπεράσματα της μελέτης.....	63
6.4 Αφρική.....	64
6.5 Ασία.....	65

## **Κεφάλαιο 7. Ανάλυση επιστημονικής έρευνας**

7.1 Συλλογή δεδομένων.....	66
7.1.1 Πρωτογενή δεδομένα.....	66
7.1.2 Δευτερογενή δεδομένα.....	67
7.2 Μεθοδολογία έρευνας και ερωτηματολογίου.....	67
7.3 Ερευνητικοί στόχοι και σκοποί έρευνας.....	68
7.4 Αποτελέσματα έρευνας.....	69
7.4.1 Ηλικία.....	69
7.4.2 Οικογενειακή κατάσταση .....	70
7.4.3 Ύπαρξη παιδιών.....	71
7.4.4 Μορφωτικό επίπεδο.....	72
7.4.5 Μηνιαίο μικτό εισόδημα.....	73
7.4.6 Ικανοποίηση μηνιαίου εισοδήματος.....	74
7.4.7 Ημερήσιες ώρες εργασίας.....	75
7.4.8 Ανταπόκριση επαγγέλματος με μορφωτικό επίπεδο.....	76
7.4.9 Ισότητα μεταξύ των δύο φύλων.....	77
7.4.10 Διακρίσεις μεταξύ ανδρών και γυναικών.....	78
7.4.11 Καλύτερα αμειβόμενες θέσεις εργασίας.....	79

7.4.12 Ισάξια αντιμετώπιση με τους άνδρες στην αγορά εργασίας.....	80
7.4.13 Παράγοντες εισόδου γυναίκας στην αγορά εργασίας.....	81
7.4.14 Η μητρότητα ως εμπόδιο στην γυναικεία καριέρα.....	82
7.4.15 Προβλήματα στον εργασιακό χώρο.....	83
7.4.16 Προτάσεις βελτίωσης.....	84
<b>Συμπεράσματα.....</b>	<b>86</b>
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</b>	
<b>Ελληνική βιβλιογραφία.....</b>	<b>89</b>
<b>Ξένη βιβλιογραφία.....</b>	<b>89</b>
<b>Επιστημονικά άρθρα.....</b>	<b>90</b>
<b>Ηλεκτρονικές διευθύνσεις.....</b>	<b>91</b>

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα διπλωματική εργασία έχει ως σκοπό την μελέτη της γυναικείας απασχόλησης σε ηγετικές θέσεις, τόσο σε διεθνές όσο και σε εθνικό επίπεδο. Αυτό φαίνεται μέσα από το πρίσμα του φαινομένου της << Γυάλινης Οροφής >> στο χώρο των επιχειρήσεων.

Γίνεται λόγος για τις βασικές λειτουργίες της διοίκησης του ανθρώπινου δυναμικού καθώς και του τρόπου επιλογής του. Στη συνέχεια γίνεται λόγος για την θέση της γυναίκας στην αγορά εργασίας και ειδικότερα στον τουριστικό τομέα. Έπειτα αναλύεται το φαινόμενο της γυάλινης οροφής και οι επιπτώσεις αυτού ενώ παράλληλα προτείνονται λύσεις για την αντιμετώπισή του. Παρουσιάζεται η γυναικεία επιχειρηματικότητα και γίνεται αναφορά στο επιχειρησιακό χάσμα ανάμεσα στα δύο φύλα, στη διαφορά στη διοίκηση, στον επαγγελματικό διαχωρισμό καθώς και στη διαφοροποίηση των αποδοχών ανάλογα το φύλο. Τέλος, για την καλύτερη κατανόηση των ανωτέρω παρουσιάζονται μελέτες περίπτωσης.

Για την επίτευξη του σκοπού της μελέτης πραγματοποιήθηκε έρευνα με εργαλείο το ερωτηματολόγιο, το οποίο περιελάμβανε δεκαέξι (16) ερωτήσεις κλειστού τύπου και απευθύνθηκε σε τυχαίο δείγμα γυναικών, σε ξενοδοχειακή επιχείρηση στην Κεφαλονιά. Τα αποτελέσματα της έρευνας παρουσιάζονται με τη βοήθεια γραφημάτων.

Κύριο συμπέρασμα της μελέτης είναι πως το γυναικείο φύλο, αντιμετωπίζει σοβαρά ζητήματα στον τομέα της εργασίας, καθώς και διακρίσεις έναντι των ανδρών.

## **SUMMARY**

This present dissertation aims to study the female employment in leadership positions, not only internationally but also nationally. This can be seen through the prism of the glass ceiling effect and more specifically in the business field.

At first, reference is made on the basic functions of management of human resources as well as the way they are chosen, while thereafter the women's position in the labor market is mentioned, especially in the tourism sector. Afterwards, the glass ceiling effect and its consequences are analyzed, while proposing solutions at the same time. The female entrepreneurship is also presented and attention is paid on the business gap between men and women, the differences in management, the professional separation as well as the differentiation of earnings according to gender. Lastly, some case studies are presented for better understanding of the above.

In order to achieve the purpose of the study, a questionnaire-based survey was carried out which included sixteen (16) closed-ended questions addressing to a random sample of women working in a hotel in Kefalonia. The results of the research are presented through graphs.

The main conclusion of this study is that the female gender is facing serious issues in the workplace as well as discrimination against men.



## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα τελευταία χρόνια παρατηρούμε εντονότερα τη συμμετοχή των γυναικών στο εργατικό δυναμικό, αλλάζοντας με τον τρόπο αυτό το τοπίο των εργασιακών σχέσεων. Όλο και περισσότερες γυναίκες τις τελευταίες δύο δεκαετίες εφοδιάζονται με περισσότερες γνώσεις και δεξιότητες σε σύγκριση με τα προηγούμενα χρόνια. Σήμερα αποτελούν το 50% του συνόλου σε σχολές διοίκησης και οικονομίας και οι επιδόσεις τους συχνά είναι εξαιρετικές, κάτι που γίνεται γνωστό από την ιδιαίτερα αυξημένη εκπροσώπησή τους στο κορυφαίο 10% των σπουδαστών κάθε ακαδημαϊκού έτους. (Athena Petraki Kottis, 1996)

Τα συγκεκριμένα στοιχεία μπορεί να φαίνονται ενθαρρυντικά για την επαγγελματική εξέλιξη των γυναικών, παρ' όλα αυτά δεν είναι. Παρά το γεγονός ότι έχει παρουσιαστεί πρόοδος τους τις τελευταίες δεκαετίες, τα εμπόδια στην ανέλιξη της εργασίας τους εξακολουθούν να υπάρχουν και ο χώρος εργασίας δεν παύει να αποτελεί ένα εχθρικό περιβάλλον για εκείνες.

Σε μεγάλη κλίμακα παγκοσμίως οι γυναίκες αντιπροσωπεύουν μια σχετικά ανεκμετάλλευτη πηγή ταλέντου στον εργασιακό χώρο. Ένας μεγάλος αριθμός ερευνών υπογραμμίζει το “φαινόμενο της γυάλινης οροφής”, ο οποίος έχει δημιουργηθεί και αναφέρεται στις γυναίκες οι οποίες έρχονται αντιμέτωπες με μια σειρά εμποδίων, προκαταλήψεων, αρνητικών στερεοτύπων, διακρίσεων καθώς και φραγμών που παρουσιάζονται στον δρόμο τους. (Dimitrios Mihail, 2006)

Τα παραπάνω προβλήματα δυσκολεύουν την σταδιοδρομία των γυναικών, μειώνοντας τις προοπτικές για την εξέλιξη τους. Μένουν στις χαμηλές και μεσαίες θέσεις εργασίας χωρίς να καταφέρνουν να σπάσουν το αόρατο φράγμα, όπως έχει επικρατήσει διεθνώς η γυάλινη οροφή. Εκείνες που κατάφεραν να το σπάσουν, ένα πολύ μικρό ποσοστό, καταλαμβάνουν διοικητικές θέσεις με μικρότερη ισχύ και χαμηλότερο μισθό από τον αντίστοιχο των ανδρών συναδέλφων τους. (Athena Petraki Kottis, 1993)

Παρά τα πολλά εφόδια που αποκτούν οι γυναίκες από την εκπαίδευσή τους, αυτά μένουν αναξιοποίητα τις περισσότερες φορές. (Athena Petraki, Kottis, 1996)

Λαμβάνοντας υπόψη τη σημαντικότητα του προβλήματος, θεωρείται αναγκαίο να διερευνήσουμε και να ερμηνεύσουμε τους παράγοντες και τους μηχανισμούς παρεμπόδισης των γυναικών από την ισότιμη συμμετοχή τους στη διοίκηση, με συνέπεια τον αποκλεισμό τους από τα ανώτερα κλιμάκια των διοικητικών θέσεων.

Η παρούσα έρευνα, διερευνά ένα τόσο σημαντικό φαινόμενο στον τουριστικό τομέα και πιο συγκριμένα σε μια ξενοδοχειακή μονάδα. Θα παρουσιάσουμε λοιπόν την γυναικεία επιχειρηματικότητα και το πώς λειτουργεί στον τουριστικό τομέα. Γίνεται αναφορά στη διαφορά των δύο φύλων και πώς επηρεάζονται οι γυναίκες απ' αυτό στην αγορά εργασίας όπως επίσης παρουσίαση κι ανάλυση της γυάλινης οροφής, τα αίτια του φαινομένου, οι επιπτώσεις που έχει η γυάλινη οροφή καθώς και τρόποι αντιμετώπισης του φαινομένου. Τέλος, παρουσιάζονται κάποιες μελέτες περίπτωσης στον τουριστικό τομέα, από διάφορες χώρες ούτως ώστε να κατανοήσουμε καλύτερα την έννοια του φαινομένου της γυάλινης οροφής αλλά και με ποιο τρόπο επηρεάζει τη ζωή και την καριέρα των γυναικών.

## **Κεφάλαιο 1**

### **Διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού**

#### **1.1 Βασικές λειτουργίες της διοίκησης ανθρώπινου δυναμικού**

Αναφορικά με τον Βασιλείου (1999), κάθε σύγχρονη επιχείρηση έχει ή θα πρέπει να έχει ένα Τμήμα Διαχείρισης Ανθρώπινου Δυναμικού. Οι βασικές λειτουργίες του συγκεκριμένου τμήματος μιας επιχείρησης είναι οι παρακάτω.

##### **1.1.1 Προγραμματισμός ανθρώπινου δυναμικού**

Αυτός ο τομέας αφορά τις μεθόδους και τις τακτικές, με τις οποίες μια επιχείρηση είναι σίγουρη ότι έχει τον απαραίτητο αριθμό υπαλλήλων, οι οποίοι όμως έχουν και τα κατάλληλα προσόντα για να καλύψουν τη συγκεκριμένη εργασιακή θέση.

##### **1.1.2 Προσλήψεις**

Αυτό το στάδιο ασχολείται με την επιλογή του ανθρώπινου δυναμικού μέσα στην εκάστοτε εταιρεία και με την επιτυχή εγκατάστασή του μέσα σε αυτή. Μέσα από μια διαδικασία επιλογής που μπορεί να περιλαμβάνει διάφορες εξετάσεις, συνεντεύξεις, ή συστάσεις, η διοίκηση προσωπικού διαμορφώνει την τελική της επιλογή και προσλαμβάνει ή απορρίπτει έναν υποψήφιο εργαζόμενο της εταιρείας. Τέλος, η διαδικασία της πρόσληψης ολοκληρώνεται με την ομαλή εγκατάσταση του νέου προσωπικού μέσα στην εταιρεία, με ανάλογα προγράμματα προσανατολισμού και εισαγωγικής εκπαίδευσης.

##### **1.1.3 Υγεία και πρόληψη ατυχημάτων**

Κάθε επιχείρηση θα πρέπει να παρέχει στους εργαζομένους της ένα πρόγραμμα υγείας. Στην περίπτωση της πρόληψης ατυχημάτων θα πρέπει οι εργαζόμενοι να είναι ενήμεροι σε θέματα ασφάλειας, που αφορούν σε θέματα μηχανικού εξοπλισμού, εκπαίδευσης και επιβολής κανονισμών.

#### **1.1.4 Εργασιακές σχέσεις**

Σε μια επιχείρηση αυτό που είναι πολύ σημαντικό για τη σχέση ανάμεσα στο συνδικαλισμό και τη διοίκηση είναι το Τμήμα Προσωπικού μιας εταιρείας, διότι κατέχει στην ουσία τον ρόλο του «μεσάζοντα». Από τη μία ο υπεύθυνος προσωπικού διαπραγματεύεται με το σωματείο των εργαζομένων και από την άλλη αποτελεί και τον αντιπρόσωπο της διοίκησης της επιχείρησης. Είναι ο άνθρωπος που δίνει συμβουλές για τις υπερωρίες των υπαλλήλων, για τις μεταθέσεις και τις απολύσεις, αλλά ταυτόχρονα βοηθά στην εξομάλυνση των όποιων προβλημάτων μπορεί να υπάρξουν στην επικοινωνία, ανάμεσα στους υπαλλήλους και τη διοικητική ηγεσία της επιχείρησης. Ένα από τα πιο σημαντικά καθήκοντά του είναι να δημιουργεί ένα φιλικό κλίμα, με βασικά στοιχεία την ειλικρίνεια, την εμπιστοσύνη και τη συνεργασία ανάμεσα στους εργαζόμενους, ώστε να αισθάνονται ότι κι εκείνοι αποτελούν απαραίτητα και σημαντικά μέλη και τμήματα στην επιχείρηση.

#### **1.1.5 Έρευνα «γνωμών» και ικανοποίησης των εργαζομένων**

Η έρευνα γνωμών διεξάγεται για να μπορεί η επιχείρηση να βλέπει κάθε τόσο ποια είναι τα προβλήματα της εταιρείας, που έχουν σχέση με το ανθρώπινο δυναμικό που εργάζεται σε αυτή. Για παράδειγμα, τα προβλήματα που μπορούν να εντοπιστούν με τη βοήθεια της συγκεκριμένης έρευνας είναι η διάθεση των υπαλλήλων για απόδοση, η πρόβλεψη για τη διοικητική επιτυχία, η ορθή επικοινωνία, η ομαδικότητα στην εργασία και άλλα πολλά. Στη συνέχεια, καθήκον του Τμήματος Προσωπικού είναι να εφαρμόσει τα αποτελέσματα της έρευνας (Βασιλείου, 1999).

#### **1.2 Μέθοδοι επιλογής ανθρώπινου δυναμικού σε τουριστικές επιχειρήσεις**

Η Ελλάδα στηρίζει ένα μεγάλο κομμάτι της οικονομίας της στον τουρισμό και στην τουριστική βιομηχανία. Είναι, λοιπόν, πολύ σημαντικό για μια επιχείρηση που δραστηριοποιείται στον τουριστικό χώρο να στηρίζει την επιλογή του προσωπικού της σε ποιοτικά χαρακτηριστικά, δεδομένης και της τεταμένης κατάστασης που επικρατεί σε παγκόσμια αλλά και σε εθνική κλίμακα. Είναι σημαντικό να αναγνωρίσουμε τον ανθρώπινο παράγοντα ως το βασικό συστατικό, αν θέλουμε να είμαστε σίγουροι ότι μια τουριστική επιχείρηση θα είναι επιτυχημένη και θα λειτουργεί σωστά. Επίσης, λαμβάνοντας υπόψη ότι οι τουριστικές επιχειρήσεις είναι ανθρωποκεντρικού χαρακτήρα, γίνεται αντιληπτό σε ακόμα μεγαλύτερο βαθμό, ότι αυτού του είδους οι επιχειρήσεις θα πρέπει να έχουν ένα πολύ αποδοτικό σύστημα για να επιλέξουν το κατάλληλο προσωπικό. Σε αυτό το σημείο καλό θα ήταν να ρίξουμε μια ματιά στις ιδιαιτερότητες που παρουσιάζει η ελληνική τουριστική

βιομηχανία και με ποιον τρόπο διακρίνονται οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις, για να μπορέσουμε να καταλάβουμε καλύτερα πώς οι επιχειρήσεις αυτές επιλέγουν το προσωπικό τους. Ανάλογα με τη νομική μορφή της επιχείρησης υπάρχουν ομοιότητες και διαφορές στον τρόπο που η κάθε επιχείρηση κάνει την επιλογή του προσωπικού και των υπαλλήλων της.

Στη σημερινή εποχή της αβεβαιότητας, της οικονομικής κρίσης και των πτωχεύσεων, οι τουριστικές επιχειρήσεις θα πρέπει να επιλέξουν το κατάλληλο και μόνο το αναγκαίο προσωπικό που θα καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησης.

Σε αυτή τη δύσκολη οικονομικά εποχή, καλείται η Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού σε ένα πολύ σημαντικό και παράλληλα πολύ δύσκολο έργο. Να κάνει δηλαδή τη σωστή επιλογή προσωπικού για την επιχείρηση. Είναι πολύ βασικό με το σωστό προγραμματισμό και την καλή αξιοποίηση των μεθόδων επιλογής προσωπικού, η Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού να επιλέξει τους ανθρώπους εκείνους, που θα μπορέσουν να δώσουν στην επιχείρηση εκείνο το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που χρειάζεται, για να μπορέσει να ανταπεξέλθει στις ανάγκες, που προκύπτουν από την οικονομική κρίση και από το συνεχές μεταβαλλόμενο εργασιακό περιβάλλον (Αθανασιάδης et al., 2009). Είναι πολλοί εκείνοι που δικαίως θεωρούν ότι η επιλογή του κατάλληλου προσωπικού παίζει σημαντικό ρόλο, διότι η αποτελεσματικότητα της Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού στην επιλογή αυτή θα έχει επιπτώσεις και στη μακροχρόνια λειτουργία της τουριστικής επιχείρησης, αλλά και στις καθημερινές δραστηριότητες των ανθρώπων, που εργάζονται σε αυτή. Ας αναλογιστούμε τις επιπτώσεις που θα έχει, για παράδειγμα, εάν μια επιχείρηση επιλέξει να τοποθετήσει έναν υπάλληλο σε ένα τμήμα της επιχείρησης και ο υπάλληλος αυτός επηρεάσει αρνητικά τη συνολική λειτουργία της ομάδας. Είναι σχεδόν βέβαιο ότι αυτό θα έχει άμεση επίπτωση στην αποδοτικότητα των εργαζομένων και δεν είναι απίθανο να παρουσιαστούν ακόμα και συγκρούσεις μεταξύ των εργαζομένων της επιχείρησης, δυσχεραίνοντας την πορεία και την εξέλιξη της εργασίας τους και τελικά προκαλώντας προβλήματα στην επιχείρηση (Νικολάου, 2006). Η σύγχρονη επιχείρηση έχει αντιληφθεί τη σημασία και τον σπουδαίο ρόλο του ανθρώπινου δυναμικού μέσα σε μια εταιρεία κι αν όχι όλες, οι περισσότερες, σύγχρονες επιχειρήσεις ήδη εφαρμόζουν κάποια κύρια κριτήρια στη διαδικασία της πρόληψης των κατάλληλων υπαλλήλων. Όπως είναι φυσικό, η διαδικασία επιλογής είναι διαφορετική από επιχείρηση σε επιχείρηση. Για παράδειγμα, η διαδικασία επιλογής προσωπικού εξαρτάται άμεσα, από το μέγεθος και από την οικονομική κατάσταση της επιχείρησης. Όπως οι Μπουραντάς και Παπαλεξανδρή υποστηρίζουν (2002) τα στάδια που ακολουθούνται κατά τη διαδικασία επιλογής προσωπικού είναι συνήθως τα εξής:

1. Η αρχική επιλογή από την αίτηση και το βιογραφικό του υποψηφίου
2. Η συνέντευξη
3. Τα επαγγελματικά τεστ
4. Ο έλεγχος του υπόβαθρου και των συστάσεων του υποψηφίου

5. Η διαγνωστική συνέντευξη ή το κέντρο αξιολόγησης
6. Η εξέταση της φυσικής κατάστασης του υποψηφίου και τέλος,
7. Η απόφαση

Ίσως το πιο σημαντικό από τα επτά αυτά στάδια είναι η συνέντευξη του υποψηφίου, που παίζει καθοριστικό ρόλο στην επιλογή του κατάλληλου υπαλλήλου και είναι απαραίτητο μέρος της διαδικασίας επιλογής σε όλες τις ιεραρχικές βαθμίδες της επιχείρησης. Έχουν γίνει σχετικές έρευνες πάνω στο θέμα της διαδικασίας επιλογής προσωπικού και έχει διαπιστωθεί ότι, μέσω της συνέντευξης των υποψηφίων υπαλλήλων μιας επιχείρησης, προσλαμβάνεται το 75%-93% του ανθρώπινου δυναμικού. Εδώ θα ήταν χρήσιμο να αντιπαραθέσουμε το αντίστοιχο ποσοστό πρόληψης μέσω της συνέντευξης, που είναι εμφανώς μειωμένο σε Αγγλία και Αμερική και κυμαίνεται μεταξύ 38%-66% (Νικολάου, 2006). Φυσικά, η σημαντική συμβολή της συνέντευξης στη διαδικασία επιλογής δεν είναι κάτι που προκαλεί έκπληξη. Είναι λογικό να θέλει ο κάθε εργοδότης να έχει μια προσωπική επαφή με τον υποψήφιο υπάλληλό του, πριν τον προσλάβει στην επιχείρησή του. Βέβαια, θα πρέπει να έχουμε πάντα κατά νου ότι μια συνέντευξη ίσως να μην αποτελεί πάντοτε τον πιο σωστό τρόπο για την αξιολόγηση των υποψηφίων, διότι μπορεί να μην είναι δομημένη σωστά και ο υπεύθυνος για την επιλογή του προσωπικού να εξάγει λανθασμένα συμπεράσματα για τον υποψήφιο υπάλληλο. Έτσι λοιπόν, η συνέντευξη δε θα πρέπει να αποτελεί το μοναδικό μέσο αξιολόγησης ενός υποψηφίου για μια θέση σε μια επιχείρηση. Πλέον τα ψυχομετρικά τεστ είναι πολύ διαδεδομένα στις πολυεθνικές εταιρίες και χρησιμοποιούνται για την αξιολόγηση των υποψηφίων που θα πλαισιώσουν το ανθρώπινο δυναμικό μιας επιχείρησης, σε συνδυασμό πάντα με τη συνέντευξη. Αυτά διακρίνονται σε τρεις κατηγορίες:

- ❖ Τα τεστ γνωστικών ικανοτήτων
- ❖ Τα τεστ προσωπικότητας
- ❖ Τα τεστ συναισθηματικής νοημοσύνης (Dale, 2005).

Το επιστημονικό περιοδικό *Personnel Psychology* αναφέρει ότι μόνο 35% των εταιριών στην Ευρώπη εφαρμόζουν τα ψυχομετρικά τεστ στη διαδικασία επιλογής προσωπικού. Πάντως, είναι γεγονός ότι τα ψυχομετρικά τεστ μπορούν να δώσουν μια αντικειμενική εικόνα για τον υποψήφιο υπάλληλο εφόσον φυσικά, σχεδιαστούν και κατασκευαστούν από ειδικούς επιστήμονες, έτσι ώστε να μην επηρεάζονται από τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων. Τα κέντρα επιλογής είναι άλλη μια μέθοδος επιλογής προσωπικού, η οποία θεωρείται κι αυτή το ίδιο αξιόπιστη με τη συνέντευξη και τα ψυχομετρικά τεστ. Όταν ο υποψήφιος επισκεφτεί ένα κέντρο επιλογής δοκιμάζεται σε μια σειρά από διαδικασίες αξιολόγησης, που αποτελούν συνδυασμό μεθόδων. Για παράδειγμα ένας υποψήφιος μπορεί να υποβληθεί σε ψυχομετρικά τεστ, υποδύμενος

διάφορους ρόλους, συνέντευξη αλλά και σε ασκήσεις προσομοίωσης καταστάσεων. Στην Ελλάδα αυτή η μέθοδος δεν εφαρμόζεται τόσο, αλλά είναι μια από τις πλέον διαδεδομένες μεθόδους επιλογής προσωπικού στο εξωτερικό και μάλιστα θεωρείται και από τις πιο αξιόπιστες και αποτελεσματικές. Αυτό συμβαίνει διότι δε βασίζεται μόνο σε μια μέθοδο αξιολόγησης των υποψηφίων, αλλά αντίθετα λειτουργεί ακριβώς, επειδή συνδυάζει τη δυνατότητα να αξιολογηθεί ο υποψήφιος με διάφορες μεθόδους επιλογής και έτσι να διασφαλίζεται όσο το δυνατόν περισσότερο, ότι η υποψήφιος αυτός είναι ο πλέον κατάλληλος για τη συγκεκριμένη θέση μέσα στην επιχείρηση (Dale, 2005). Προηγουμένως αναφέρθηκαν επτά στάδια επιλογής προσωπικού μέσα σε μια επιχείρηση, τα οποία σχετίζονται με τη Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων, γενικά. Θα ήταν όμως χρήσιμο να ρίξουμε μια σύντομη ματιά και στα στάδια στρατολόγησης και επιλογής υπαλλήλων στις τουριστικές επιχειρήσεις, τα οποία είναι επίσης επτά και είναι ιδιαίτερα χρήσιμα και ίσως απολύτως απαραίτητα, όταν κάποια επιχείρηση επιθυμεί να έχει τα πιο αποτελεσματικά άτομα στις πιο κατάλληλες θέσεις. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό, όπως είναι προφανές, σε περιόδους οικονομικής κρίσης, όπως είναι αυτή που διανύουμε, διότι το σωστό άτομο στην κατάλληλη θέση μπορεί να ωθήσει την επιχείρηση να ενταχθεί στο σωστό δρόμο, να βγει από το αδιέξοδο που μπορεί να έχει βρεθεί και να λειτουργήσει και πάλι ομαλά και χωρίς προβλήματα. Τα στάδια αυτά είναι τα εξής:

1. Η επιχείρηση πρέπει να προσδιορίσει την ανάγκη που έχει, ώστε να κάνει πρόσληψη ενός νέου υπαλλήλου.
2. Στη συνέχεια, η επιχείρηση πρέπει να κάνει ανάλυση της εργασίας.
3. Έπειτα, θα πρέπει να προσελκύσει τους υποψηφίους.
4. Στη συνέχεια, η επιχείρηση θα πρέπει να περάσει στο στάδιο της προεπιλογής υποψηφίων.
5. Μετά έρχεται το στάδιο της επιλογής του υποψηφίου.
6. Έπειτα έρχεται ο διορισμός του υποψηφίου στην επιχείρηση.
7. Τέλος, η επιχείρηση θα πρέπει να κάνει στρατολόγηση του εργαζομένου (Dale, 2005). Πρώτα απ' όλα θα πρέπει να γίνει η ανάλυση εργασίας από την επιχείρηση, για να διαπιστωθεί ότι πράγματι υπάρχει η ανάγκη για την πρόσληψη νέου προσωπικού. Είναι πιθανό, μετά την ανάλυση εργασίας η επιχείρηση να αντιληφθεί ότι τελικά δεν έχει ανάγκη από νέο προσωπικό, αλλά το μόνο που χρειάζεται είναι να κάνει μια ανακατανομή εργασίας στο υπάρχον προσωπικό. Αν η επιχείρηση διαπιστώσει ότι χρειάζεται νέο προσωπικό, τότε θα πρέπει να γίνει μια ανάλυση της εργασίας, που θα περιλαμβάνει τις ικανότητες που θα πρέπει να έχει ο υποψήφιος για να αναλάβει τη συγκεκριμένη θέση, τις κύριες αρμοδιότητες που θα έχει ο νέος υπάλληλος και τέλος την εκπαίδευση που θα πρέπει να λάβει, για να μπορέσει να καλύψει τη θέση όσο το

δυνατόν καλύτερα. Η ανάλυση της θέσης εργασίας όμως, πέρα από αυτά, θα βοηθήσει την επιχείρηση να διαλέξει τον κατάλληλο υπάλληλο ή να διαπιστώσει αν έχει επιλέξει τον καταλληλότερο υποψήφιο για τη συγκεκριμένη θέση (Dale, 2005). Στη συνέχεια, η επιχείρηση θα πρέπει να προχωρήσει στο επόμενο στάδιο, που είναι η προσέλκυση υποψηφίων. Σε αυτό το σημείο η επιχείρηση θα πρέπει να επιλέξει, εάν κάποιο ξένο γραφείο θα κάνει τις απαραίτητες διαδικασίες για την εύρεση του κατάλληλου υποψηφίου ή εάν η επιχείρηση θα προσφύγει στη λύση της εσωτερικής κάλυψης της θέσης, με την προώθηση κάποιου υποψηφίου, που εργάζεται ήδη μέσα στην επιχείρηση. Στο επόμενο στάδιο της προεπιλογής των υποψηφίων η επιχείρηση θα πρέπει να διαλέξει τους υποψηφίους εκείνους που κρίνει ότι είναι ακατάλληλοι για τη θέση εργασίας και στη συνέχεια, η επιχείρηση επιλέγει τον κατάλληλο υποψήφιο μετά από μια σειρά διαδικασιών επιλογής, όπως αναφέρθηκαν πιο πριν (συνέντευξη, ψυχομετρικά τεστ, κέντρα επιλογής κα). Τέλος, όταν η επιχείρηση καταλήξει στον κατάλληλο υποψήφιο, τότε εκείνος διορίζεται και υπογράφει τη σύμβαση εργασίας του. Δεν θα πρέπει φυσικά να παραβλέψουμε το στάδιο της εκπαίδευσης του νέου υπαλλήλου, όπου μια ομάδα είναι υπεύθυνη για την εκπαίδευση του υποψηφίου πάνω στο αντικείμενο της συγκεκριμένης θέσης (Dale, 2005).

## **Κεφάλαιο 2**

### **Τουρισμός**

#### **2.1 Γυναίκα και τουριστικά επαγγέλματα**

Ο τουρισμός παρέχει ευκαιρίες επίσημης και άτυπης απασχόλησης στις γυναίκες, λόγω των πολύπλοκων αλυσίδων αξίας και συμβολής στην ευρύτερη οικονομία. Οι θέσεις εργασίας στον τουριστικό τομέα είναι ευέλικτες και διατελούνται από οποιοδήποτε χώρο. Αποτελεί έναν τομέα πρόκληση για το γυναικείο φύλο. Οι γυναίκες συνήθως καταλαμβάνουν χαμηλές θέσεις, με μικρές αποδοχές και σε επισφαλείς θέσεις στην τουριστική βιομηχανία. Ο τουριστικός τομέας είναι κατά βάση μια ενασχόληση εποχιακή και κυμαίνεται ανάλογα με την τουριστική κινητικότητα. Η δραστηριοποίηση της γυναίκας στην τουριστική βιομηχανία επιχειρηματικά αποδεικνύει μια τάση εξίσωσης της διαφυλικής διαφορετικότητας και την απόρριψη της άποψης ότι η γυναίκα αποτελεί χειραφετημένο ον. Την ίδια στιγμή, η ισότητα μεταξύ των δύο φύλων συμβάλλει στην συνολική ποιότητα του τουριστικού επαγγέλματος, με σημαντικές επιπτώσεις στην κερδοφορία και στην γενικότερη ποιότητα όλων των πτυχών της βιομηχανίας. Παρόλο που υπάρχει άγνοια ως προς πολλές σημαντικές και σαφείς πληροφορίες σχετικά με την γυναικεία δραστηριότητα στον τουριστικό κλάδο, ωστόσο



φαίνεται ότι αξίζει η γυναικεία επένδυση στον τομέα αυτό. Παρέχεται η δυνατότητα στο γυναικείο φύλο να συμμετέχουν στο εργατικό δυναμικό, στον επιχειρηματικό τομέα και στην ανάληψη ηγετικών θέσεων που σε άλλους τομείς καθίσταται δύσκολο. Οι γυναίκες στον τουριστικό τομέα εξακολουθούν να αμείβονται ελάχιστα και να υποεκπροσωπούνται.

Τα γενικότερα χαρακτηριστικά της γυναικείας τουριστικής επιχειρηματικότητας αναφέρονται ακολούθως:

1. Οι γυναίκες αποτελούν ένα μεγάλο ποσοστό του τουριστικού εργατικού δυναμικού.
2. Οι γυναίκες εκπροσωπούνται σε λειτουργία και επίπεδο θέσης εργασίας γραφείου και αντιπροσωπεύονται ανεπαρκώς στα επαγγελματικά επίπεδα.
3. Οι γυναίκες στον τομέα του τουρισμού έχουν 10% - 15% λιγότερο οικονομικό κέρδος από τους άνδρες συναδέλφους τους.
4. Ο τομέας του τουρισμού έχει σχεδόν διπλάσιες γυναίκες εργοδότες συγκριτικά με άλλους τομείς.
5. Ένας στους πέντε υπουργούς τουρισμού σε όλο τον κόσμο είναι γυναίκες.
6. Οι γυναίκες αποτελούν υψηλότερο ποσοστό των εργαζόμενων γυναικών στον τουρισμό από ό,τι σε άλλους τομείς.
7. Ένας μεγάλος αριθμός της μη αμειβόμενης εργασίας της γυναίκας αφορά σε τουριστικές επιχειρήσεις.

Η Λατινική Αμερική έχει το υψηλότερο ποσοστό γυναικών εργοδοτών στον τομέα του τουρισμού, αγγίζοντας το διπλάσιο συγκριτικά με άλλους επαγγελματικούς τομείς. Στη Νικαράγουα και τον Παναμά πάνω από το 70% των εργοδοτών του τομέα αυτού είναι γυναίκες, ενώ σε άλλους τομείς καταλαμβάνει μόλις το 20% των γυναικών εργοδοτών. Το ποσοστό αυτό υπάρχει μόνο σε αυτές τις περιοχές, καθώς εμφανίζεται με πολύ μικρότερο σε άλλες χώρες, με χαρακτηριστικό παράδειγμα την Ασία. Ενώ στην Ινδονησία, τη Μαλαισία, τις Φιλιππίνες και την Ταϊλάνδη περισσότερο από το ήμισυ των τουριστικών επιχειρήσεων διευθύνονται από γυναίκες, στο Πακιστάν, στο Ιράν και τις Μαλδίβες δεν εντοπίζεται καμία γυναίκα εργοδότης τουριστικών επιχειρήσεων. Επομένως, ο τουρισμός διασφαλίζει ισχυρές δυνατότητες για την προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας.

<http://www2.unwto.org>

## 2.2 Η θέση της γυναίκας στην αγορά εργασίας

Σύμφωνα με την Ελίνα Σακκά, (Assistant Chief Editor), τη σημερινή εποχή η αγορά εργασίας είναι ένας μαραθώνιος και οι επίδοξοι εργαζόμενοι πρέπει να είναι ταυτόχρονα δρομείς ταχύτητας και αντοχής, πράγμα εξόχως σπάνιο και δύσκολο. Παρ' όλα αυτά απαραίτητο. Σε αυτήν την ήδη δύσκολη κατάσταση, η θέση της γυναίκας δυσχεραίνεται ακόμα περισσότερο, όσο κι αν κάτι τέτοιο δε δικαιολογείται, ειδικά στη σημερινή κοινωνία. Οι γυναίκες δεν αντιμετωπίζουν περισσότερες δυσκολίες πρόσληψης σε σχέση με τους άντρες, αλλά δυσκολίες ανέλιξης και προαγωγής στο χώρο εργασίας, ενώ ακόμα είναι φανερό το μισθολογικό χάσμα μεταξύ τους σε ορισμένες θέσεις. Αυτά τα φαινόμενα αφορούν πολλούς κλάδους και πολλές περιπτώσεις.

Σύμφωνα με την International Business Report της Grant Thornton, στο χώρο των επιχειρήσεων, το ποσοστό των γυναικών σε διοικητικές ομάδες παγκοσμίως έχει αυξηθεί μόλις 1% το τελευταίο έτος, από 24% το 2016 σε 25% το 2017. Στην Ελλάδα συγκεκριμένα, παρατηρήθηκε σημαντική μείωση του ποσοστού των γυναικών σε διοικητικές θέσεις, από 27% σε 20% φέτος, πράγμα που κατατάσσει τη χώρα μας στις τελευταίες δέκα χώρες της λίστας. Ταυτόχρονα, το συγκεκριμένο ποσοστό είναι το χαμηλότερο ποσοστό που έχει σημειώσει η Ελλάδα από το 2011. Το μόνο θετικό στοιχείο της έρευνας είναι ότι μειώθηκε κατά 2% το ποσοστό των επιχειρήσεων που δεν απασχολούν καθόλου γυναίκες, το οποίο πλέον ανέρχεται στο 27% που είναι πολύ χαμηλότερο του παγκόσμιου μέσου όρου που ανέρχεται στο 34%.

Στο χώρο της εκπαίδευσης, οι θέσεις που καταλαμβάνονται από γυναίκες είναι σχεδόν προκαθορισμένες και φτάνουν σε ένα συγκεκριμένο επίπεδο. Οι γυναίκες καταλαμβάνουν πάνω από το 70% των θέσεων στους κλάδους του ανθρώπινου δυναμικού, των βιβλιοθηκών, των φοιτητικών υποθέσεων, της πανεπιστημιακής έρευνας και των δημόσιων σχέσεων. Αντίθετα, οι άντρες ελέγχουν τα χρήματα, τα κτίρια και τα συμβόλαια ερευνών. Στη Μεγάλη Βρετανία, μόλις το 1/5 των πανεπιστημίων διοικούνται από γυναίκα πρύτανη, παρ' όλο που το ποσοστό των γυναικών που αναλαμβάνουν διοικητικά καθήκοντα έχει αυξηθεί από το 2013 έως το 2016 κατά 29%. Ωστόσο, οι αλλαγές δεν είναι τόσο εμφανείς. Τι σταματά, επομένως, ικανότατες γυναίκες από το να αναλαμβάνουν ηγετικές θέσεις;

Ένας πρωταρχικός λόγος είναι η πίεση που προέρχεται από το ανδρικό φύλο. Πιο συγκεκριμένα, οι γυναίκες που ασχολούνται με την καριέρα τους και θέτουν υψηλούς στόχους θεωρούνται συχνά υπερφιλόδοξες. Ακόμα, πολύ συχνά τους ασκείται πίεση να επιλέξουν θέσεις και να αναλάβουν καθήκοντα που επικεντρώνονται στη διδασκαλία και σε συναφή αντικείμενα, γιατί είναι πιο εύκολο να συμμορφωθούν στις υποδείξεις που τους



γίνονται σε σχέση με τους άντρες, οι οποίοι πιθανότατα θα αρνηθούν. Ένας ακόμη σημαντικός λόγος είναι οι πολλές ώρες εργασίας.

Πολλές γυναίκες πρέπει να ισορροπήσουν μεταξύ οικογενειακής και εργασιακής ζωής και για να το καταφέρουν αυτό πρέπει να μειώσουν τις ώρες εργασίας τους, πράγμα που τις απομακρύνει πολύ συχνά από το να διεκδικήσουν μία υψηλότερη θέση. Επιπλέον, εξέχουσα σημασία στη διαδικασία ανέλιξης ενός

εργαζόμενου έχει η αναγνώριση των ηγετικών του ικανοτήτων. Οι γυναίκες πολύ συχνά θεωρείται ότι υπολείπονται σε ηγετικές ικανότητες σε σχέση με τους άντρες συναδέλφους τους, κάτι το οποίο είναι ξεκάθαρα μία προκατάληψη, η οποία πρέπει να καταρριφθεί. Σε πολλές περιπτώσεις εκτιμάται περισσότερο η αυτοπεποίθηση σε σχέση με την αυτοεπίγνωση και προτιμούνται τα γρήγορα και εύκολα αποτελέσματα από μία διαδικασία λήψης αποφάσεων που διαρκεί περισσότερο και λαμβάνει υπόψη και τις απόψεις της μειοψηφίας.

Ένα ακόμη φλέγον ζήτημα, που είναι άρρηκτα συνυφασμένο με τη θέση της γυναίκας στην αγορά εργασίας, αποτελεί το μισθολογικό χάσμα. Στο χώρο της πανεπιστημιακής εκπαίδευσης συγκεκριμένα, σύμφωνα με την έρευνα που δημοσίευσε το CUPA-HR, οι γυναίκες σε διοικητικές θέσεις κερδίζουν 80 cents ανά δολάριο συγκριτικά με τους άντρες συναδέλφους τους. Η διαφορά αυτή έχει μειωθεί κατά 3 cents από το 2001. Η μισθολογική διαφορά μεταξύ αντρών και γυναικών φαινόταν να μειώνεται πιο γρήγορα κατά τη διάρκεια της δεκαετίας 2000-2010, η οικονομική κρίση, όμως, είχε επιπτώσεις και σε αυτόν τον τομέα.

Το 2016, οι γυναίκες κατείχαν περίπου το 50% των διοικητικών θέσεων, αλλά το ποσοστό των γυναικών μειώνεται δραματικά, όταν πρόκειται για θέσεις αυξημένου κύρους, οι οποίες είναι παραδοσιακά συνδεδεμένες με υψηλότερους μισθούς. Ωστόσο, η έρευνα αποκαλύπτει

ένα ενδιαφέρον δεδομένο. Στις υψηλότερες θέσεις, όπου οι γυναίκες αποτελούν τη μειοψηφία, οι γυναίκες που κατέχουν αυτές τις θέσεις, απολαμβάνουν μικρότερες μισθολογικές διαφορές σε σχέση με τους άντρες, ενώ σε μερικές θέσεις πληρώνονται και περισσότερο από αυτούς. Πρόκειται, στην ουσία, για μία προσπάθεια να ενισχυθεί η γυναικεία παρουσία σε θέσεις, όπου υποεκπροσωπούνται, πληρώνοντάς τες περισσότερο. Όμως η προσπάθεια αυτή δεν αφορά όλες τις θέσεις κι όλες τις περιπτώσεις.

Μπορεί τα παραπάνω στοιχεία να αφορούν τις ΗΠΑ, η κατάσταση, όμως, στην Ελλάδα δεν είναι πιο ευχάριστη. Σύμφωνα με στοιχεία της Eurostat, η μισθολογική διαφορά μεταξύ των δύο φύλων φτάνει το 15%, ενώ η διαφορά των συνολικών αποδοχών ανέρχεται στο 45,2%, την ώρα που ο ευρωπαϊκός μέσος όρος βρίσκεται στο 41,1%, και λαμβάνει υπόψη τρία μειονεκτήματα που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες: α) χαμηλότερες ωριαίες αποδοχές, β) λιγότερες ώρες εργασίας σε έμμισθες θέσεις και γ) χαμηλότερα ποσοστά απασχόλησης. Αίτια για αυτή τη διαφορά μπορούν να θεωρηθούν τα εξής: οι θέσεις διοίκησης και εποπτείας καταλαμβάνονται κυρίως από άντρες και παίρνουν συχνότερα προαγωγή, οι γυναίκες συχνά αναλαμβάνουν άμισθα καθήκοντα, όπως το νοικοκυριό, η φροντίδα των παιδιών ή συγγενικών προσώπων με αποτέλεσμα να αναγκάζονται να μειώσουν τις ώρες εργασίας τους και τέλος ο διαχωρισμός στην εκπαίδευση και στην αγορά εργασίας. Αυτό σημαίνει ότι οι γυναίκες προορίζονται για συγκεκριμένες θέσεις και υποεκπροσωπούνται σε άλλες.

Όλα τα παραπάνω στοιχεία είναι δείκτες της αδυναμίας της σημερινής κοινωνίας να αποδεχθεί και να αφομοιώσει την εργασιακή ισότητα μεταξύ των δύο φύλων, καθώς υπάρχουν κάποιοι παράγοντες που αντιστέκονται σθεναρά. Ωστόσο, σημειώνεται κάποια πρόοδος αργά και σταθερά, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι είναι ικανοποιητική. Αυτό που πρέπει να κάνουμε είναι να συνειδητοποιήσουμε ότι βρισκόμαστε στο 2017, ότι οι συνθήκες της κοινωνίας μας έχουν αλλάξει ριζικά σε πολλούς τομείς και πλέον η εργασιακή ισότητα δεν θα έπρεπε να είναι ζητούμενο αλλά δεδομένο.

Available from: <http://citycampus.gr/>, (Accessed 11 Ιανουαρίου 2019)

### **2.3 Η συμμετοχή των γυναικών στην αγορά εργασίας**

Ιστορικά, η είσοδος της γυναίκας στην αγορά εργασίας ταυτίζεται με τη βιομηχανική επανάσταση. Η προστατευτική εργατική νομοθεσία και ιδιαίτερα σε ότι αφορά τη γυναικεία εργασία συστηματοποιήθηκε και αναπτύχθηκε συμβάλλοντας θετικά στην ολοένα μεγαλύτερη συμμετοχή των γυναικών στην αμειβόμενη απασχόληση. Τις τελευταίες

δεκαετίες η συμμετοχή των γυναικών στο εργατικό δυναμικό έχει αυξηθεί σημαντικά, αλλάζοντας το τοπίο στο χώρο των εργασιακών σχέσεων. Οι γυναίκες σήμερα αποτελούν το 40,7% του συνόλου του εργατικού δυναμικού της χώρας (ΕΣΥΕ, 2009).

Το φαινόμενο της γυναικείας απασχόλησης στις σύγχρονες βιομηχανικές κοινωνίες, συνδέεται με την όλη κοινωνικοοικονομική εξέλιξη σ' αυτές. Οι μεταβολές των κοινωνικών αντιλήψεων, τα καταναλωτικά πρότυπα, οι πολιτικές πρακτικές που προωθούν την ισότητα, η αύξηση των θέσεων εργασίας στον τριτογενή τομέα, το υψηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης και η επιθυμία για επαγγελματική εξέλιξη επηρεάζουν σημαντικά την απόφαση της γυναίκας να ενταχθεί στην αγορά εργασίας και να παραμείνει εντός αυτής για μικρό ή μεγάλο χρονικό διάστημα (Στρατηγάκη, 2006:27). Επιπλέον, τα μειωμένα ποσοστά γονιμότητας και η δυνατότητα συμφιλίωσης οικογενειακής και εργασιακής ζωής έχουν συμβάλει ώστε οι γυναίκες να μένουν λιγότερο χρόνο εκτός αγοράς εργασίας προκειμένου να τεκνοποιήσουν και να αναθρέψουν τα παιδιά (Wirth, 2001:2-3).

Η πάροδος στη συμμετοχή των γυναικών στην αγορά εργασίας σηματοδοτείται από τρεις κυρίως εξελίξεις: α) την αύξηση του ποσοστού συμμετοχής των γυναικών στην αμειβόμενη απασχόληση, β) τη μείωση του δείκτη ανεργίας των γυναικών, ο οποίος παραμένει ωστόσο υψηλός και γ) τη σταδιακή μείωση του χάσματος στα ποσοστά ανδρικής και γυναικείας απασχόλησης που οφείλεται στο γεγονός ότι η πλειονότητα των θέσεων εργασίας καταλαμβάνεται από γυναίκες. (Μουρίκη, 2005:241)

Πράγματι, η γυναικεία απασχόληση υπήρξε βασικός παράγοντας αύξησης της απασχόλησης σε επίπεδο Ε.Ε. τα τελευταία χρόνια. Την περίοδο 2000-2006 οι απασχολούμενοι στην Ε.Ε. αυξήθηκαν σχεδόν κατά 12 εκατομμύρια εκ των οποίων τα 7,5 εκατομμύρια ήταν γυναίκες. (EESC, 2009:4) Στην Ελλάδα, το 2009 το ποσοστό γυναικείας απασχόλησης έφτασε στο 48,7% συγκρινόμενο με το 72,5% της αντρικής απασχόλησης (ΕΣΥΕ,2009) μειώνοντας τη διαφορά μεταξύ των δύο φύλων που έφτανε το 35% το 1995 (INE ΓΣΕΕ-ΑΔΕΔΥ, 2009:200).

Από την άλλη πλευρά, η ένταξη των γυναικών στην αγορά εργασίας και ο εφεδρικός χαρακτήρας αυτής της ένταξης έχει ως συνέπεια, η γενική κατάσταση του γυναικείου εργατικού δυναμικού όσον αφορά την ανεργία και τη μακροχρόνια ανεργία να είναι αρκετά πιο δυσμενής συγκριτικά με αυτή των ανδρών. Η ανεργία των γυναικών ανέρχεται στο 13,4% (έναντι 5,6 των ανδρών), ενώ η μακροχρόνια ανεργία των γυναικών είναι περίπου 11 ποσοτικές μονάδες υψηλότερη από το αντίστοιχο ποσοστό των ανδρών (Χρίσης, 2009:63).

Εξάλλου, από άποψη ποιότητας απασχόλησης, αυτό που χαρακτηρίζει τη γυναικεία εργασία είναι η εκτεταμένη διάδοση της μερικής απασχόλησης. Οι σχέσεις εργασίας αυτού του

τύπου έχουν τα μειονεκτήματα της χαμηλής αμοιβής, της περιορισμένης ασφάλισης και της έλλειψης προοπτικής για καριέρα. Συνεπώς, η μερική απασχόληση βελτιώνει μόνο ποσοτικά και όχι ποιοτικά τη θέση των γυναικών στην αγορά εργασίας. Στην ανωτέρω κατάσταση, έρχεται να προστεθεί και ο προσωρινός χαρακτήρας της γυναικείας απασχόλησης. Το ποσοστό των γυναικών που εργάζονται με συμβάσεις ορισμένου χρόνου είναι κατά προσέγγιση 50% υψηλότερο από το αντίστοιχο ποσοστό των ανδρών ( INE ΓΣΕΕ-ΑΔΕΔΥ, 2009:202).

Παρά την αναμφισβήτητη πρόοδο που έχει συντελεστεί, η αγορά εργασίας εξακολουθεί να αποτελεί ιδιαίτερα εχθρικό περιβάλλον για τις γυναίκες. Οι διαφορές στα ποσοστά απασχόλησης της ανεργίας καθώς και στα χαρακτηριστικά της γυναικείας απασχόλησης αποδεικνύουν ότι υφίστανται διαφορές μεταξύ ανδρών και γυναικών όσον αφορά την ποιότητα και τις συνθήκες εργασίας. Η ανισότητα στη βάση του φύλου είναι ακόμη εμφανής στο χώρο εργασίας καθώς είναι βαθιά ριζωμένη στις κοινωνικές αντιλήψεις και έχει σαν αποτέλεσμα την υποτίμηση της γυναικείας απασχόλησης.

#### **2.4 Η γυναικεία εργασία στον τουριστικό τομέα**

Η έρευνα δείχνει ότι ο τουρισμός συχνά παρέχει νέες σημαντικές πηγές εισοδήματος και απασχόλησης για τις γυναίκες (Castelberg – Koulma 1991, Ιακωβίδου 1991, Κασιμάτη, Θανοπούλου, Τσάρτας 1995, Leontidou 1994, Μανώλογλου 1990, Stott 1985, Τσάρτας 1989, Τσάρτας 1991α, Τσάρτας 1991β, Χαραλαμποπούλου – Παπασταύρου 1985). Το γεγονός αυτό έχει σημαντικές επιπτώσεις στις ζωές των γυναικών οι οποίες δεν απολάμβαναν ανέκαθεν το δικαίωμα πρόσβασης στην αγορά εργασίας. Βέβαια οι ευκαιρίες για εργασία στον τουριστικό τομέα τείνουν να περιορίζονται στα είδη εκείνα της εργασίας που αξιολογούνται ως πολιτισμικά «κατάλληλα» γι' αυτές. Έτσι οι ερευνητές έχουν στραφεί στους τρόπους με τους οποίους οι κανόνες της σεξουαλικότητας ενδέχεται να περιορίζουν την πρόσβαση των γυναικών σε θέσεις εργασίας, να επιδρούν στην κοινωνικότητά τους με τους τουρίστες και να καθορίζουν το είδος της εργασίας και των κοινωνικών σχέσεων που τους αρμόζει να εμπλέκονται (Scott 1997). Οι έρευνες καταλήγουν στα εξής συμπεράσματα:

- ❖ Η μικρής κλίμακας, τοπικά ελεγχόμενη, τουριστική ανάπτυξη παρέχει σημαντικές ευκαιρίες απασχόλησης για τις γυναίκες διότι οι μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις αποτελούν συνέχεια της οικογενειακής οικίας η διαχείρισή τους προσλαμβάνεται ως επέκταση των οικιακών τους καθηκόντων.

- ❖ Οι γυναίκες, από τη στιγμή που συνεισφέρουν με το εισόδημα τους στους πόρους της οικιακής ομάδας, κερδίζουν γόητρο και αναγνώριση.
- ❖ Καθώς αυξάνεται το εισόδημά τους αποκτούν μεγαλύτερη συμμετοχή στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων στο νοικοκυριό καθώς και πρόσβαση στο δημόσιο χώρο.

Οι εργαζόμενες στον τουριστικό τομέα γενικά εμφανίζουν ετερογένεια και δεν πρέπει να παρουσιάζονται ως ομοιογενής ή αδιαφοροποίητη κοινωνική κατηγορία. Έχουν συνήθως διαφορετικούς στόχους και υφίστανται διαφορετικούς περιορισμούς. Τα ακαδημαϊκά προσόντα και η επαγγελματική εμπειρία που ενδέχεται να έχουν πολλές από τις εργαζόμενες τις ωθούν να αναζητούν θέσεις εργασίας ανάλογες από άποψη αμοιβής, ευθυνών, δεξιοτήτων και εκπαίδευσης. Οι γυναίκες όμως που ασχολούνται ως απλές εργαζόμενες ή συμβοηθούντα μέλη στην οικογενειακή επιχείρηση δεν προωθούν τα ατομικά οικονομικά τους συμφέροντα, αλλά υπηρετούν οικονομικές στρατηγικές του νοικοκυριού. Οι οικονομικές ενασχολήσεις των γυναικών στον τουρισμό, η σχέση τους με την ιδιοκτησία μέσω του θεσμού της προίκας, τα πρότυπα του γάμου και της μεταγαμήλιας εγκατάστασης που επηρεάστηκαν από την είσοδό τους στην τουριστική αγορά εργασίας, έθεσαν τους όρους για ποικίλες αλλαγές σε ενδο-οικιακό και δια-οικιακό επίπεδο (Galani Moutafi 1993, Galani Moutafi 1994, Stott 1982). Ωστόσο οι αλλαγές που πραγματοποιήθηκαν στην οικονομική και οικιακή ζωή των γυναικών δεν συνοδεύτηκαν από ανάλογες ιδεολογικές μεταβολές, ούτε άλλαξαν ο καταμερισμός εργασίας στα νοικοκυριά και οι πολιτισμικές αντιλήψεις που προσδιορίζουν τη γυναικεία ταυτότητα.

Οι οικογενειακές υποχρεώσεις, που παραμένουν σταθερά “ευθύνη” και “υποχρέωση” της γυναίκας δεν μπορούν εύκολα να συνδυαστούν με δύο βασικά χαρακτηριστικά της απασχόλησης στον τουρισμό: την εποχικότητα και τη γεωγραφική μετακίνηση. Οι γυναίκες καταλήγουν να επιλέγουν μια εργασία που να τους εξασφαλίζει σταθερότητα ή ελεγχόμενα ωράρια ώστε να μπορούν να ανταπεξέλθουν στις πολλαπλές υποχρεώσεις τους.

Οι εσωτερικές διαφοροποιήσεις στη διάρθρωση της υποδομής των τουριστικών καταλυμάτων είναι ένας παράγοντας που επηρεάζει καθοριστικά τα χαρακτηριστικά της απασχόλησης γενικά και ειδικότερα της γυναικείας τα τελευταία είκοσι χρόνια. Η κυριότερη διαφοροποίηση σχετίζεται με την αλματώδη ανάπτυξη των τύπων καταλυμάτων που απαιτούν πολύ μικρότερο συντελεστή εργασίας από τα κλασικού τύπου καταλύματα (ξενοδοχεία). Αποτέλεσμα αυτού του φαινομένου είναι η στασιμότητα στην αγορά εργασίας, ειδικευμένου προσωπικού στα πάσης φύσεως ξενοδοχειακά καταλύματα, ενώ, αντίθετα, υπάρχει μια αύξηση τόσο της ανειδίκευτης εργασίας, όσο και της περιστασιακής, μερικής ή και της άτυπης εργασίας. Ένα πολύ υψηλό ποσοστό αυτού του είδους της απασχόλησης

στον ελληνικό τουριστικό τομέα καλύπτεται από γυναίκες. Η διχοτόμηση που προκύπτει οδηγεί (ιδιαίτερα στα ξενοδοχεία) σε μια κατά φύλο κατανομή των θέσεων εργασίας η οποία αποκλείει ουσιαστικά τις γυναίκες από τις υψηλές επαγγελματικές θέσεις.

Ένα πρώτο συμπέρασμα στο οποίο καταλήγουν οι έρευνες είναι ότι οι γυναίκες εμφανίζουν μια ανοδική τάση στις θέσεις εργασίας που απαιτούν ειδική μόρφωση και εμπειρία (τμήμα υποδοχής και εξυπηρέτησης πελατών, οικονομικές υπηρεσίες, κουζίνα). Παράλληλα, όμως, η παρουσία τους είναι σαφώς υποβαθμισμένη στις θέσεις προϊσταμένων και διευθυντών τμημάτων. Επίσης, έχουν δημιουργηθεί θέσεις απασχόλησης καθαρά «γυναικείες» (καμαριέρες, καθαρίστριες). Παρατηρείται δηλαδή ένας σαφής διαχωρισμός κατά φύλο στις θέσεις εργασίας στα ξενοδοχεία, αν και διαφαίνονται σαφείς τάσεις βελτίωσης αυτής της κατάστασης που σχετίζονται με τη νομοθεσία. Ιδιαίτερα σημαντική εμφανίζεται η παρουσία των γυναικών επιχειρηματιών στο χώρο των ενοικιαζόμενων δωματίων. Αυτή η ιδιαίτερη μορφή αυτοαπασχόλησης συνδυάζει αφενός τη μικρού μεγέθους οικογενειακή επιχείρηση και αφετέρου την παράλληλη απασχόληση στο σπίτι ή στην αγροτική εκμετάλλευση. Αποτελεί από την άλλη πλευρά, ένα τυπικό μοντέλο τουριστικής επιχείρησης στην ύπαιθρο και ιδιαίτερα στις νησιωτικές περιοχές (Kousis 1989). Το επάγγελμα της ξεναγού είναι επίσης ένα παραδοσιακά “γυναικείο” επάγγελμα.

Το γενικό συμπέρασμα που προκύπτει από τις εμπειρικές έρευνες είναι ότι η σημαντική αύξηση των εισοδημάτων των γυναικών που εμπλέκονται στην τουριστική αγορά εργασίας δεν έχει επιφέρει σημαντική βελτίωση των συνθηκών εργασίας αυτών των γυναικών, ούτε έχει αλλάξει δραματικά τις ταυτίσεις τους με το χώρο του σπιτιού και το νοικοκυριό (Νάζου 2003, Stott 1979, Τσάρτας 1993).

## **2.5 Η παγκόσμια ημέρα της γυναίκας**

Η Παγκόσμια Ημέρα της Γυναίκας γιορτάζεται κάθε χρόνο στις 8 Μαρτίου, σε ανάμνηση μιας μεγάλης εκδήλωσης διαμαρτυρίας που έγινε στις 8 Μαρτίου του 1857 από εργάτριες κλωστοϋφαντουργίας στη Νέα Υόρκη, οι οποίες ζητούσαν καλύτερες συνθήκες εργασίας. Η πρώτη Παγκόσμια Ημέρα της Γυναίκας γιορτάστηκε το 1909 με πρωτοβουλία του Σοσιαλιστικού Κόμματος των ΗΠΑ και υιοθετήθηκε δύο χρόνια αργότερα από τη Σοσιαλιστική Διεθνή.



### 2.5.1 Η ιστορία της 8<sup>ης</sup> Μαρτίου

Η 8η Μαρτίου ορίστηκε το 1977 από τον Οργανισμό Ηνωμένων Εθνών ως Παγκόσμια Ημέρα για τα δικαιώματα της Γυναίκας και τη Διεθνή Ειρήνη. Η ιδέα για τον εορτασμό της προέκυψε κατά το πέρασμα στον 20ό αιώνα, το οποίο σηματοδοτήθηκε από την εκβιομηχάνιση, την πληθυσμιακή έκρηξη και τις ριζοσπαστικές ιδεολογίες. Το έναυσμα, όμως, είχε δοθεί αιώνες πριν, με τη Λυσιστράτη να πρωτοστατεί σε μια ιδιόμορφη «φεμινιστική» απεργία, προκειμένου να τελειώσει ο πόλεμος των ανδρών. Κατά τη διάρκεια της Γαλλικής επανάστασης οι γυναίκες του Παρισιού ζητούσαν «ελευθερία, ισότητα, αδελφότητα» στις Βερσαλλίες. Η γιορτή ουσιαστικά αφορά στους αγώνες συνηθισμένων γυναικών, που με το θάρρος και την αποφασιστικότητα τους έγραψαν ιστορία. Στις Ηνωμένες Πολιτείες, οι εργάτριες στο τομέα της υφαντουργίας και του ιματισμού κινητοποιήθηκαν στις 8 Μάρτη του 1857 στη Νέα Υόρκη για τις απάνθρωπες συνθήκες εργασίας και τους χαμηλούς μισθούς τους. Η αστυνομία επιτέθηκε και διέλυσε βίαια το πλήθος των λευκοντυμένων γυναικών, όμως το εργατικό κίνημα είχε ήδη γεννηθεί. Δυο χρόνια αργότερα, οι γυναίκες που συμμετείχαν στις κινητοποιήσεις οργάνωσαν το πρώτο εργατικό σωματείο γυναικών και συνέχισαν τον αγώνα για τη χειραφέτησή τους. Το 1908 παρέλασαν 15.000 γυναίκες στους δρόμους της Νέας Υόρκης ζητώντας λιγότερες ώρες εργασίας, καλύτερους μισθούς και δικαίωμα ψήφου. Υιοθέτησαν το σύνθημα «Ψωμί και τριαντάφυλλα», με το ψωμί να συμβολίζει την οικονομική ασφάλεια και τα τριαντάφυλλα την καλύτερη ποιότητα ζωής. Η Ημέρα της Γυναίκας γιορτάστηκε για πρώτη φορά από το Σοσιαλιστικό Κόμμα των ΗΠΑ στις 28 Φεβρουαρίου 1909. Ο εορτασμός της καθιερώθηκε το 1910 με πρόταση της Γερμανίδας σοσιαλίστριας Clara Zetkin κατά τη διάρκεια της Δεύτερης Διεθνούς.

Μετά την Οκτωβριανή Επανάσταση, η φεμινίστρια Alexandra Kollontai έπεισε τον Λένιν να επισημοποιήσει τη γιορτή στη Σοβιετική Ένωση, όμως μέχρι το 1965 αυτή παρέμεινε γιορτή των εργατών. Η άνοδος του φεμινιστικού κινήματος το 1960 αναζωογόνησε το ενδιαφέρον για την Παγκόσμια Ημέρα της Γυναίκας.

Ωστόσο, περιστατικά που σημειώνονται με αφορμή τον εορτασμό της Ημέρας τη Γυναίκας, αποδεικνύουν την ανάγκη προβολής και τιμής, αν μη τι άλλο, των αγώνων των γυναικών.

<https://tvxs.gr/>

## Κεφάλαιο 3

### Το φαινόμενο της γυάλινης οροφής

#### 3.1 Η γυάλινη οροφή

Ο όρος "Γυάλινη οροφή" υιοθετήθηκε το 1986 από τους δημοσιογράφους Carol Hymowitz και Timothy Schellhardt της εφημερίδας The Wall Street Journal με στόχο να περιγράψουν τα τεχνητά ή αόρατα εμπόδια (βασισμένα σε απόψεις και προκαταλήψεις) που επιβραδύνουν ή είναι ικανά να σταματήσουν την επαγγελματική ανέλιξη των γυναικών στις ανώτερες και ανώτατες θέσεις της ιεραρχίας των επιχειρήσεων. Ο υπολογισμός του εύρους της "Γυάλινης Οροφής" αποτυπώνει το βαθμό δυσκολίας που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες προκειμένου να προωθήσουν την καριέρα τους σε επίπεδα αντίστοιχα με αυτά των ανδρών συναδέλφων τους (Ντερμανάκης, 2004).

Το φαινόμενο της "Γυάλινης Οροφής" είναι υπαρκτό σε όλους τους κλάδους της ελληνικής οικονομίας. Σύμφωνα με τα στοιχεία του ΚΕΘΙ, στις επιχειρήσεις με περισσότερους από δέκα απασχολούμενους, η συμμετοχή των γυναικών στη συνολική απασχόληση φτάνει το 36,1%, αλλά μόλις το 17,7% στις ανώτατες μισθολογικά και ιεραρχικά θέσεις εργασίας (θέσεις που ανήκουν στο ανώτερο 10% της μισθολογικής κλίμακας των επιχειρήσεων). Έτσι, ο γενικός δείκτης της "Γυάλινης Οροφής" έχει τιμή 2, και αντίστοιχα, ο ειδικός δείκτης της "Γυάλινης Οροφής" ή δείκτης της "Γυάλινης Οροφής" των ανωτέρων στελεχών φτάνει περίπου στο 1,4%, γεγονός που υποδηλώνει ότι η συμμετοχή των γυναικών στις μισθολογικά ανώτατες θέσεις εργασίας των επιχειρήσεων καλύπτει μόλις το 49% των ανώτατων θέσεων εργασίας από αυτές που τους αναλογούν βάσει της συμμετοχής τους στη συνολική απασχόληση των επιχειρήσεων.

Είναι χαρακτηριστικό ότι το εύρος της "Γυάλινης Οροφής" εμφανίζεται να αυξάνεται όσο μεγαλύτερο είναι το μέγεθος της επιχείρησης. Πιο συγκεκριμένα, στις μικρότερες επιχειρήσεις (10-49 απασχολούμενοι) η συμμετοχή των γυναικών στις ανώτατες θέσεις εργασίας καλύπτει περίπου το 58% των ανώτατων θέσεων που τους αναλογούν με βάση τη συμμετοχή τους στη συνολική απασχόληση των επιχειρήσεων. Επιπρόσθετα, ως κριτήριο της δυνατότητας της επαγγελματικής ανέλιξης των ανωτέρων στελεχών σε ανώτατες θέσεις εργασίας, φαίνεται ότι η συμμετοχή των γυναικών καλύπτει μόνο το 70% των θέσεων που τους αναλογούν σε σχέση με τη συμμετοχή τους στις θέσεις εργασίας των επιχειρήσεων.

Στις μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις (50-99 απασχολούμενοι) το φαινόμενο της γυάλινης οροφής διευρύνεται ακόμη περισσότερο, δεδομένου ότι οι γυναίκες καλύπτουν μόλις το 51% των ανώτατων θέσεων εργασίας που τους αναλογούν. Ωστόσο, συγκριτικά ευνοϊκότερες είναι οι προοπτικές ανέλιξης των ανωτέρων στελεχών, καθώς από το σύνολο των ανώτατων

θέσεων που τους αναλογούν καλύπτουν περίπου το 80%. Τέλος, στις μεγαλύτερες επιχειρήσεις (+100 απασχολούμενοι) οι δυσκολίες των γυναικών εντείνονται σε ακόμη μεγαλύτερο βαθμό, καθώς τα αντίστοιχα ποσοστά είναι μόλις 30% και 54%.

### **3.2 Τι είναι η γυάλινη οροφή**

Η ανισότητα μεταξύ ανδρών και γυναικών εξηγεί σε μεγάλο βαθμό την τάση συγκέντρωσης τους σε διαφορετικές θέσεις στα πλαίσια της οργανωσιακής ιεραρχίας. Με την άνοδο του εκπαιδευτικού επιπέδου των γυναικών και τις αλλαγές στις κοινωνικές αντιλήψεις για τους γυναικείους και ανδρικούς ρόλους, θεωρήθηκε ότι οι γυναίκες θα εξελίσσονταν γρήγορα στην εργασιακή ιεραρχία (Wirth, 2001:11). Όμως, σημαντικά εμπόδια, διακρίσεις και αντιλήψεις για τη θέση των γυναικών στην οικονομία, την πολιτική και την κοινωνία έχουν διαμορφωθεί και εξακολουθούν να αποτελούν πηγή διακρίσεων σε βάρος της επαγγελματικής τους εξέλιξης (Ντερμανάκης, 2004:1). Η αυξανόμενη συμμετοχή στην αγορά εργασίας δεν κατάφερε να οδηγήσει στην ανάληψη θέσεων ευθύνης.

Αν και οι εργαζόμενες γυναίκες κατέχουν τα τυπικά προσόντα έχουν περιορισμένες ευκαιρίες επαγγελματικής εξέλιξης και παραμένουν μακριά από τις διευθυντικές θέσεις.

### **3.3 Τα αίτια του φαινομένου**

Τα εμπόδια που εμφανίζονται στην σταδιοδρομία των γυναικών είναι πολλά και λαμβάνουν διάφορες μορφές. Η αποτελεσματική αντιμετώπισή τους βασίζεται στην ανάλυση των αιτιών ώστε να γίνουν κατανοητές οι ρίζες του προβλήματος και να εντοπιστούν λύσεις που να ανταποκρίνονται στην ένταση και την έκταση των δυσκολιών.

Τα αίτια της «γυάλινης οροφής» στη διεθνή βιβλιογραφία χωρίζονται σε δύο κατηγορίες:

1. Οι διαφορές μεταξύ των δύο φύλων σε ατομικό επίπεδο
2. Τα οργανωσιακά και κοινωνικά αίτια.

Στην πρώτη κατηγορία εντάσσονται ζητήματα που σχετίζονται με τις φιλοδοξίες του ατόμου, δηλαδή την επιθυμία να αναλάβει διοικητικά καθήκοντα. Η άποψη αυτή υποστηρίζει ότι η γυναικεία φύση χαρακτηρίζεται από έλλειψη αυτοπεποίθησης και διστακτικότητα αυτοπροβολής. Επίσης, οι κοινωνικοί επιστήμονες υποστηρίζουν ότι οι γυναίκες συνειδητά δεν επιδιώκουν την επαγγελματική τους εξέλιξη καθώς δεν είναι προσανατολισμένες κατά

πρώτο λόγο στην καριέρα, όπως οι άνδρες (Padavic & Reskin, 2002 : 50 – 51). Η επιτυχία των ανδρών αποδίδεται επιπλέον, στις μεγαλύτερες προσπάθειες για απόκτηση γνώσεων και δεξιοτήτων. Παρ' όλα αυτά η εμπειρία και η έρευνα δείχνουν ότι η επαγγελματική επιτυχία είναι το ίδιο ελκυστική τόσο για τις γυναίκες όσο και για τους άνδρες (Βακόλα & Αποσπύρη, 2007: 36-38). Αυτό αποδεικνύεται άλλωστε και από το αυξημένο ποσοστό γυναικών, αποφοίτων πανεπιστημίου (Wirth, 2005: 5). Εξάλλου το γεγονός ότι οι γυναίκες δεν επιδιώκουν να διεκδικήσουν τέτοιες θέσεις δεν σημαίνει ότι δεν ενδιαφέρονται, αλλά περιορίζονται σημαντικά από άλλους παράγοντες (Longford,1996:3).

Ανάλογες είναι και οι κριτικές που έχει δεχτεί η άποψη ότι οι γυναίκες και οι άνδρες μάντζερ υιοθετούν διαφορετικά στυλ διοίκησης και αυτά επηρεάζουν την αποτελεσματικότητά τους. Οι έρευνες έχουν δείξει ότι δεν υφίστανται διαφορές μεταξύ ανδρών και γυναικών ούτε ως προς το διοικητικό στυλ ούτε ως προς την αντιλαμβανόμενη απόδοση.

Όσον αφορά τη δεύτερη κατηγορία, δηλαδή τα οργανωσιακά και κοινωνικά αίτια, η σύσταση του ανθρώπινου δυναμικού ανάλογα με το φύλο διαμορφώνει σε μεγάλο βαθμό την κουλτούρα του οργανισμού η οποία ενδέχεται να γίνει εχθρική για τα μέλη που ανήκουν στο άλλο φύλο (Βακόλα & Αποσπύρη, 2007:40-42). Έτσι, το ποσοστό των απασχολούμενων γυναικών επηρεάζει την εμφάνιση και διατήρηση του φαινομένου της γυάλινης οροφής. Σε περίπτωση που οι προαγωγές γίνονται από το εσωτερικό της επιχείρησης, η υψηλή αντιπροσώπευση γυναικών σε μη διοικητικές θέσεις είναι δυνατό να αυξήσει την αντιπροσώπευση τους σε θέσεις διοίκησης. Πιθανόν, η εμπειρία των επιχειρήσεων από την απασχόληση γυναικών να περιορίζει τα στερεότυπα με βάση το φύλο και να αυξάνει την πιθανότητα εντοπισμού ικανών ατόμων ανεξαρτήτως φύλου (Padavic & Reskin, 2002:111).

Οι έμφυλες δομές των οργανισμών διατηρούνται από τους άνδρες καθώς λειτουργούν προς το συμφέρον τους αυξάνοντας τα εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες (Barreto, Ryan & Schitt, 2009:50). Αρκετές φορές η διαδικασία της προσέλκυσης γίνεται με τέτοιο τρόπο, ώστε αποκλείονται εμμέσως από την ομάδα των υποψηφίων συγκεκριμένες κατηγορίες ατόμων παρόλο που διαθέτουν τα απαραίτητα προσόντα για τη θέση αυτή. Οι αγγελίες διατυπώνονται με τρόπο που έμμεσα δημιουργούν διακρίσεις σε βάρος των γυναικών, με αποτέλεσμα να τις αποκλείουν από τη λίστα των υποψηφίων (Cotter et al, 2001: 22-23).

Επίσης, κατά την διαδικασία της επιλογής, οι υπεύθυνοι αξιολογούν κατά πόσο οι υποψήφιοι «ταιριάζουν» με την εικόνα που οι ίδιοι έχουν σχηματίσει για τον ιδανικό εργαζόμενο. Η διαχρονική κυριαρχία των ανδρών στη διοίκηση των οργανώσεων έχει συμβάλει στην ταύτιση της διοίκησης με το ανδρικό πρότυπο και στη διαμόρφωση της αντίληψης ότι η επιτυχημένη και αποτελεσματική διοίκηση συνδέεται με τα χαρακτηριστικά που εμπεριέχονται στο ανδρικό στερεότυπο, μερικά από τα οποία είναι: (ικανότητα επιβολής και ελέγχου, αποφασιστικότητα, επιθετικότητα, αυτοπεποίθηση) (Dingell & Maloney, 2002:16).

Εξάλλου, η αριθμητική υπεροχή των ανδρών στο δυναμικό των επιχειρήσεων, σημαίνει ότι κατά πάσα πιθανότητα το άτομο που είναι υπεύθυνο για την τελική επιλογή είναι άνδρας, γεγονός που επηρεάζει την έκβαση της τελικής επιλογής εις βάρος των γυναικών (Davidson & Cooper, 1993:151).

Όσον αφορά ειδικότερα το ζήτημα των προαγωγών, αυτές έχουν αυξημένη βαρύτητα και για τους ίδιους τους εργαζόμενους και λειτουργούν ως ανταμοιβές της καλής τους απόδοσης. Οι έρευνες δείχνουν ότι τα τυπικά προσόντα, όπως η εκπαίδευση, οι τεχνικές γνώσεις και δεξιότητες, προσφέρουν στις γυναίκες είσοδο μόνο στα κατώτερα και μεσαία κλιμάκια. Για την προαγωγή στα ανώτερα κλιμάκια χρησιμοποιούνται συχνά υποκειμενικά κριτήρια κοινωνικής φύσης, όπως η συμμετοχή σε ανεπίσημα δίκτυα και οι «υψηλές» γνωριμίες. Τα θύματα τέτοιων πρακτικών είναι οι γυναίκες και τα αποτελέσματά τους είναι το χαμηλό εργασιακό ηθικό και η μειωμένη εργασιακή ικανοποίηση, που με τη σειρά της οδηγεί σε μειωμένη εργασιακή απόδοση (Βακόλα & Αποσπύρη, 2007:46-47).

Εξετάζοντας τα κοινωνικά αίτια, η εργασία και η οικογένεια είναι δύο από τους ομολογουμένως σημαντικότερους τομείς στην ζωή του ατόμου. Οι δύο αυτοί τομείς δεν είναι ανεξάρτητοι μεταξύ τους αλλά υπάρχουν αλληλεπιδράσεις και συχνά αλληλοσυγκρουόμενες απαιτήσεις που ξεκινούν από την μη συμβατότητα των ρόλων. Η σύγκρουση μεταξύ τους σημαίνει ότι η άνοδος ενός ρόλου γίνεται δυσκολότερη λόγω της ανόδου του άλλου. Οι συγκρούσεις αυτές επηρεάζουν σημαντικά τόσο τις εργασιακές επιδόσεις όσο και την προσωπική ζωή (Barreto, Ryan & Schitt, 2009:148-149). Η αίσθηση ότι δεν αποδίδουν το μέγιστο και στους δύο τομείς δημιουργεί μια ενοχοποιητική και συγκρουσιακή κατάσταση που αναγκάζει τις γυναίκες σε περιορισμένη απασχόληση, να οδηγηθούν προς την εγκατάλειψη της φιλοδοξίας για επαγγελματική ανέλιξη, ακόμα και στην απομάκρυνση από την εργασία, για χάρη της οικογένειας και της ανατροφής των παιδιών. Σύμφωνα μάλιστα με στατιστικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης οι γυναίκες που καταλήγουν στη λύση αυτή αποτελούν το 33% του γυναικείου εργατικού δυναμικού, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό του ανδρικού δυναμικού είναι μόλις 6%.

Τα προβλήματα που προκύπτουν από την προστριβή των αλληλοσυγκρουόμενων ρόλων και απαιτήσεων θεωρούνται σοβαρότερα για τις γυναίκες σε σχέση με τους άνδρες λόγω του θεμελιώδους ρόλου που διαδραματίζουν στην οικογενειακή ζωή. Άλλωστε μια από τις αμετάβλητες διαφορές είναι ότι οι γυναίκες βιώνουν την εγκυμοσύνη και τη γέννα. Η μητρότητα και οι οικογενειακές υποχρεώσεις οδηγούν σε πολύ διαφορετικά μοντέλα καριέρας για τις γυναίκες σε σχέση με τους άνδρες για τους οποίους συνήθως ισχύει η τυπική γραμμική πορεία: εκπαίδευση-πλήρης απασχόληση-συνταξιοδότηση. Συνεπώς όσο οι γυναίκες είναι υποχρεωμένες να αποκλίνουν από την πορεία αυτή διακόπτοντας για κάποιο χρονικό διάστημα την εργασία τους για να ανταπεξέλθουν στις απαιτήσεις της

μητρότητας, θα βρίσκονται σε μειονεκτική θέση ως προς την επαγγελματική τους εξέλιξη (Eurofound, 2007:46).

Οι έρευνες δείχνουν ότι παρόλο που οι άνδρες περνούν περισσότερο χρόνο στην εργασία οι γυναίκες εργάζονται περισσότερο αν συνυπολογιστεί η αμειβόμενη και μη αμειβόμενη εργασία (Wirth, 2001:16-18). Δεδομένου ότι οι γυναίκες συνήθως φέρνουν χαμηλότερο εισόδημα στην οικογένεια, θεωρείται λογικό να αναλαμβάνουν αυτές το κύριο όγκο της εργασίας στο νοικοκυριό.

Η έλλειψη σωστών υποδομών (παιδικών σταθμών, ευέλικτο ωράριο για τις μητέρες) και η αναχρονιστική νοοτροπία των περισσότερων εργοδοτών στερεώνουν το οικοδόμημα της γυάλινης οροφής και τις αναγκάζει να ατενίζουν την επαγγελματική τους προαγωγή ως ένα όνειρο.

Ακόμη, όμως, και για τις γυναίκες που δεν έχουν οικογενειακές υποχρεώσεις, κατά την αξιολόγηση για προαγωγή είναι πιο πιθανό να επιλεγεί ένας άνδρας καθώς θεωρείται μια επιλογή με μικρότερο ρίσκο. Οι άνδρες θεωρούνται περισσότερο αφοσιωμένοι και διαθέσιμοι ακόμα και αν έχουν οικογένειες (Liff & Ward, 2001:21). Αντίθετα οι γυναίκες θεωρούνται λιγότερο παραγωγικές και η απασχόληση τους συνεπάγεται υψηλότερο κόστος και συχνότερες απουσίες από την εργασία (Padavic & Reskin, 2002:49-50).

Ακόμα μια πτυχή δυσκολίας στην επαγγελματική εξέλιξη είναι το φαινόμενο των μακροχρόνιων ωραρίων που φαίνεται να αποτελούν προαπαιτούμενο ρόλο για την απόκτηση αναγνώρισης και την προαγωγή. Ο φόβος για το εργασιακό μέλλον και ο αυξημένος φόρτος εργασίας επηρεάζουν τα εργασιακά ωράρια οδηγώντας στην επιμήκυνση τους. Σαν αποτέλεσμα ο εργαζόμενος παραμένει στον εργασιακό χώρο ενώ θα πρέπει να βρίσκεται στο σπίτι, διότι έχει εργαστεί τόσες πολλές ώρες που πλέον δεν είναι αποτελεσματικός. Για τις γυναίκες είναι πρακτικά δύσκολη η ισορρόπηση του χρόνου που απαιτεί για την εργασία με το χρόνο που πρέπει να αφιερώσουν στη φροντίδα των παιδιών και του νοικοκυριού. Σε αυτά τα πλαίσια, το ζήτημα των μακροχρόνιων ωραρίων είναι τελικά γυναικείο πρόβλημα (Meyerson & Fletcher, 2000:6-8).

Επιπλέον, η προώθηση σε ανώτερες θέσεις από καθεστώς μερικής απασχόλησης είναι σπάνια αν όχι αδύνατη (Baxter & Wright, 2000:9). Αν λάβουμε υπόψη μας το μεγάλο ποσοστό μερικώς απασχολούμενων γυναικών μπορούμε να κατανοήσουμε καλύτερα το χάσμα εξουσίας μεταξύ των δύο φύλων. Η μερική απασχόληση συνδέεται με χαμηλότερη κατάρτιση και λιγότερες ευκαιρίες επαγγελματικής ανέλιξης, όπως επίσης με χαμηλότερα επίπεδα αμοιβών. Παρόλο που η μορφή αυτή απασχόλησης μπορεί να διευκολύνει την είσοδο των γυναικών στην αγορά εργασίας, εξακολουθεί να αποτελεί θεμελιώδες εμπόδιο στην καταπολέμηση των διακρίσεων (Eurofound, 2007:9).

Όλα τα εμπόδια που είναι πιθανό να συναντήσει η γυναίκα στην επαγγελματική της πορεία έχουν ως κοινό σημείο αναφοράς ότι συνδέεται, άμεσα ή έμμεσα, με την ύπαρξη

στερεοτύπων και βαθιά ριζωμένων αντιλήψεων σχετικά με τις εργασιακές ικανότητες, την ιδιοσυγκρασία και την ίδια τη φύση των γυναικών. Η διαδικασία της εσωτερίκευσης των στερεοτύπων δεν είναι συνειδητή αλλά εντάσσεται στην ευρύτερη διαδικασία της κοινωνικοποίησης και ξεκινάει από πολύ μικρή ηλικία. Το εκπαιδευτικό σύστημα έχει σημαντικό μερίδιο ευθύνης για την ύπαρξη και αναπαραγωγή τέτοιων αντιλήψεων (Ventoura et al, 2007:4). Παραδοσιακά, τα στερεότυπα που αποδίδονται στις γυναίκες σχετικά με τις εργασιακές τους δεξιότητες είναι αρνητικότερα από αυτά που αποδίδονται στους άνδρες. Επίσης, είναι τόσο ισχυρά που μερικές φορές οι γυναίκες αντί να προσπαθούν να τα καταπολεμήσουν, καταλήγουν να τα ενστερνιστούν. Οι γυναίκες εμφανίζονται να μην είναι το ίδιο ικανές με τους άνδρες συναδέλφους τους και να έχουν μειωμένη διοικητική απόδοση γεγονός που όμως δεν επιβεβαιώνεται στην πράξη. Τα στερεότυπα αυτά επιδρούν αναπόφευκτα στην πορεία εξέλιξης των γυναικών τόσο στη διοίκηση όσο και στην εξουσία. Συνειδητά ή όχι, τα άτομα θεωρούν ότι η εξουσία είναι ένα ανδρικό «παιχνίδι» στο οποίο οι γυναίκες είναι εκ φύσεως αδύναμες να συμμετέχουν.

Η υπο-αντιπροσώπευση των γυναικών στις ανώτερες και ανώτατες ιεραρχικές θέσεις δεν είναι αντανάκλαση της έλλειψης εκπαίδευσης και των δεξιοτήτων. Το 2005, το εργατικό δυναμικό στην Ε.Ε είχε παρόμοιο εκπαιδευτικό επίπεδο και για τα δύο φύλα ενώ αυξάνεται συνεχώς το ποσοστό των ανδρών (European Commission, 2006:45).

Σημαντικό ρόλο στην ιεραρχική άνοδο των ατόμων διαδραματίζει η συμμετοχή σε ανεπίσημα κοινωνικά δίκτυα απ' όπου τα μέλη εξασφαλίζουν υποστήριξη. Αυτά αναδεικνύονται συχνά σε κρίσιμους κόμβους ανταλλαγής και διάχυσης πληροφοριών που σχετίζονται με τις εξελίξεις στην επιχείρηση και τις πιθανές ευκαιρίες επαγγελματικής εξέλιξης. Στον δημόσιο τομέα ειδικότερα, λειτουργούν ανεπίσημα συνδικαλιστικά-κομματικά δίκτυα που κυριαρχούνται από άνδρες και ενθαρρύνουν την προώθηση των ανδρών. Ενώ η αξιολόγηση για προαγωγές σε κατώτερες διοικητικές θέσεις γίνεται αντικειμενικά βάσει επιδόσεων και τυπικών προσόντων. Στις ανώτερες διοικητικά θέσεις σημαντικό ρόλο παίζουν οι γνωριμίες και η εμπλοκή στα δίκτυα. Δεδομένου ότι οι γυναίκες αποτελούν τη μειονότητα των στελεχών, η κουλτούρα των δικτύων είναι σε μεγάλο βαθμό «ανδρική».

Εξάλλου, οι γυναίκες συχνά δεν έχουν το χρόνο να συμμετέχουν σε τέτοια δίκτυα και είναι πιο πιθανό να αναζητήσουν συμβουλές για την καριέρα τους στα πλαίσια της οικογένειας ή των φύλων και όχι από συναδέλφους και ανωτέρους. Έτσι, οι γυναίκες αντιμετωπίζουν δυσκολία συμμετοχής ή και αποκλεισμό, γεγονός που περιορίζει τις ευκαιρίες ανάπτυξης τους. Η ύπαρξη αυτών των δικτύων έχει ως αποτέλεσμα αφενός οι γυναίκες να είναι λιγότερο εξοικειωμένες με τα δίκτυα που επηρεάζουν τις κρίσιμες αποφάσεις (προαγωγές, ευκαιρίες κλπ) για το ανθρώπινο εργασιακό δυναμικό και αφετέρου, να δαιωνίζεται η επικράτηση των ανδρικών προτύπων και η παραδοσιακή αρνητική αντίληψη για την επιλογή και προώθηση των γυναικών σε θέσεις κύρους και εξουσίας.

Ένας άλλος παράγοντας που επηρεάζει την πορεία των γυναικών προς την κορυφή είναι το γεγονός ότι, όπως αναφέρθηκε, λόγω του έντονου επαγγελματικού διαχωρισμού, τοποθετούνται σε θέσεις διοίκησης μικρότερης στρατηγικής σημασίας που σπάνια οδηγούν στις ανώτατες θέσεις (Bradley, 1999:54). Ακόμη, ενώ ένα σημαντικό ποσοστό γυναικών καταφέρνουν να φτάσουν γρήγορα στις κατώτερες διοικητικές θέσεις, ο χρόνος που απαιτείται για την κατάκτηση ανώτερων θέσεων είναι πολύ μεγαλύτερος σε σχέση με τους άνδρες (Barry, Dent, O' neil, 2003:111).

Όσον αφορά ειδικότερα τη συμμετοχή των γυναικών στην πολιτική εξουσία, στις περισσότερες χώρες του κόσμου δεν υπάρχουν περιορισμοί στο δικαίωμα συμμετοχής των γυναικών στα κέντρα λήψης πολιτικών αποφάσεων. Αποδίδεται εκτός από τους ανωτέρω παράγοντες και στο διαχωρισμό δημόσιου και ιδιωτικού τομέα και στους προκαθορισμένους ρόλους που θεωρούν ότι η γυναίκα πρέπει να περιορίζεται στην ιδιωτική σφαίρα. Επίσης, οι οικογενειακές υποχρεώσεις και ο περιορισμένος χρόνος καθιστούν δύσκολη την ενασχόληση με τα κοινά.

Το εκλογικό σύστημα μπορεί να επηρεάζει τις πιθανότητες εκλογής των γυναικών. Συγκεκριμένα, τα αναλογικά συστήματα φαίνεται να είναι τα πιο «φιλικά» προς τις γυναίκες σε σχέση με τα πλειοψηφικά. Επιπλέον, οι γυναίκες είναι δυνατό να βρεθούν σε μειονεκτική θέση καθώς σπάνια είναι μέλη των δικτύων που βρίσκονται εκτός της κομματικής δομής. Αυτά τα επιχειρησιακά και επαγγελματικά δίκτυα, εξασφαλίζουν γνωριμίες και οικονομικούς πόρους που σημαίνει ότι οι άνδρες μπορούν να οργανώσουν πιο αποτελεσματικά προεκλογικές καμπάνιες. Όμως, οι πιο σημαντικοί λόγοι σχετίζονται με την κουλτούρα. Στις περισσότερες κοινωνίες, οι γυναίκες που ασχολούνται με την εξουσία αντιμετωπίζουν διακριτική μεταχείριση καθώς η πολιτική θεωρείται ανδρική υπόθεση και πολλοί ψηφοφόροι θεωρούν τους άνδρες καλύτερους ηγέτες από τις γυναίκες (European Commission, 2008:8-9). Αυτό με τη σειρά του κάνει τις γυναίκες απρόθυμες να ασχοληθούν με την πολιτική, θεωρώντας την σαν εχθρικό περιβάλλον.

### **3.4 Επιπτώσεις γυάλινης οροφής**

Η παρουσία της «γυάλινης οροφής» σε μια επιχείρηση προκαλεί μια σειρά από παρενέργειες, που μεταφράζονται σε σημαντικά οικονομικά και όχι μόνο κόστη. Μερικές από τις παρενέργειες αυτές είναι: η αποτυχία αξιοποίησης στο έπακρο, το ανθρώπινο δυναμικό μιας εταιρείας, η αποτυχία ανάπτυξης των ταλέντων των γυναικών, η σπατάλη ανθρωποδύναμης, τα σημαντικά διαφυγόντα κέρδη, τα κόστη επαναπρόσληψης και εκπαίδευσης των εργαζομένων στη θέση των γυναικών που έχουν αποχωρήσει, η αγανάκτηση και η απογοήτευση των γυναικών που μένουν στάσιμες με τελικές συνέπειες



στην παραγωγικότητα και η απουσία ποικιλομορφίας στο εργατικό δυναμικό της επιχείρησης (Schwartz N. Felice, 1989).

### 3.5 Λύσεις φαινομένου

Οι σύνηθες λύσεις που προτείνονται για την επίλυση του φαινομένου της γυάλινης οροφής είναι και οι πιο απλοϊκές. Προτρέπουν τις γυναίκες να βελτιώσουν τα ατομικά τους προσόντα και να αποκτήσουν περισσότερες εξειδικευμένες επιχειρησιακές γνώσεις όπως τίτλους σπουδών καθώς και μεταπτυχιακούς τίτλους, γιατί υποτίθεται ότι οι γυναίκες υπολείπονται σε τέτοιου είδους δεξιότητες σε σχέση με τους άνδρες.

Ο απώτερος στόχος της προτροπής για βελτίωση των τυπικών, ατομικών προσόντων είναι γιατί θα πρέπει οι γυναίκες να ανταγωνίζονται επί ίσοις όροις τους άνδρες.

Η αυθεντικότητα και το στυλ της ηγεσίας των γυναικών συχνά δημιουργεί προβλήματα στις επιχειρήσεις. Οι συγγραφείς προτείνουν και «θεραπείες» που δίνουν, όντως, την ευκαιρία να προωθηθεί κάποια ισότητα σε επίπεδο ηγεσίας. Προτείνουν, την αλλαγή της κουλτούρας με ταυτόχρονη προετοιμασία των γυναικών να καταλαμβάνουν θέσεις μάνατζερ γραμμής. Αρκετές εργαζόμενες γυναίκες επιλέγουν ένα πιο ανδρικό στυλ ντυσίματος σε συνδυασμό με ένα στυλ διοίκησης με το οποίο οι άνδρες θα αισθάνονται πιο άνετα. Η έντονα ανδρική οργανωτική κουλτούρα αναγκάζει τις γυναίκες να προσαρμοστούν σε ένα πιο ανδρικό διοικητικό στυλ.

Οι οικογενειακές υποχρεώσεις, οι οποίες απορροφούν περισσότερο χρόνο απ' ό,τι στο παρελθόν αλλά και οι μητρικές υποχρεώσεις αφήνουν πολύ λίγο ελεύθερο χρόνο στις γυναίκες μάνατζερ ώστε να δικτυωθούν επαγγελματικά και να αξιοποιήσουν το κοινωνικό κεφάλαιο που τους είναι απαραίτητο για την εξέλιξη της σταδιοδρομίας τους.

Προτεινόμενες λύσεις που δίνονται από τη διεθνή βιβλιογραφία για τη συγκεκριμένη πτυχή του προβλήματος παρουσιάζουν ποικιλία. Μία από τις πιο πολυσυζητημένες είναι αυτή που προτάθηκε από την Schwartz, η οποία εισήγαγε πρώτη τον όρο «mommy tracks», δηλαδή τα μονοπάτια καριέρας για τις εργαζόμενες γυναίκες. Σύμφωνα με την έννοια αυτή οι εργαζόμενες γυναίκες προσπαθούν να ισορροπήσουν τις επαγγελματικές υποχρεώσεις με τις οικογενειακές. Σύμφωνα με την συγγραφέα οι επιχειρήσεις θα πρέπει να αναγνωρίσουν πως οι γυναίκες μάνατζερ, οι οποίες έχουν παιδιά, είναι σημαντική πηγή ταλέντου για τις επιχειρήσεις, που πρέπει να διατηρηθεί. Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να διαχωρίσουν σε πρώιμο στάδιο τις γυναίκες, οι οποίες βάζουν σε πρώτη μοίρα την καριέρα και εκείνες που έχουν ως προτεραιότητα την οικογένεια. Παρόλο που όλες οι εργαζόμενες γυναίκες θέλουν να ισορροπήσουν την καριέρα και την οικογένεια αυτό δεν φαίνεται να είναι εφικτό. Οι γυναίκες που είναι διατεθειμένες να θυσιάσουν την οικογενειακή τους ζωή προκρίνεται να έχουν μια καριέρα όπως οι άνδρες, θα πρέπει να έχουν ίσες ευκαιρίες αλλά και ίδια

αντιμετώπιση με τους άνδρες. Αντίθετα, στις γυναίκες που επιλέγουν να δώσουν βαρύτητα στην οικογένεια θα πρέπει να προσφέρονται προγράμματα εκτεταμένων αδειών, ελαστικά ωράρια και οικογενειακή υποστήριξη. (Schwartz, 1996). Με τον τρόπο αυτό οι επιχειρήσεις μπορούν να διατηρούν το εργατικό δυναμικό τους χωρίς να προβαίνουν σε απολύσεις.

Στα λάθη προσέλκυσης, επιλογής και αξιολόγησης αποδίδεται το μεγαλύτερο μερίδιο ευθύνης για την έκταση του φαινομένου. Η πιο απλοϊκή λύση που ίσως προτείνεται γι αυτό το πρόβλημα είναι η υποχρεωτική υιοθέτηση ποσοστώςσεων, που θα πρέπει να ακολουθούν οι επιχειρήσεις προκειμένου να τηρούν τη νομότυπη λειτουργία τους.

## **Κεφάλαιο 4**

### **Η γυναικεία επιχειρηματικότητα**

#### **4.1 Η θεωρία της επιχειρηματικότητας**

Το μεγαλύτερο μέρος της επιχειρηματικότητας εστιάζει περισσότερο τόσο στα κίνητρα της επιχειρηματικότητας, όσο και στα χαρακτηριστικά των επιχειρηματικών δράσεων και των προσώπων που εξασκούνται σε αυτές. Τα συμπεράσματα των ερευνών, βέβαια δεν είναι καθόλου ομογενοποιημένα (Storey, 1982).

Η ανεξαρτησία και η πρόκληση της επιχειρηματικότητας αποτελούν αμφότερα τα μεγαλύτερα και ισχυρότερα κίνητρα της ίδρυσης των νέων επιχειρήσεων. Στην περίπτωση αυτή, μάλιστα, οι επιχειρηματίες εμφανίζονται και αποδεικνύονται αισιόδοξοι, ευφυείς, ανεξάρτητοι, με πολλή όρεξη για δουλεία, και με πρόθεση για την ανάληψη ρίσκου. Ως προς τα χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών, παρατίθενται γενικευμένες ερευνητικές πληροφορίες (Hygenius, 1983), παρέχοντας μία σωστή και έγκυρη απόδειξη της εικόνας του επιχειρηματία, αλλά μικρής επεξηγηματικής αξίας.

Οι γυναίκες έχουν αποκλειστεί ως επί των πλείστον και πλειοψηφικά από τις περισσότερες έρευνες, γεγονός που σηματοδοτεί ότι η κύρια εικόνα του επιχειρηματία είναι αυτή που αντιστοιχεί κατά κόρον στο ανδρικό φύλο.

Κατά την δεκαετία του 1980 διάφοροι επιστήμονες που μελέτησαν το θέμα της επιχειρηματικότητας, ασχολήθηκαν με τα κίνητρα και τα χαρακτηριστικά των γυναικείων επιχειρήσεων (Hisrich & Brush, 1983). Σύμφωνα με έρευνες, οι γυναίκες είναι πιο δύσκολο να κάνουν μια έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας. Οι λόγοι ποικίλουν. Καταρχήν, εκλείπουν οι ευκαιρίες ανάπτυξης των κατάλληλων δεξιοτήτων. Επίσης, απουσιάζουν οι προσδοκίες της επιχειρηματικότητας στις γυναίκες. Ένας ακόμη λόγος που οι αυξημένες

απαιτήσεις, οι οποίες κάνουν το γυναικείο φύλο να αισθάνεται ότι οι κοινωνικοί και οι διαφυλικοί ρόλοι μπερδεύονται.

Οι γυναίκες αναζητούν ελευθερία και φαίνεται να νιώθουν ότι επιθυμούν να συνδυάσουν την οικογένεια με την εξασφάλιση ενός ικανοποιητικού εισοδήματος. Δηλώνεται, έτσι η ανάγκη τους για ευελιξία, στοιχείο που δεν συναντάται σε άνδρες επιχειρηματίες. Σύμφωνα με φεμινιστικές δηλώσεις, οι διαφυλικοί ρόλοι εξηγούν τις διαφυλικές γενετικές διαφορές. Έρευνες φεμινιστικών κινημάτων αποδεικνύουν ότι το φύλο χρησιμοποιείται ως βασική μεταβλητή και στόχος είναι η παράθεση των γενετικών διαφορών ως προς τις φεμινιστικές προσδοκίες, αποκαλούμενος «εμπειρικός φεμινισμός».

Η σπουδαιότητα των ερευνών αυτών έγκειται στο γεγονός ότι γίνονται ορατές οι γυναίκες επιχειρηματίες διαμέσου των επιχειρηματικών ερευνών. Εντοπίζονται δύο βασικές προκλήσεις μέσα από το θεωρητικό υπόβαθρο, στο οποίο ερευνάται η σημασία και η σπουδαιότητα της επιχειρηματικότητας, να αποσαφηνισθούν οι διαφορές μεταξύ:

1. Των γυναικών επιχειρηματιών και
2. Των ανδρών επιχειρηματιών,

διατηρώντας το ίδιο γένος στη σύγκριση ως βασική κατηγορία της ανάλυσης (Hisrich & Brush, 1983).

#### **4.2 Το ενδιαφέρον που παρουσιάζει η γυναικεία επιχειρηματικότητα**

Τα τελευταία χρόνια η επιχειρηματικότητα αναγνωρίζεται διεθνώς σαν ο βασικός παράγοντας στην οικονομική ανάπτυξη παγκοσμίως (Petrin, 1977). Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή ένωση, η μικρές επιχειρήσεις αποτελούν την βασική πηγή του επιχειρηματικού δυναμισμού και της καινοτομίας. Φαίνεται μάλιστα, να διαδραματίζουν το δικό τους ξεχωριστό ρόλο στο να αποτελέσει η Ευρώπη την ανταγωνιστικότερη και δυναμικότερη οικονομία (Ευρωπαϊκή επιτροπή, 2005).

Η γυναικεία επιχειρηματικότητα αποτελεί τα τελευταία χρόνια ένα ανερχόμενο φαινόμενο παγκοσμίως. Η ποικιλία των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων των γυναικών συμβάλει στην σταθερότητα και την ανθεκτικότητα των τοπικών οικονομιών. Αναδεικνύεται επίσης, ένας νέος ρόλος των γυναικών σε ένα οικονομικό περιβάλλον, το οποίο γνωρίζει συνεχείς μεταβολές με ταχύτατους ρυθμούς. Σε τοπικό επίπεδο, η επιχειρηματικότητα εκτιμάται ως ένα μέσο για την ένταξη των γυναικών στον εργασιακό χώρο της αγοράς, αλλά για την

ενσωμάτωση τους στη διαδικασία της ολοκληρωμένης ανάπτυξης του γυναικείου επιχειρηματικού κλάδου.

Διάφοροι οργανισμοί εφαρμόζοντας και σχεδιάζοντας διάφορα εργαλεία στηρίζουν την γυναικεία επιχειρηματικότητα. Παραδείγματα αποτελούν:

1. Οι άμεσες επιδοτήσεις της γυναικείας επιχείρησης
2. Τα ειδικά κρατικά σεμινάρια επαγγελματικής κατάρτισης
3. Οι φορολογικές ελαφρύνσεις των γυναικείων επιχειρήσεων

Η Ευρωπαϊκή Ένωση συμπεριέλαβε την επιδίωξη της διεύρυνσης της επιχειρηματικότητας στους βασικούς άξονες της Ευρωπαϊκής Στρατηγικής Απασχόλησης. Επίσης, η ελληνική πολιτεία εναρμόνισε τις πολιτικές της με τις πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης, έχοντας εντάξει μεταξύ άλλων την γυναικεία επιχειρηματικότητα ως έναν βασικό άξονα της αναπτυξιακής πολιτικής της (Σρατηγάκη, 2005).

Παρόλο που η θεωρητική νομιμοποίηση σχετικά με τον ρόλο της γυναικείας επιχειρηματικότητας είναι σχετικά πληθωρική, εμπειρικές έρευνες αναπτύσσονται τα τελευταία χρόνια, φωτίζοντας τις πρακτικές πλευρές του φαινομένου. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα των εμπειρικών αυτών ερευνών, θα γίνει προσπάθεια απεικόνισης της σημασίας της γυναικείας επιχειρηματικότητας βάσει των διαθέσιμων στοιχείων.

#### **4.3 Η δυναμική του φαινομένου της γυναικείας επιχειρηματικότητας και τα χαρακτηριστικά αυτού**

Δεν υπάρχει ένας αναγνωρισμένος σε διεθνές επίπεδο ορισμός της επιχειρηματικότητας. Οι ορισμοί που εντοπίζονται και χρησιμοποιούνται ευρέως και καθολικά είναι «κάτοχος», «μάνατζερ», «αυτοαπασχολούμενος», «εργοδότης». Πρόκειται βέβαια για έννοιες, στις οποίες αναγνωρίζεται διαφορετική σημασιολογία και ερμηνεία κατά τη χρήση του καθενός από διάφορες έρευνες και σε διάφορες χώρες.

Διατίθενται κάποιες έρευνες, οι οποίες επικεντρώνονται στις επιχειρήσεις και τις διακρίνουν ανάλογα με τον κάτοχο κατά φύλο. Ως προς την διάκριση του κατόχου, η επιχείρηση ανήκει στη γυναίκα όταν η γυναίκα κατέχει το μεγαλύτερο μέρος του μετοχικού εταιρικού κεφαλαίου της επιχείρησης, αλλά και όταν έχει την ευθύνη της λήψης των αποφάσεων στρατηγικής σκοπιμότητας που αφορούν στην ανάπτυξη της επιχείρησης (Σκορδίλη, 2005).

Τα στοιχεία κατά φύλο σπάνια καταγράφονται από επίσημες στατιστικές έρευνες. Αποτέλεσμα αυτού είναι η καταχρηστική πολλές φορές αναφορά σε γυναικείες επιχειρήσεις.

Παράδειγμα χαρακτηριστικής περίπτωσης καταχρηστικής αναφοράς σε γυναικείες επιχειρήσεις είναι οι οικογενειακές επιχειρήσεις. Στο μεγαλύτερο αριθμό των οικογενειακών επιχειρήσεων οι γυναίκες καταγράφονται ως κάτοχοι με σκοπό να εκπληρώσουν συγκεκριμένες προοπτικές οικογενειακής στρατηγικής, όπως είναι η φορολογική ελάφρυνση. Στην πραγματικότητα αποτελούν εργατική δύναμη όπου τα περιουσιακά στοιχεία και οι αποφάσεις ενδεχομένως να ανήκουν εξ' ολοκλήρου στην κυριότητα του συζύγου ή του πατέρα.

Η πιο συνηθισμένη μέθοδος που χρησιμοποιείται, ώστε να αποτυπωθεί η επιχειρηματικότητα και να διακριθεί κατά φύλο είναι όταν εστιάζεται στον επιχειρηματία και οι έρευνες του εργατικού δυναμικού αποτελούν την κύρια πηγή, την οποία οι διεθνείς οργανισμοί όπως είναι ο Ο.Ο.Σ.Α, Ο.Η.Ε και η Ε.Ε. χρησιμοποιούν για να αποτυπώσουν την επιχειρηματικότητα και να διεξάγουν διακρατικές συγκρίσεις. Χρησιμοποιούνται, λοιπόν, ως δείκτης ορισμού του επιχειρηματία, οι κατηγορίες «εργοδότες» και «εργαζόμενοι για δικό τους λογαριασμό». Με τον τρόπο αυτό η έννοια «επιχειρηματικότητα» είναι ευρύτερη σύμφωνα ως προς τον κάτοχο της επιχείρησης, ωστόσο αποτελεί την πιο κοντινή προσέγγιση του όρου «επιχειρηματίας». Ένα άλλο εξίσου ενδιαφέρον ζήτημα είναι ο συνυπολογισμός των απασχολούμενων στον πρωτογενή τομέα στις παραπάνω κατηγορίες. Σε χώρες, στις οποίες ο πρωτογενής τομέας απασχολεί μεγάλο πλήθος από εργαζόμενους οι στατιστικές για τους αυτοαπασχολούμενους και τους απασχολούμενους για δικό τους λογαριασμό υπερεκτιμούν το μέγεθος των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων (UNECE) γεγονός που υφίστανται και στην Ελλάδα.

Γενικότερα λοιπόν, υπάρχει μία μεγάλη δυναμική της γυναικείας επιχειρηματικότητας παγκοσμίως. Σύμφωνα με τα στοιχεία του Ο.Ο.Σ.Α., κατά την δεκαετία 1970 οι γυναίκες επιχειρηματίες αποτελούσαν το ¼ των επιχειρηματιών, ενώ το 1990 το ποσοστό αυξήθηκε αντιστοιχώντας στο 1/3 του συνολικού πλήθους των επιχειρηματιών.

Στην Ελλάδα, σύμφωνα με την έρευνα του εργατικού δυναμικού του 2006, οι γυναίκες επιχειρηματίες αποτελούν το 18% του συνόλου των επιχειρηματιών, σημειώνοντας αύξηση κατά τρεις ποσοστιαίες μονάδες από την αρχή της δεκαετίας. Συγκεκριμένα, το 2000 οι γυναίκες επιχειρηματίες αποτελούσαν το 15% και αυξήθηκαν το 2006 κατά 34.000. Σύμφωνα με τα στοιχεία της ίδιας έρευνας του 2006, μία στις πέντε εργαζόμενες γυναίκες καταγράφηκαν ως εργοδότες ή εργαζόμενες για δικό τους λογαριασμό, συγκεκριμένα το 21,1%.

Σύμφωνα με το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας (GEM, Global Entrepreneurship Monitor), οι γυναίκες επιχειρηματίες της Ελλάδας αντιπροσωπεύουν το 11,8% του εργατικού δυναμικού των γυναικών ηλικίας 18-64 ετών, ποσοστό βέβαια πολύ χαμηλό συγκριτικά με χώρες της παγκόσμιας κλίμακας, φτάνοντας στη 43 θέση σε εγχώριο

πλήθος γυναικών επιχειρηματιών, καθώς σε άλλες χώρες οι γυναίκες επιχειρηματίες καταλαμβάνουν το 30% των επιχειρηματιών.

Ως προς τα χαρακτηριστικά της γυναικείας επιχειρηματικότητας, διαπιστώνεται ότι υπάρχει χάσμα μεταξύ των ανδρών και γυναικών επιχειρηματιών συγκριτικά. Το χάσμα διαπερνά όλα τα μεγέθη των επιχειρήσεων, παρόλο που είναι λιγότερο εμφανές σε επιχειρήσεις μικρότερου μεγέθους. Ο μέσος όρος των γυναικών επιχειρηματιών και των επιχειρήσεών τους είναι πολύ μικρότερος συγκριτικά με των ανδρών. Η προτιμώμενη ηλικία των γυναικών επιχειρηματιών φαίνεται να είναι μεταξύ 35-45, γεγονός που προδηλώνει ότι η γυναικεία επιχειρηματικότητα αποτελεί ανερχόμενο φαινόμενο των τελευταίων κυρίως ετών. Η καθυστέρηση ηλικιακά αλλά και συγκριτικά με την επιχειρηματική έναρξη των ανδρών προφανώς οφείλεται στην επιθυμία και την υποχρέωση τους να αναθρέψουν τα παιδιά τους μικρής ηλικίας. Η κλαδική ειδίκευση αποτελεί επίσης ένα ακόμη στοιχείο της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Οι γυναίκες φαίνεται να προτιμούν κλάδους, στους οποίους είναι παραδοσιακά απασχολημένες, όπως:

1. Λιανικό εμπόριο
2. Μικρεμπόριο τροφίμων
3. Μικρεμπόριο ένδυσης/υπόδησης
4. Παροχή κοινωνικών υπηρεσιών

Η εν λόγω προτίμηση δικαιολογείται από το γεγονός ότι θεωρείται ευκολότερο από μια γυναίκα να κερδίσει την αποδοχή σε ένα «φεμινιστικό» επιχειρηματικό περιβάλλον, αλλά και λόγω της εργασιακής εμπειρίας που προφανώς αποκτήθηκε από την γυναίκα ως μισθωτή υπάλληλος σε «φεμινιστικούς» τομείς εργασίας, παράγοντες που επηρεάζουν τις επιλογές του επιχειρηματία. Ταυτόχρονα, η γυναικεία επιχειρηματικότητα αποτελεί δράση ανάγκης, σε αντίθεση με τον άνδρα. Επιχειρηματικότητα ανάγκης καλείται καθώς εκλείπουν οι ευκαιρίες εξασφάλισης του βιοπορισμού. Από την άλλη, η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας είναι αυτή κατά την οποία εξασφαλίζεται υψηλότερο εισόδημα από οποιαδήποτε άλλη διαθέσιμη πηγή. Η γυναικεία επιχειρηματικότητα συνδέεται και με την ανάγκη συνδυασμού της ευελιξίας του χρόνου και του χώρου που τους παρέχει σε σχέση με τις οικογενειακές υποχρεώσεις τους. Οι λόγοι αυτοί δικαιολογούν την επιχειρηματικότητα ανάγκης των γυναικών συγκριτικά με το κίνητρο των ανδρών επιχειρηματιών. Ταυτόχρονα, η συμπεριφορά των γυναικείων επιχειρηματιών ως προς τις πηγές κεφαλαίου εκκίνησης της επιχείρησης είναι διαφορετική από τους άνδρες. Οι γυναίκες συνήθως οι ίδιες προμηθεύουν τα κεφάλαια της ίδρυσης της επιχείρησης ή καταφεύγουν στη βοήθεια κάποιου στενού συγγενικού προσώπου. Η λύση του τραπεζικού δανεισμού θεωρείται λύση αποφυγής για τις γυναίκες, αφενός γιατί δεν διαθέτουν περιουσιακά στοιχεία και συνήθως ακίνητη περιουσία

όπως απαιτείται και αφετέρου είναι επιφυλακτικές σε ρίσκο εξάρτησης από χρηματοπιστωτικά ιδρύματα. Για το λόγο αυτό προσφεύγουν σε διέξοδα που δεν θα αποφέρουν οικονομικοί κόστος ή ρίσκο (Bock, 2004, Weiler & Bernasek, 2001, Brush, 1992, Θεοδωρίδη, 2007, Ζάβαλη, 2007).

Γενικότερα, οι γυναίκες επιχειρηματίες διαθέτουν χαμηλότερη τεχνολογική γνώση από τους άνδρες επιχειρηματίες και σημειώνουν χαμηλότερες οικονομικές επιδόσεις σε σχέση με τις ανδρικές επιχειρήσεις. Παρόλα αυτά, τα τελευταία χρόνια σημειώνεται δυναμική είσοδος των γυναικών σε επιχειρηματικούς κλάδους παροχής υπηρεσιών, όπως είναι:

1. Η κτηματαγορά
2. Τα τουριστικά ταξιδιωτικά γραφεία
3. Η διαφήμιση

Εκφράζονται δύο απόψεις σχετικά με την διαφορετικότητα των γυναικών επιχειρηματιών :

1. Σύμφωνα με την πρώτη άποψη, υπάρχουν προαγοραίες και αγοραίες διακρίσεις μεταξύ των δύο φύλων, όπου ο προσανατολισμός των γυναικών σε σπουδές θεωρητικού υπόβαθρου παρέχει λιγότερα εφόδια από πλευράς τεχνολογικών εκπαιδευτικών εφοδίων και δυσκολίας πρόσβασης των γυναικών σε επαγγελματική κατάρτιση ως εργαζόμενες, εξαιτίας των δυσκολιών συμβιβασμού των σωρευτικών ρόλων τους, εκτός από εργαζόμενες και ως μητέρες και νοικοκυρές.
2. Σύμφωνα με την δεύτερη άποψη, υπάρχει διαφορετικότητα διαφυλική ως προς τα κίνητρα και τις φιλοδοξίες τους. Για τις γυναίκες υπάρχει μεγαλύτερη βαρύτητα του ενδιαφέροντός τους σε ισορροπία μεταξύ οικονομικών στόχων, προσωπικής ικανοποίησης και οικογενειακής ζωής, αποτελώντας αυτή η ισορροπία βασικό μοτίβο έναρξης της επιχείρησής τους. Για τους άνδρες, από την άλλη, μεγαλύτερη βαρύτητα έχει η κερδοφορία, η οικονομική επιτυχία, η μεγιστοποίηση του κέρδους, η καινοτομία, στοιχεία άκρως ελκυστικά και αυτοσκοπός στην ανδρική επιχειρηματική δραστηριότητα ( Weiler & Bernasek, 2001, Bock, 2004, Ladrianidis et al, 2004).

Ως προς τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας της γυναίκας επιχειρηματία, η ηλικία και το εκπαιδευτικό υπόβαθρο αποτελούν τους βασικούς παράγοντες εκδήλωσης της επιχειρηματικής επιθυμίας και δραστηριότητας, καθώς επίσης και η οικογενειακή παράδοση στην επιχειρηματικότητα και η πρότερη εργασιακή κατάσταση, όπως είναι η εμπειρία σε επιχείρηση κατά το παρελθόν. Μεταξύ των υποκειμενικών αντιλήψεων, η αντίληψη που αφορά στις ικανότητες και δεξιότητες που διαθέτει μια γυναίκα, η αντιληπτική ικανότητα σχετικά με τις υπάρχουσες ευκαιρίες, η εμπιστοσύνη στον εαυτό της και ο φόβος της

αποτυχίας αποτελούν επίσης βασικούς και κεντρικούς δείκτες της επιχειρηματικής συμπεριφοράς της.

#### **4.4 Τα επίπεδα και οι τομείς της γυναικείας επιχειρηματικότητας**

Παρόλο που το ανδρικό φύλο φαίνεται να είναι πρόθυμο να δραστηριοποιηθεί επιχειρηματικά, πολλές κυβερνήσεις ωστόσο ανά τον κόσμο διοργανώνουν και συντονίζουν ενέργειες, με απώτερο σκοπό να ενθαρρύνουν τις γυναίκες να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά (Reynolds et al, 2004). Στην Αμερική, υπάρχουν αυτή τη στιγμή πάνω από 6,2 εκατομμύρια γυναικείες επιχειρήσεις και τόσο ο αριθμός, όσο και το ποσοστό των γυναικείων επιχειρήσεων λαμβάνει ανοδική πορεία. Στη Β. Ιρλανδία, το ποσοστό των γυναικείων επιχειρήσεων αγγίζει μόλις το 2,1%, ποσοστό απογοητευτικό συγκριτικά με την τετραπλάσια ανδρική επιχειρηματικότητα, αλλά και σε αντίθεση με την Αγγλία και την Ιρλανδία, όπου το ποσοστό των ανδρικών επιχειρήσεων μοιάζει να είναι διπλάσιο έως και τριπλάσιο. Βάσει των μελετών, οι γυναίκες επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν σε παραδοσιακά γυναικείους τομείς, όπως είναι το εμπόριο. Υστερούν από την άλλη σε παρουσία και σε δράση σε τομείς, οι οποίοι θεωρούνται κοινωνικά ανδροκρατούμενοι, όπως είναι οι επιστήμες, ο κλάδος της μηχανικής και μηχανολογίας και στην τεχνολογία.

#### **4.5 Τα προβλήματα του επιχειρηματικού περιβάλλοντος**

Σύμφωνα με τα ερευνητικά ευρήματα του GEM (<http://www.gemconsortium.org/report>), τα σημαντικότερα προβλήματα της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα είναι τα ακόλουθα:

1. Φόβος αποτυχίας, ταυτόχρονα με υπερβολική επιχειρηματική αυτοπεποίθηση. Στην Ελλάδα ο φόβος της αποτυχίας είναι μεγαλύτερος από οποιαδήποτε άλλη χώρα από αυτές που έλαβαν μέρος στην έρευνα του GEM. Ταυτόχρονα, οι Έλληνες χαρακτηρίζονται από πολύ μεγάλη αυτοπεποίθηση σχετικά με τις επιχειρηματικές τους δεξιότητες αλλά και έλλειμμα εξοικείωσης με την επιχειρηματική δραστηριότητα. Ο φόβος αποτρέπει τη διάθεση πειραματισμού, που αποτελεί το βασικό συστατικό της επιχειρηματικότητας και βασική συστατική προϋπόθεση της καινοτομίας.



2. Έλλειμμα «ποιοτικής επιχειρηματικότητας». Τα προβλήματα στην Ελληνική περίπτωση είναι η ποιότητα και όχι η ποσότητα. Συγκεκριμένα, συνιστάται χαμηλή επιχειρηματικότητα ευκαιριών εν γένει, και κυρίως χαμηλή επιχειρηματική δραστηριότητα «υψηλών δυνατοτήτων». Στη σύνθεση, λοιπόν, των επιχειρηματικών δράσεων και πρωτοβουλιών υπάρχει ελάχιστο επιχειρηματικό ενδιαφέρον, γεγονός που επιδρά σημαντικά στην οικονομική ανάπτυξη, μέσω της επέκτασης των αγορών, της εισαγωγής καινοτομιών, της αύξησης της απασχόλησης, των εξαγωγών και της τεχνολογικής αναβάθμισης.
3. Υπάρχει χαμηλή κοινωνική αποδοχή επιχειρηματικότητας, καθώς δεν φαίνεται να αναγνωρίζεται από την ελληνική κοινωνία η δημιουργική διάσταση της επιχειρηματικότητας. Η επιχειρηματική δραστηριότητα δεν αποτελεί δραστηριότητα αναδιανομής, αλλά δραστηριότητα δημιουργίας πλούτου. Έτσι, αυτός που επιτυγχάνει είναι μεν άξιος αναγνώρισης για το ότι κατάφερε να πετύχει επιχειρηματικά, αλλά δεν του αναγνωρίζεται ότι συνέβαλλε στην γενικότερη οικονομία της χώρας του.
4. Απουσιάζει η συνοχή και διασύνδεση της εκπαίδευσης με την επιχειρηματική σταδιοδρομία. Τα ποιοτικά στοιχεία της έρευνας – που προέρχονται κυρίως από συνεντεύξεις με ειδικούς σε θέματα επιχειρηματικότητας, φέρνουν την Ελλάδα στις τελευταίες θέσεις της παγκόσμιας κατάταξης για τον εν λόγω δείκτη. Επίσης, παρατηρείται έλλειψη ειδικών γνώσεων που σχετίζονται με την ειδίκευση της επιχειρηματικής δραστηριότητας, καθώς και απουσία γενικότερης προετοιμασίας για το ενδεχόμενο ένας νέος να ακολουθήσει επιχειρηματική σταδιοδρομία.

Ως προς την γυναικεία επιχειρηματικότητα, στοιχεία του IOBE αναφέρουν τις δυσκολίες της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Πιο συγκεκριμένα αναφέρει ότι υπάρχει:

1. Έλλειψη αυτοπεποίθησης των γυναικών να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση, καθώς και οι περισσότερες γυναίκες επιχειρηματίες αποφασίζουν να ιδρύσουν μία επιχείρηση μεταξύ 36 – 45 ετών.
2. Αδυναμία συνδυασμού επαγγελματικής και οικογενειακής ζωής.
3. Έλλειψη επαγγελματικού προσανατολισμού.
4. Ελλιπής πληροφόρηση και ελλιπής δικτύωση των γυναικών. Αυτό συνεπάγεται μειωμένη ενημέρωση σε ότι αφορά προγράμματα, επιδοτήσεις και γενικότερα νέες μεθόδους που στοχεύουν στην ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας.
5. Αδυναμία εξεύρεσης κεφαλαίων για τη χρηματοδότηση της επιχείρησης και αποφυγή μεγάλων δανειακών υποχρεώσεων, λόγοι που συμβάλλουν στην απόφαση των γυναικών για επιχειρηματική αδράνεια και αποχή.

#### 4.6 Τα εμπόδια στη γυναικεία επιχειρηματικότητα

Στην Ελλάδα, η διερεύνηση της επιχειρηματικότητας των γυναικών επιβεβαίωσε όχι μόνο τις χαμηλές συμμετοχές, αλλά και την γενικευμένη αντίληψη ότι η επιχειρηματική ιδιότητα – επάγγελμα δύσκολα συμβαδίζετε με τις οικογενειακές υποχρεώσεις και την πρόληψη για τη «θηλυκή εικόνα» της γυναίκας. Στην ελληνική κοινωνία ο διαχωρισμός των επαγγελματιών σε ανδρικά και γυναικεία είναι ιδιαίτερα έκδηλος, ενώ η γυναικεία φύση που εν πολλοίς ταυτίζεται με τη μητρότητα, αποτελεί σημαντικό στοιχείο στην κατασκευή της κοινωνικής ταυτότητας των γυναικών.

Παρά την αυξανόμενη έξοδο των γυναικών από το στενό οικιακό χώρο για λόγους σπουδών και εργασίας, η ελληνική κοινωνία παραμένει βαθιά συντηρητική σε πολλά πεδία της καθημερινής ζωής, όπως στον τρόπο κοινωνικοποίησης των παιδιών, τις έμφυλες ταυτότητες και αξίες που τους προσδίδονται, στην επιλογή επαγγέλματος κατά τη νεανική ηλικία και τον έντονο προσανατολισμό των κοριτσιών προς επαγγέλματα του δημόσιου τομέα, στη διακριτή κατά φύλα απόδοση συζυγικών ρόλων στη μελλοντική οικογένεια και την «εκ φυσικού» ανάληψη της φροντίδας των παιδιών, των ηλικιωμένων και των ανήμπορων ατόμων της οικογένειας από τα γυναικεία μέλη.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα ευρωπαϊκής έρευνας η οποία είχε διεξαχθεί από το Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Επιστημών, σχετικά με την απασχόληση ανδρών και γυναικών, οι παραδοσιακοί έμφυλοι ρόλοι παραμένουν ακόμα διακριτοί. Οι άνδρες εξακολουθούν να είναι «οι κουβαλητές» του σπιτιού, ενώ αφιερώνουν λίγο χρόνο στη φροντίδα των μελών της οικογένειας. Σε ζευγάρια όπου και οι δύο σύζυγοι έχουν αμειβόμενη εργασία, παρατηρείται ότι ο χρόνος που αφιερώνει ο σύζυγος στα παιδιά του είναι ο μισός από εκείνον που αφιερώνει η εργαζόμενη σύντροφος του, πιο αναλυτικά: (19,9 ώρες εβδομαδιαίως, έναντι 36,5 ωρών).

Η ίδια έρευνα δείχνει ότι όσο πιο υψηλό είναι το επίπεδο εκπαίδευσης ανδρών και γυναικών τόσο συχνότερα εκφράζονται θετικές απόψεις, αφενός, για τη γυναικεία απασχόληση εκτός σπιτιού και, αφετέρου, για τη συμμετοχή των ανδρών στα οικιακά. Οι απόψεις αυτές βέβαια παραμένουν σε θεωρητικό επίπεδο. Την προαπαιτούμενη βοήθεια στις γυναίκες για την φύλαξη των παιδιών φαίνεται ότι καλύπτουν σε σημαντικό βαθμό οι παππούδες και οι γιαγιάδες (46% τα των περιπτώσεων), έτσι βρισκόμαστε μπροστά στο παράδοξο, οι οικογενειακές δομές και σχέσεις να μεταβάλλονται (μείωση της γονιμότητας, αύξηση των μονογονεϊκών οικογενειών κ.λ.π.) οι παραδοσιακές αξίες, όμως, να παραμένουν σε σημαντικό βαθμό ισχυρές.

#### 4.7 Προτάσεις τόνωσης γυναικείας επιχειρηματικότητας

Είναι απαραίτητο να συνεχιστεί η γυναικεία επιχειρηματικότητα, ανεμπόδιστα και με μεγαλύτερους ρυθμούς μέσα από την στήριξη προγραμμάτων, δράσεων, οργανισμών καθώς και με την αρωγή της πολιτεία, της νομοθεσία αλλά και της εκπαίδευση.

Αναφορικά με την εκπαίδευση, υπάρχει ανεπάρκεια επαγγελματικού προσανατολισμού που προσφέρεται στους νέους στο επίπεδο της δευτεροβάθμιας και τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. Παρόλα αυτά, γίνονται προσπάθειες τα τελευταία χρόνια για την αλλαγή αυτής της κατάστασης με την εισαγωγή μαθημάτων επαγγελματικού προσανατολισμού στα περισσότερα ανώτατα ιδρύματα, ωστόσο αυτό που δε φαίνεται να έχει αντιμετωπιστεί σοβαρά είναι ο προσανατολισμός αυτών των προγραμμάτων ειδικά στις γυναίκες. Επίσης, θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή τόσο στην προσέλκυση μαθητριών και φοιτητριών για εξειδίκευση, όσο και στην επισήμανση πλευρών της επιχειρηματικής προοπτικής που έχουν ιδιαίτερη σχέση με το γυναικείο φύλο. Επιπροσθέτως, πρέπει να αναπτυχθούν στρατηγικές δια βίου μάθησης όπως και ανάπτυξη και βελτίωση συστημάτων εκπαίδευσης και κατάρτισης. Τα συστήματα αυτά αποτελούν βασικά εργαλεία άσκησης πολιτικών για την αγορά εργασίας. Η οργάνωση εκπαιδευτικών προγραμμάτων, ενδεχομένως από φορείς που ήδη λειτουργούν για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, θα δώσουν ώθηση στις Ελληνίδες που έχουν την προδιάθεση να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά, αλλά αισθάνονται ότι υστερούν σε γνώσεις και δεξιότητες. Ας σημειωθεί ότι ένα σημαντικό χαρακτηριστικό τέτοιων προγραμμάτων πρέπει να είναι η περιφερειακή τους διασπορά, έτσι ώστε να έχουν όσο το δυνατόν μεγαλύτερη πρόσβαση στο μεγαλύτερο μέρος του γυναικείου Ελληνικού πληθυσμού.

Αναφορικά με τον άξονα νομοθεσία – οικονομία, προτείνονται τα κάτωθι:

1. Δημιουργία φιλικού και ευέλικτου επιχειρηματικού περιβάλλοντος με ενθάρρυνση της γυναικείας επιχειρηματικότητας και απλούστευση των σχετικών διαδικασιών.
2. Ενίσχυση της συμμετοχής των γυναικών στον τομέα της Έρευνας και Καινοτομίας.
3. Διάγνωση δυνατών και αδύνατων ρυθμιστικών, διοικητικών και οργανωτικών σημείων που εμπλέκονται στη σύσταση και λειτουργία επιχειρήσεων.
4. Πρόταση και ανάπτυξη απλουστεύσεων για τη διαδικασία σύστασης και λειτουργίας επιχειρήσεων.
5. Βελτίωση επιχειρηματικότητας μέσω άρσης θεσμικών, διοικητικών και οργανωτικών εμποδίων που δυσχεραίνουν την επιχειρηματική δραστηριότητα.

6. Μείωση των διοικητικών επιβαρύνσεων στον τομέα εποπτείας της επιχειρηματικής δραστηριότητας.
7. Στήριξη των υφιστάμενων γυναικείων επιχειρήσεων για την εισαγωγή νέων τεχνολογιών, των υιοθέτηση καινοτομιών, των προώθηση της εξωστρέφειας και τη δικτύωσή τους με συμβουλευτικές υπηρεσίες.
8. Ενίσχυση πρωτοβουλιών των γυναικών ειδικότερα σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο στους κλάδους του τουρισμού και της παραγωγής πολιτιστικών αγαθών και υπηρεσιών.
9. Ειδική αναφορά της γυναικείας επιχειρηματικότητας σε διαφημιστική εκστρατεία.

Όπως όλοι γνωρίζουμε, οι σημερινές συνθήκες αποτελούν τροχοπέδη για την υλοποίηση όλων των παραπάνω προτάσεων. Όμως, όπως έλεγε και ο Περικλής “οι άριστοι των ανθρώπων αναδεικνύονται με τα έργα τους” και οι Ελληνίδες πιστεύουμε ότι διαθέτουν φαντασία και ρεαλιστικές επιδιώξεις, δημιουργικότητα και δυναμισμό προκειμένου να γίνουν επιτυχημένες επιχειρηματίες και να κατακτήσουν μια από τις πρώτες θέσεις επιτυχίας στις διεθνείς συγκρίσεις.

Επιπλέον, θα πρέπει να αυξηθεί η ευαισθητοποίηση ως προς τον γυναικείο τουριστικό κλάδο, ο οποίος υστερεί. Πιθανώς, η ενίσχυση της νομικής προστασίας των γυναικών που ασχολούνται με την τουριστική επιχείρηση και οι μισθολογικές ρυθμίσεις να ευνοούσαν στην αύξηση της γυναικείας δραστηριοποίησης στον τομέα αυτό. Ταυτόχρονα, ένα ακόμη πρόβλημα φαίνεται να είναι οι απαιτήσεις του κλάδου που αποτελούν φόρτο και εμπόδιο σε περιπτώσεις γυναικών οι οποίες είναι και μητέρες, οπότε ίσως ένα ευέλικτο ωράριο να κινητοποιούσε και να προκαλούσε περισσότερο τις γυναίκες. Τέλος, σαφώς και η εξειδίκευση αλλά και η εκπαιδευτική κατάρτιση θα συνέβαλλε στην επιτυχή τουριστική επιχειρηματική γυναικεία δράση. <http://www2.unwto.org/en> (*Global Report on Women in Tourism 2010 Preliminary Findings*)

## Κεφάλαιο 5

### Φύλο και ηγεσία

#### 5.1 Διαφορές στη διοίκηση με βάση το φύλο

Υπάρχει η άποψη ότι η ηγεσία αναφέρεται στο ανδρικό φύλο, οπότε και τίθενται κυρίως ανδρικά κριτήρια ως προς αυτή την έννοια. Φαντάζει αρκετά δύσκολο να ενσωματωθεί η γυναικεία υπόσταση στον τομέα αυτό (Lipman & Blumen, 1992). Παρατηρείται βέβαια μια μεταστροφή των γραφειοκρατικών και τεχνοκρατικών τρόπων διοίκησης. Ο παράγοντας “συναίσθημα” φαίνεται να είναι σημαντικός ως προς την οργανωτική πρακτική, καθώς η συμμετοχή και η δράση αντικαθιστούν ως ένα βαθμό την ορθολογική άποψη, τον ψυχρό υπολογισμό και το διαχωρισμό της απόφασης από την εκτέλεση (Alvesson & Berg, 1992). Διάφορες έννοιες συμπίπτουν με την ηγεσία, όπως είναι η εταιρική κουλτούρα, οι ευέλικτες μορφές διοίκησης, η διοικητική αποκέντρωση, η διαχείριση υπηρεσιών, η ποιότητα, η καινοτομία, η ενδυνάμωση, τα δίκτυα κ.λπ., με αποτέλεσμα η διοίκηση και η ηγεσία να αφορούν σε λιγότερο βαθμό ανδρικά πρότυπα συγκριτικά με το παρελθόν (Gherardi 1995). Θέματα όπως η ταυτότητα, η συνοχή, η κοινωνική ολοκλήρωση συχνά οδηγούν προς μια γυναικεία κατεύθυνση. Υιοθετούνται νέες ιδέες σχετικά με την ηγεσία, στοιχείο που συντελεί στη διερεύνηση ευκαιριών σταδιοδρομίας των γυναικών. Πλέον ο συμμετοχικός, μη ιεραρχικός, ευέλικτος και προσανατολισμένος τρόπος διοίκησης αποκτούν και αναγνωρίζονται να έχουν γυναικεία χαρακτηριστικά. Αυτό επιτρέπει στο γυναικείο φύλο να έχει περισσότερες αξιώσεις για διευθυντικές θέσεις μπροστά στο μεταβαλλόμενο επιχειρηματικό σκηνικό του εικοστού πρώτου αιώνα (Lipman & Blumen, 1992).

Από την ανάλυση που προηγήθηκε, αναδεικνύονται δύο σημαντικά σημεία που επηρεάζουν τη στάση των γυναικών κατά το σχεδιασμό της επαγγελματικής σταδιοδρομίας τους ακόμη περισσότερο, στο ενδεχόμενο μιας επιχειρηματικής καριέρας. Πρώτα από όλα, οι γυναίκες βρίσκονται εγκλωβισμένες στους παραδοσιακούς ρόλους της ανατροφής των παιδιών και της μέριμνας του νοικοκυριού, με τέτοιο τρόπο, ώστε να μη διαθέτουν ούτε το χρόνο ούτε τις απαραίτητες διανοητικές και ψυχικές δυνάμεις να αναλάβουν απαιτητικές επιχειρηματικές πρωτοβουλίες. Δεύτερον, τα παραδοσιακά πρότυπα κατανομής των ρόλων μέσα στην οικογένεια και οι πατριαρχικές κοινωνικές αξίες αναπαράγονται, τελικά, από τις νεότερες γενιές, μέσα από την ανατροφή και τη φροντίδα που εκ των πραγμάτων, παρέχουν οι ηλικιωμένοι παππούδες και γιαγιάδες.

Στο παρόν κεφάλαιο λοιπόν, θα ασχοληθούμε με τους παράγοντες που εμποδίζουν την εξέλιξη και την ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικής δραστηριότητας.

## **5.2 Επαγγελματικός διαχωρισμός**

### **5.2.1 Οριζόντιος διαχωρισμός**

Ο οριζόντιος διαχωρισμός συμβαίνει όταν έχουμε σημαντικά μεγαλύτερη συγκέντρωση του ενός από τα δύο φύλα σε ένα συγκεκριμένο τομέα ή επάγγελμα. Αφορά δηλαδή στην ύπαρξη 'ανδρικών' και 'γυναικείων' επαγγελμάτων. Για να θεωρηθεί ότι ένας κλάδος χαρακτηρίζεται από οριζόντιο διαχωρισμό θα πρέπει το ένα φύλο να κυριαρχεί κατά τουλάχιστον 75% σε αυτόν. Οι άνθρωποι έχουν υποσυνείδητα συνδυάσει ορισμένους τύπους εργασιών με τις γυναίκες και άλλους με τους άνδρες. Έτσι όταν οι άνθρωποι βλέπουν μια γυναίκα σε ένα ανδροκρατούμενο επάγγελμα τις αντιμετωπίζουν με καχυποψία. (Στρατηγάκη Μαρία, 2005, σ. 71-74)

Βασικά επαγγέλματα γυναικών θεωρούνται αυτά των νοσοκόμων, εκπαιδευτικών πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, κοινωνικών λειτουργών, βρεφονηπιοκόμων κ.τ.λ. (Σκορδά Ε., 1998, σ.65)

### **5.2.2 Κάθετος διαχωρισμός**

Ο κάθετος διαχωρισμός αφορά στις ευκαιρίες για επαγγελματική εξέλιξη που υφίστανται σε ένα χώρο εργασίας για κάθε φύλο. Όταν οι ευκαιρίες αυτές περιορίζονται ανάλογα με το φύλο των ατόμων, θεωρούμε ότι υπάρχει κάθετος διαχωρισμός. Γενικά παρατηρείται κάθετος διαχωρισμός σε βάρος των γυναικών σε επίπεδο πρόσβασης σε ανώτερες ιεραρχικά θέσεις εργασίας και σε επίπεδο οικονομικών απολαβών. Το φαινόμενο παρατηρείται ακόμα και σε οργανισμούς που απασχολούνται σχετικά πολλές γυναίκες. Οι γυναίκες ακόμα και όταν καταφέρουν να αποκτήσουν μια θέση εργασίας δυσκολεύονται να ανεληχθούν στην ιεραρχία. Το γεγονός αποδίδεται στις αυξημένες οικογενειακές υποχρεώσεις που αναλαμβάνουν οι γυναίκες σε σχέση με τους άνδρες και τη χαμηλή διεκδικητικότητα των γυναικών, οι οποίες παραδοσιακά κρατούν χαμηλό προφίλ στον εργασιακό χώρο. (Στρατηγάκη Μαρία, 2005, σ.76-79)

## **5.3 Διαφοροποίηση αποδοχών ανάλογα με το φύλο**

Οι λόγοι που οδήγησαν τις γυναίκες στην παραγωγή είναι κυρίως οικονομικοί, είτε γιατί όλο και περισσότερες γυναίκες μένουν μόνες τους και το μόνο μέσω για την επιβίωσή τους είναι η εργασία, είτε γιατί ο μισθός του συζύγου τους δεν είναι αρκετός για την συντήρηση

της οικογένειας. Γι' αυτό το λόγο και η αμοιβή αποτελεί ένα σπουδαίο κεφάλαιο στο τμήμα του εργατικού Δικαίου, που αφορά την ισότητα ανδρών και γυναικών.

Ας μην ξεχνάμε όμως ότι όταν πρωτοεμφανίστηκαν οι γυναίκες στην παραγωγή, μετά την Βιομηχανική Επανάσταση, αποτέλεσαν τα φθηνά εργατικά χέρια.

Με τον όρο «αμοιβή» εννοούμε όχι μόνο το βασικό μισθό ή το ημερομίσθιο αλλά και κάθε άλλη παροχή σε χρήμα ή είσοδος που καταβάλλεται άμεσα ή έμμεσα από τον / την εργοδότη / τρια στον εργαζόμενο λόγω της εργασιακής σχέσης. (Δουλκέρη Τέσσα, 1994, σ.39-40)

Η διάκριση των εργασιών σε «ανδρικές» και «γυναικείες» συνεπάγεται τον εγκλωβισμό των γυναικών σε εργασίες χαμηλού γοήτρου και αποδοχών. Ως ένα σημείο, η διαφοροποίηση των αποδοχών ανάλογα με το φύλο είναι συνάρτηση της αντίστοιχης διαφοροποίησης των εργασιών και λογική συνέπειά της. Είναι δηλαδή λογικό να έχει ο μέσος βιομηχανικός εργάτης υψηλότερες αποδοχές από τη μέση βιομηχανική εργάτρια, εφόσον ο πρώτος ασχολείται σε πιο σύγχρονους κλάδους της βιομηχανίας από τη δεύτερη, που περιορίζεται στις παραδοσιακές βιομηχανίες όπου οι επενδύσεις είναι λιγότερες, οι εφαρμογές της σύγχρονης τεχνολογίας περιορισμένες κ. λ. π. Και από την πλευρά αυτή η διαφοροποίηση των αποδοχών εκφράζει την υποβάθμιση της γυναικείας εργασίας. Αλλά η διαφοροποίηση αυτή μπορεί να εκφράζει και τις διακρίσεις εναντίον των γυναικών στο μέτρο που η αμοιβή προσδιορίζεται με βάση το γένος ή με βάση κάποιους παράγοντες οι οποίοι διαφέρουν ουσιαστικά ανάλογα με το φύλο.

Προκειμένου να κατανοήσουν τις διαφορές αποδοχών μεταξύ ανδρών και γυναικών οι σύγχρονοι μελετητές αποβλέπουν να τις προσδιορίσουν σε δύο επίπεδα. Το πρώτο επίπεδο αφορά τις διαφορές ανάλογα με το γεγονός ως προς μεταβλητές που αφορούν τις οικογενειακές υποχρεώσεις και τη θέση στην αγορά εργασίας. Το δεύτερο επίπεδο αφορά τις διαφορές ανάλογα με το γεγονός ως προς τις επιπτώσεις που οι μεταβλητές αυτές έχουν στις αποδοχές. Η προσέγγιση αυτή επιτρέπει την ουσιαστικότερη αξιολόγηση των κύριων παραγόντων διαφοροποίησης των αμοιβών, οι οποίοι είναι: η εκπαίδευση και η εξειδίκευση, οι ώρες εργασίας, οι υπερωρίες, η εμπειρία και προϋπηρεσία. Έτσι, εάν οι γυναίκες είναι χαμηλότερου εκπαιδευτικού επιπέδου και εξειδίκευσης, εργάζονται λιγότερες ώρες και έχουν λιγότερη εμπειρία από τους άνδρες συναδέλφους τους. Η διάκριση εναντίον τους δεν μπορεί να εντοπισθεί στο επίπεδο της μικρότερης αμοιβής που παίρνουν αλλά πρέπει να αναζητηθεί στα αίτια που προσδιορίζουν τους παράγοντες της, σε βάρος τους, διαμόρφωσης της αμοιβής αυτής. (Λουκία. Μ. Μουσούρου, 2005, σελ. 90-91)

Με βάση τις έρευνες που έχουν διενεργηθεί, η απασχόληση συνολικά των γυναικών σε αντίθεση με τους άνδρες που απασχολούνται σε θέσεις πλήρους απασχόλησης χαρακτηρίζεται από μεγάλα ποσοστά μερικής απασχόλησης, η οποία βέβαια διευκολύνει την είσοδο των γυναικών στην αγορά εργασίας. Στο σύνολο των ανθρώπων που εργάζονται

με το καθεστώς της μερικής απασχόλησης, το μεγαλύτερο ποσοστό έχουν οι γυναίκες, ενώ για τους άνδρες η μερική απασχόληση αποτελεί ένα προσωρινό φαινόμενο στην αρχή της επαγγελματικής τους ζωής. Για τις γυναίκες όμως είναι ένας τρόπος να συνδυάσουν την μισθωτή εργασία με τις ευθύνες και την φροντίδα των παιδιών στο σπίτι. Η μερική απασχόληση βελτιώνει τη θέση τους και δεν αλλάζει τις κοινωνικές διακρίσεις στην Ελλάδα. Οι γυναίκες εξακολουθούν να αντιμετωπίζονται ως φθηνή εργατική δύναμη και εισάγονται στην παραγωγή συχνά επιβληθτικά, προς επίρρωση του οικογενειακού εισοδήματος. Επιπλέον μεγάλος αριθμός γυναικών εξαιτίας των οικογενειακών τους υποχρεώσεων αναλαμβάνει δουλειά στο σπίτι, γεγονός που δημιουργεί την ψευδαίσθηση ότι δεν εγκαταλείπει το σπίτι και τα παιδιά, αλλά στην πραγματικότητα εργάζεται χωρίς νομική κατοχύρωση, ωράριο και υγειονομική περίθαλψη. Όπως όμως και αν αντιμετωπίσει κανείς την ανισότητα αμοιβών μεταξύ ανδρών και γυναικών αυτή αποτελεί καίριο παράγοντα για τη μη είσοδο και τη μη παραμονή των γυναικών στην αγορά εργασίας.

#### **5.4 Μητρότητα και εργασία**

Σε μια Ελλάδα που γερνάει επικίνδυνα, οι γυναίκες που επιχειρούν να συνδυάσουν παιδιά και εργασίας παραμένουν αβοήθητες. Φεύγουν από την δουλειά λίγο μετά την γέννα, διότι είναι δύσκολο να συνδυαστούν εργασία και μητρότητα. Το ωράριο μπορεί να είναι τυπικά οκτώ ώρες αλλά λόγω φόρτου εργασίας συνήθως χρειάζεται να μένουν ως και μια – δύο ώρες επιπλέον. Έτσι, στην περίπτωση που δεν είναι εν ζωή οι παππούδες ή στην περίπτωση που βρίσκονται αρκετά μακριά, είναι απαραίτητο να βρεθεί ένα άτομο για την φροντίδα των παιδιών, αυτό σημαίνει πως το μεγαλύτερο μέρος του μισθού θα προορίζονται για το άτομο αυτό.

Υπάρχουν αρκετές γυναίκες στην Ελλάδα που αναγκάζονται να αφήσουν την εργασία τους λόγω των υποχρεώσεων στην φροντίδα των μικρών παιδιών ή εξαρτώμενων ανηλίκων, αλλά και λόγω άλλων οικογενειακών υποχρεώσεων. Είναι βέβαιο πως αρκετές γυναίκες ανέλαβαν την απόφαση της γονιμότητας περιμένοντας καλύτερες συνθήκες επιβίωσης.

Οι όροι “εργαζομένη” και “μητέρα” είναι δύο συγκρουόμενοι όροι, καθώς στις περισσότερες περιπτώσεις τα ζευγάρια δεν αποκτούν όσα παιδιά θα επιθυμούσαν. Επίσης έντονη είναι η δυσaréσκεια μεταξύ των γυναικών για τις ασφαλιστικές ρυθμίσεις που προβλέπουν δυνατότητα συνταξιοδότησης σε μεγάλη ηλικία.

Η κατάσταση στον ιδιωτικό τομέα είναι αρκετά δύσκολη. Η πίεση ξεκινά από την στιγμή της πρόσληψης. Κάθε γυναίκα που περνά από την διαδικασία της συνέντευξης, στην επιθυμία της να ξεκινήσει να εργάζεται συχνά βρίσκεται ενώπιον ενός ερωτήματος, το οποίο μπορεί



να αποδειχθεί καθοριστικό: «Ποια είναι η οικογενειακή σας κατάσταση;». Ένα ακόμη ζήτημα είναι η άδεια ανατροφής, η οποία στον ιδιωτικό τομέα είναι χωρίς αποδοχές, πράγμα που κάνει δύσκολο για μια γυναίκα να την δεχθεί προκειμένου να χάσει την δουλειά της. Συχνά, έρχονται αντιμέτωπες και με τους εργοδότες οι οποίοι αρνούνται να δώσουν την άδεια ανατροφής. Αποτέλεσμα όλων αυτών, είναι το ψυχικό και σωματικό βάρος της εργαζόμενης μητέρας, που τρέχει να προλάβει το έντονο στρες που υποσκάπτει την υγεία και την οικογενειακή της γαλήνη, είναι η άρνηση τελικά να αποκτήσει τον αριθμό των παιδιών που επιθυμεί.

Επίσης ένας ακόμη σημαντικός παράγοντας που δημιουργεί δυσκολίες στην αγορά εργασίας είναι το ωράριο το οποίο δεν είναι συγκεκριμένο, στην περίπτωση αυτή οι εργαζόμενοι μαθαίνουν το ωράριο τους μόλις μια ημέρα πριν ώστε να εργαστούν την επόμενη. Καθώς επίσης και το σπαστό ωράριο, το οποίο καθιστά δύσκολο τον προγραμματισμό της φροντίδας των παιδιών, όταν δεν υπάρχει κάποιου είδους βοήθεια. Για του λόγους αυτούς λοιπόν η γυναίκα αναγκάζεται είτε να αποσυρθεί από την εργασία της είτε να μην γίνει μητέρα όταν το επιθυμεί.

## **5.5 Μητρότητα και απολύσεις**

Η μητρότητα στη χώρα μας, που μαστίζεται από υπογεννητικότητα και κινδυνεύει άμεσα σε γήρανση του πληθυσμού, αντιμετωπίζεται ακόμη και σήμερα από πολλούς εργοδότες ως πρόβλημα. Σε μερικές περιπτώσεις μπορεί να αποτελέσει και αιτία απόλυσης.

Η πιο διαδεδομένη μορφή κοινωνικού ρατσισμού σε βάρος των γυναικών είναι ο αποκλεισμός των μητέρων από την αγορά εργασίας. Η γυναίκα ακόμα αντιμετωπίζεται ως «καχύποπτη» από τους εν δυνάμει εργοδότες της, λόγω της μητρότητας και των οικογενειακών πρακτικών. Ακόμη και όταν μια γυναίκα έχει ολοκληρώσει τις υποχρεώσεις της, έχει μεγαλώσει τα παιδιά της και μπορεί να συνεχίσει την επαγγελματική της εξέλιξη, τα πράγματα μόνο εύκολα δεν είναι.

Βάση στατιστικών στοιχείων το 22% των γυναικών στην Ελλάδα ζει στα όρια της φτώχειας και αν αυτός ο αριθμός μοιάζει να είναι μεγάλος απλά αναφέρουμε ότι το ποσοστό ανεργίας στις γυναίκες είναι το διπλάσιο εξ αυτού. Βάση ερευνών, στην Ελλάδα, οι εργοδότες περνούν από «κόσκινο» τις γυναίκες οι οποίες αναζητούν εργασία. Κυρίως το ενδιαφέρον τους εστιάζεται στο αν έχουν οικογενειακές υποχρεώσεις, αν υπάρχουν παιδιά στην ζωή τους αλλά και πια είναι η ηλικία τους. Μπορεί να μην είναι έτσι όλοι οι εργοδότες, αλλά όπως αποκαλύπτουν οι αριθμοί, το 39% δε δίνει ευκαιρίες για δουλειά σε μητέρες αλλά και σε γυναίκες που έχουν περάσει την ηλικία των 30 ετών.

Κανονικά, σε ένα ευνοούμενο κράτος, άτομα που ανήκουν σε ευπαθείς ομάδες όπως: (άνεργες μητέρες, πολύτεκνες, διαζευγμένες με παιδιά) θα έπρεπε να τυγχάνουν ευνοϊκής

μεταχείρισης από την πολιτεία και τους φορείς εργασίας. Όμως, όπως όλοι γνωρίζουμε, κάτι τέτοιο δεν συμβαίνει και έτσι εκτός από τα οικονομικά προβλήματα, οι γυναίκες που συγκεντρώνουν τα παραπάνω χαρακτηριστικά βιώνουν την ανεργία.

## **Κεφάλαιο 6**

### **Μελέτες περίπτωσης**

Οι στατιστικές σχετικά με τις γυναίκες στον τομέα του τουρισμού μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τον προσδιορισμό της εξέλιξης της χειραφέτησης των γυναικών μεταξύ των χωρών. Όμως, πολλά είδη ενδυνάμωσης, ειδικά στον άτυπο τομέα, δεν είναι ποσοτικά μετρήσιμα. Η κατάρτιση περιπτωσιολογικών μελετών γυναικών που έχουν ενισχυθεί μέσω του τουρισμού βοηθά στην αντιμετώπιση αυτού του κενού γνώσης. Οι περιπτωσιολογικές μελέτες έχουν επιλεγεί για να αντιπροσωπεύουν τα πέντε θέματα της έκθεσης και επίσης τις πέντε αναπτυσσόμενες περιοχές που επισημάνθηκαν σε αυτή τη μελέτη.

Οι περιπτωσιολογικές μελέτες παρέχουν μια πιο προσωπική προσέγγιση στην έρευνα σχετικά με τα θέματα των γυναικών. Παρόλο που οι μελέτες αυτές δεν μπορούν να περιγράψουν πλήρως τις γυναίκες στον τουρισμό σε όλες τις περιοχές του κόσμου, όλοι οι τρόποι συμμετοχής των γυναικών στον τουρισμό παρέχουν κάποια χρήσιμα παραδείγματα και πρότυπα. Οι περιπτωσιολογικές μελέτες δείχνουν επίσης τους τρόπους με τους οποίους οι γυναίκες μπορούν να εργαστούν από κοινού για την επίτευξη κοινής επιτυχίας στην κοινότητα. Οι ιστορίες των γυναικών που γίνονται εισοδηματίες για πρώτη φορά, ενδυναμώνουν τις κοινότητές τους, προστατεύουν την πολιτιστική τους κληρονομιά και δημιουργούν αλλαγές μέσω της ηγεσίας, είναι εμπνευσμένες και προκαλούν σκέψη. Οι περιπτωσιολογικές μελέτες επίσης, παρουσιάζουν τις ευκαιρίες και τους φραγμούς στην πρόοδο των γυναικών σε διάφορα μέρη του κόσμου. Υπογραμμίζουν ακόμη, τις πολιτικές παρεμβάσεις και βασικά ζητήματα και προκλήσεις που πρέπει να αντιμετωπιστούν ώστε να βοηθήσουν τις γυναίκες να προχωρήσουν περαιτέρω. Οι μελέτες που περιλαμβάνονται σε αυτό το τμήμα έχουν γραφτεί από γυναίκες εθελοντές από όλο τον κόσμο. Κάποιες από

αυτές τις γυναίκες διαχειρίζονται τη δική τους τουριστική επιχείρηση, άλλες είναι ηγέτες του τουρισμού ή συμμετέχουν στο έργο μη κερδοσκοπικών οργανισμών και ερευνητικών ιδρυμάτων.

### **6.1 Μελέτη περίπτωσης για την φιλοξενία στην Βοστώνη**

Το άρθρο που ακολουθεί το επιμελήθηκε η Zoe Ho, Επίκουρη Καθηγήτρια στη Σχολή Διοίκησης Φιλοξενίας στο Πανεπιστήμιο της Βοστώνης. Κατέχει πτυχίο Διοίκησης Φιλοξενίας από το Texas Tech University. Η καθηγήτρια Ho διδάσκει μαθήματα χρηματοοικονομικής λογιστικής, λογιστικής διαχείρισης, την φιλοξενία και τον τουρισμό σε Πανεπιστήμιο της Κίνας. Η έρευνα της επικεντρώνεται στην εξέλιξη της σταδιοδρομίας των γυναικών ως διαχειριστές ξενοδοχείου, στην εμπειρία στο εξωτερικό των εκπατισμένων ξενοδοχείων και στην ανάπτυξη της βιομηχανίας της φιλοξενίας στην Κίνα.

Από την συγκεκριμένη μελέτη περίπτωσης προκύπτει πως η βιομηχανία της φιλοξενίας δεν έχει έλλειψη από τις γυναίκες οι οποίες εισέρχονται στην επιχείρηση, αλλά από ανώτερα στελέχη όπου οι θέσεις φαίνεται να κυριαρχούνται κυρίως από άνδρες.

Παρόλο που οι αναλογίες αυτές με την πάροδο των χρόνων φαίνεται να βελτιώνονται, δύο μελέτες, αυτή του Robert Woods και των συναδέλφων του πριν από περίπου μια δεκαετία ανέφεραν ότι το λιγότερο από 10% των διευθυντικών στελεχών των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων είναι γυναίκες. Αυτή η ανομοιογένεια είναι εμφανής ακόμη και σήμερα, όπου οι περισσότεροι από τους μαθητευόμενους και τα κατώτερα στελέχη είναι γυναίκες, ενώ τα περισσότερα από τα ανώτατα στελέχη είναι άνδρες.

Η επόμενη γενιά των γυναικών ως διευθυντικά στελέχη μπορεί να έχει μια πολλή διαφορετική πορεία και εξέλιξη, αν όμως οι συνθήκες παραμείνουν αμετάβλητες τότε θα πρέπει να περιμένουμε τα ίδια ή παρόμοια αποτελέσματα. Αυτό υποδηλώνει την ανάγκη για μια πιο βαθιά επανεξέταση της δυναμικής της εξέλιξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας ως διευθυντικά στελέχη, ούτως ώστε να ερευνηθούν οι λόγοι της συνεχόμενης ανισορροπίας.

Για να δοθεί μια πιο ξεκάθαρη εικόνα σχετικά με αυτό το θέμα, διεξήχθη μια έρευνα από εκτεταμένες συνεντεύξεις σε πολυάριθμα στελέχη ξενοδοχείων. Ο σκοπός ήταν να ανακαλύψουμε πως οι γυναίκες επιτυγχάνουν να επιβιώνουν στις ανώτατες θέσεις και πως έφτασαν ως εκεί. Με ποιόν τρόπο εξισορροπούν την εργασία τους και την οικογενειακή τους ζωή και ποιες συμβουλές σταδιοδρομίας θέλουν να μεταφέρουν σε μελλοντικούς ηγέτες της φιλοξενίας. Τα αποτελέσματα από την έρευνα αυτή μπορούν να βοηθήσουν τους

σπουδαστές των τουριστικών επιστημών να κατανοήσουν τον τρόπο λειτουργίας αλλά και τους λόγους επιτυχίας των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, καθώς επίσης και τις επιχειρήσεις για μακροχρόνια ζωή ξενοδοχειακής σταδιοδρομίας. Στην συνέχεια θα ακολουθήσουν αντιπροσωπευτικά αποσπάσματα μερικών συνεντεύξεων από στελέχη στην Βοστώνη, που σχετίζονται με δικές τους εμπειρίες σχετικά με τις στάσεις των γυναικών προς το επαγγελματικό τους περιβάλλον.

Η παρούσα μελέτη περίπτωσης αναφέρει τα αποτελέσματα ενός διεθνούς ερευνητικού προγράμματος σχετικά με την στάση των γυναικών διευθυντικών στελεχών προς την εξέλιξη τους στην καριέρα τους. Η ποιοτική μεθοδολογία περιλαμβάνει εκτεταμένες συνεντεύξεις των γυναικών σε ανώτατες ξενοδοχειακές θέσεις, χρησιμοποιώντας πέντε ερωτήσεις. Στο πρώτο κομμάτι της συνέντευξης τα θέματα αφορούν γυναίκες σε ανώτατες διοικητικές θέσεις, από διάφορα τμήματα και από διαφορετικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις στην περιοχή της Βοστώνης. Η μεταγενέστερη ανάλυση των αποτελεσμάτων περιελάμβανε την ερμηνεία και ανάλυση του περιεχομένου για τον προσδιορισμό κοινών χαρακτηριστικών των θεμάτων. Τα αποτελέσματα τις έρευνας επιλέχθηκαν ώστε να δημοσιευθούν.

### **6.1.1 Το ξενοδοχείο ως μια απαιτητική βιομηχανία**

Ένα ξενοδοχείο δεν κλείνει ποτέ. Αυτή η πτυχή της βιομηχανίας δημιουργεί αρκετές δυσκολίες στους υπαλλήλους αλλά και τα στελέχη, όπου σε άλλα επαγγέλματα δε θα αντιμετώπιζαν.

Η γενική διευθύντρια Cate Farmer, του ξενοδοχείου Ames στην Βοστώνη δηλώνει ότι: *“Η βιομηχανία των ξενοδοχείων είναι εκτός του κανόνα των ιεραρχικών θέσεων εργασίας, το να σηκωθείς στην μέση της νύχτας για να πάω στο ξενοδοχείο για εμένα δεν είναι κάτι το ασυνήθιστο”*.

Η Stephanie Cahill, διευθύντρια ασφαλείας για το ξενοδοχείο Four Seasons στη Βοστώνη έχει σχεδόν τις ίδιες αντιδράσεις. Αναλυτικότερα δήλωσε: *“Έχω το σύστημα επικοινωνίας 24 ώρες την μέρα μαζί μου. Ακόμη και όταν πηγαίνω διακοπές είναι μαζί μου, ώστε αν υπάρχει μια περίπτωση έκτακτης ανάγκης ή ένα μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου να μπορώ να το ελέγχω”*. Αυτό γίνεται ακόμη πιο περίπλοκο για κάποιον που έχει παιδιά δηλώνει η Silvia O’Connell, διευθύντρια εσόδων για το Colonnade Hotel στην Βοστώνη, πιο αναλυτικά δηλώνει: *“Υπάρχουν και άλλες θέσεις και σε άλλα ξενοδοχεία όπου στο πόστο της διοίκησης όπως και εγώ θα πρέπει να δουλεύουν κατά την διάρκεια της νύχτας καθώς και τα σαββατοκύριακα. Οι συνάδελφοι που έχουν παιδιά θα πρέπει να συντονίζονται και να προγραμματίζουν τις ημέρες τους με περισσότερη λεπτομέρεια ώστε να μπορούν να*

*ανταπεξέρχονται στην δουλειά τους και να αφιερώνουν αρκετό χρόνο στις οικογένειες τους. Νομίζω πως για όσους έχουν παιδιά αυτό είναι ακόμη πιο δύσκολο”.*

Ένα ακόμη στέλεχος το οποίο συμμετείχε στην συγκεκριμένη έρευνα αλλά προτιμά να παραμείνει ανώνυμος είναι ο επικεφαλής του τμήματος διαχείρισης ενός ακόμη ξενοδοχείου στην Βοστώνη. Το στέλεχος υποστήριξε πως η πλειοψηφία των ανθρώπων με τους οποίους συνεργάζεται στο ξενοδοχείο είναι νεαροί. Υποστηρίζει λοιπόν πως από την στιγμή που έχεις την επιθυμία να αποκτήσεις παιδιά δεν θέλεις να δουλεύεις 12 ώρες την ημέρα, αλλά στην ξενοδοχειακή βιομηχανία είσαι υποχρεωμένος. Υποστήριξε ακόμη πως υπάρχει άμεση σχέση μεταξύ της απαιτητικής φύσης της εργασίας στο ξενοδοχείο με την αναχώρηση των ανθρώπων από αυτό.

### **6.1.2 Προσωπικές επιλογές**

Οι απόφοιτοι φιλοξενίας που εισέρχονται στην βιομηχανία των ξενοδοχείων και του τουρισμού, είναι νέοι, μεμονωμένοι, ευέλικτοι σχετικά με τον προγραμματισμό και με ευκολία στην μετεγκατάστασή τους. Καθώς μεγαλώνουν, τείνουν να γίνουν πιο διευθετημένοι στον τρόπο ζωής τους, στην σταδιοδρομία τους, τις διαδρομές και τις γεωγραφικές τους προτιμήσεις. Επίσης στις προσωπικές τους επιλογές είναι ο γάμος αλλά και η οικογένεια.

Η εξισορρόπηση της εργασίας και της οικογένειας γίνεται σημαντική πρόκληση για τις γυναίκες, ειδικότερα εξαιτίας της διαιώνισης των παραδοσιακών ρόλων των φύλων. Οι γυναίκες εξακολουθούν να είναι οι κύριοι φροντιστές της οικογένειας, παρά τις εκτεταμένες δραστηριότητές τους εκτός σπιτιού. Αρκετοί από τους ερωτηθέντες στην έρευνα εκδήλωσαν τον προβληματισμό τους, πως έφτασαν στο σημείο που αναγκάστηκαν να διαλέξουν ανάμεσα στην οικογένεια και την σταδιοδρομία τους.

Το Beacon Hotel στη Βοστώνη, παρατήρησε ότι οι γυναίκες που έχουν οικογένεια είναι δύσκολο να διαχειριστούν τα παιδιά ενώ έχουν μια καριέρα πλήρους απασχόλησης. Έχει παρατηρηθεί ότι κάποιες γυναίκες σε θέσεις υψηλού επιπέδου έχουν επιλέξει να εργάζονται με μειωμένο ωράριο ή έχουν επιλέξει να μείνουν εξολοκλήρου στο σπίτι μετά τον ερχομό κάποιου παιδιού. Παρόλο που οι συμμετέχοντες στην έρευνα βρίσκονται να αγωνίζονται ώστε να ισορροπήσουν την εργασία και την οικογένεια, έδειχναν ακόμη αρκετά ενθουσιασμένοι με την εργασία τους στον ξενοδοχειακό χώρο.

Η Amy Finsilver, Γενική Διευθύντρια του ξενοδοχείου δήλωσε πως σκέφτεται συνεχώς το ξενοδοχείο και την λειτουργία αυτού. Έτσι, οι σχέσεις θυσιάζονται εξαιτίας αυτού, δηλώνει επίσης, πως είναι επιλογή της και πως είναι ευτυχισμένη με την επιλογή αυτή.

Παράλληλα, οι συνεντευξιαζόμενοι αναφέρουν πως σε γενικές γραμμές δεν είναι δύσκολο να μπει κάποιος σε μια ξενοδοχειακή επιχείρηση, και πως η βελτίωση της επιχείρησης αλλά

και η ανάπτυξη του ταλέντου των υπαλλήλων είναι ανεξάρτητη από το φύλο. Βέβαια για τις γυναίκες η επιλογή για το αν θα συνεχίσουν ή θα φύγουν παίζουν μεγάλο ρόλο, και κάποιες φορές δεν είναι επιλογή της επιχείρησης αλλά του ίδιου του ατόμου.

Η Michelle Dion, διευθύντρια του Housekeeping στο Sheraton Boston, ένα από τα μεγαλύτερα ξενοδοχεία στη Νέα Αγγλία, παρατήρησε πως δεν είναι κάθε γυναίκα η οποία διοικεί ένα ξενοδοχείο φιλόδοξη και ικανή να ηγηθεί σε μια ομάδα ατόμων. Χαρακτηριστικά δήλωσε: *"Κάποιοι είναι ευχαριστημένοι από το σημείο όπου βρίσκονται, επειδή αισθάνονται πως έχουν μεγαλύτερη ευελιξία να ισορροπήσουν τη ζωή τους, χωρίς να πρέπει να εργάζονται 24 ώρες την ημέρα. "*

### **6.1.3 Συστήματα υποστήριξης**

Κάθε συμμετέχων στην μελέτη βρισκόταν στη ξενοδοχειακή βιομηχανία για περισσότερο από δέκα χρόνια. Έχουν φτάσει σε ανώτατες θέσεις διαχείρισης και ακόμα αγωνίζονται περιστασιακά για την ισορροπία στην εργασία τους και την προσωπική τους ζωή. Συχνά αυτό απαιτεί ανάπτυξη, δημιουργικές λύσεις και στρατηγικές αντιμετώπισης για την σωστή διαχείριση και των δύο καταστάσεων, συμπεριλαμβανομένης της στήριξης από τους υφισταμένους τους και από τα μέλη της οικογένειάς τους. Στο σημείο αυτό, αναφέρεται μια υπάλληλος και μητέρα ενός κοριτσιού η οποία προτιμά να παραμείνει ανώνυμη. Αναφέρει λοιπόν πως δεν έχει πάλι ποτέ την κόρη της στις δραστηριότητες που έχει μετά το σχολείο, λόγω του μεγάλου φόρτου εργασίας και του παρατεταμένου ωραρίου της. Αντ' αυτού έχει βασιστεί στους γονείς της να το κάνουν αυτό, ως παππούς και γιαγιά. Χαρακτηριστικά λέει: *"Στην Αμερικάνικη κουλτούρα, η μητέρα είναι εκείνη που θα πάρει τα παιδιά από το σχολείο και θα τα πάει στο ποδόσφαιρο, στον χορό ή σε όλα αυτά που κάνει ένα παιδί μετά το σχολείο. Έτσι, η ισορροπία μεταξύ εργασίας και οικογένειας είναι ένας τεράστιος αγώνας. Για μεμονωμένες μητέρες είναι διαφορετικό, υπάρχουν περισσότερες προκλήσεις. Αν δεν είχα τους γονείς μου δεν θα μπορούσα να έχω αυτή τη δουλειά".* Η Cahill, που είναι παντρεμένη με δύο παιδιά, επίσης τόνισε τη σημασία της οικογενειακής στήριξης, που είναι μεταξύ άλλων ένας χρήσιμος σύζυγος. Παρατήρησε: *"Είναι πάντα εκεί για να αναλάβει μερικές από τις ευθύνες και να βάλει σε τάξη τα παιδιά όταν εγώ πια δεν είμαι σε θέση να το κάνω. Δεν νομίζω ότι θα μπορούσα να τα καταφέρω μόνη μου, δεν πιστεύω πως θα είχε επιτυχία."* Μετά την προαγωγή της σε διοικητική θέση τμήματος πριν από περίπου δύο χρόνια, η Dion δηλώνει πως λάμβανε περισσότερες κλήσεις από την εργασία της τις ώρες που βρισκόταν στο σπίτι. Η λύση της ήταν να εκπαιδεύσει την ομάδα της για να μάθει ποια προβλήματα είχαν προτεραιότητα και πώς λύνονται. Δήλωσε: *"Βεβαιώνω ότι όλοι οι άνθρωποι που εργάζονται για εμένα ή μαζί μου, γνωρίζουν τί θα έκανα εγώ. Νομίζω πως αν φτιάξετε την*

ομάδα γύρω σας εσείς και γνωρίζουν ποιες είναι οι προσδοκίες σας αυτό βοηθάει. Έτσι λοιπόν, είναι πολύ σημαντικό μέρος η ισορροπία στην δουλειά και την ζωή μου”.

#### **6.1.4 Δυνατότητες ανδρών και γυναικών**

Όλοι οι συμμετέχοντες στην μελέτη υποστήριξαν πως στα δικά τους ξενοδοχεία προωθούν τους υπαλλήλους τους, βάσει των στόχων και των προσόντων τους και όχι βάσει του φύλου.

Η Finsilver υποστηρίζει: *“Δεν διακρίνω αν είναι άνδρες ή γυναίκες. Βλέπω ποιος δουλεύει πιο σκληρά, είναι πιο δημιουργικός ή περισσότερο επιμελής και αυτοί είναι οι άνθρωποι που προσπαθώ να προωθήσω”*. Η Cahill μοιράστηκε επίσης μια παρόμοια άποψη. Υποστήριξε: *“Οι θέσεις δίνονται με βάση της ποιότητας της εργασίας. Νομίζω προσωπικά πως δεν έχει σημασία αν είναι άνδρας ή γυναίκα. Πιστεύω πως όσο περισσότερα δίνεται και προσπαθείτε να είστε οι καλύτεροι με ότι καταπιάνεστε τότε θα πετύχετε”*. Η Dion τόνισε ότι δεν υπάρχει διαφορά μεταξύ ανδρών και γυναικών. Μοιράστηκε το εξής: *“Είναι όλα στον άνθρωπο. Υπάρχουν μερικές εκπληκτικές γυναίκες διευθυντές, υπάρχουν και κάποιοι πολύ καλοί άνδρες διευθυντές. Δεν νομίζω ότι είναι στο φύλο. Νομίζω πραγματικά ότι βασίζεται στις προσπάθειες που γίνονται ώστε να πετύχουν στις θέσεις αυτές”*.

#### **6.1.5 Το μέλλον**

Με βάση τα προκαταρκτικά αποτελέσματα της μελέτης αυτής, φαίνεται πως οι γυναίκες δεν έχουν κανένα πρόβλημα να εισέλθουν στον κλάδο στην αρχή της καριέρας τους. Ωστόσο, εκείνες είναι πιο πιθανό από τους άνδρες να εγκαταλείψουν την βιομηχανία όσο περνούν τα χρόνια και ειδικά αν έχουν οικογένεια. Οι λόγοι γι’ αυτό δεν μπορεί να σχετίζονται με την κλασική επίδραση της “γυάλινης οροφής” που οφείλεται σε διακρίσεις λόγω φύλου. Μερικά από τα στελέχη παρατήρησαν ότι κάποιοι από τους συναδέλφους τους επέλεξαν να μην προχωρήσουν, ώστε να έχουν μεγαλύτερη ευελιξία – εξισορρόπηση των επαγγελματικών και προσωπικών πτυχών στην ζωή τους. Το αποτέλεσμα των επιλογών αυτών σε ένα ευρύ φάσμα φαίνεται πως είναι μικρότερος ο αριθμός των γυναικών προς προώθηση και σαφώς λιγότερες γυναίκες σε ανώτατες διοικητικές θέσεις, ακόμα και αν οι ευκαιρίες έχουν εξομαλυνθεί. Παρ’ όλα αυτά τίθεται το ζήτημα του αν αυτή η προτίμηση είναι απλά μια στέγαση για την πραγματικότητα των παρατεταμένων ρόλων των δύο φυλών στο εσωτερικό της οικογένειας. Για εκείνες λοιπόν τις γυναίκες διευθυντές ξενοδοχείων, που επιλέγουν να συνεχίσουν την καριέρα τους παράλληλα με την οικογένεια και την μητρότητα, είναι σημαντικό για τα μέλη της οικογένειας τους να καταλάβουν τον αμείλικτο χαρακτήρα της ξενοδοχειακής βιομηχανίας αλλά και οι ομάδες διαχείρισης ξενοδοχείων να είναι υποστηρικτικές.

Η Finsilver ολοκλήρωσε την συνέντευξη της με ένα αισιόδοξο μήνυμα, υποδεικνύοντας ότι αναμένει να δει περισσότερες γυναίκες μάνατζερ να φτάσουν στις κορυφαίες θέσεις στο μέλλον. Τέλος, υποστήριξε πως θα υπάρξουν περισσότερες γυναίκες μάνατζερ την επόμενη δεκαετία. Υπάρχουν περισσότερες σήμερα από ό,τι πριν από δεκαπέντε χρόνια. Κάθε δεκαετία αλλάζει ο τρόπος που βλέπουν οι γυναίκες την σταδιοδρομία τους και την έννοια της ισορροπίας γύρω από την οικογένεια. Καταλήγουμε λοιπόν μέσα από την έρευνα, πως οι γυναίκες μπορούν να τα καταφέρουν σε διοικητικές θέσεις.  
<http://www.bu.edu/bhr/files/2012/09/BHR-v1n2-ho.pdf>

## **6.2 Μελέτη περίπτωσης Σρι Λάνκα**

### **6.2.1 Επιδράσεις της γυάλινης οροφής στην καριέρα των γυναικών και ανάπτυξη σε οργανισμούς του ιδιωτικού τομέα στη Σρι Λάνκα**

Η συγκεκριμένη μελέτη πηγάζει απ' το τμήμα ανθρωπίνου δυναμικού του πανεπιστήμιου της Kelaniya στην Σρι Λάνκα, και πιο συγκεκριμένα από τους A. Chamaru De Alwis, και Bombuwela P. M. Σκοπός της μελέτης είναι να επικεντρωθεί στο πρόβλημα της επίδρασης της γυάλινης οροφής στην ανάπτυξη της καριέρας των γυναικών. Η δομή της συνολικής μελέτης βασίστηκε στο εννοιολογικό πλαίσιο το οποίο δημιουργήθηκε με τη χρήση της έρευνας της βιβλιογραφίας. Η μελέτη διεξήχθη με στόχο να γίνει γνωστή η επίδραση της γυάλινης οροφής στην ανάπτυξη της καριέρας των γυναικών σε σχέση με τις γυναίκες που εργάζονται στον ιδιωτικό τομέα σε στελεχιακές θέσεις. Ταυτόχρονα, αναπτύσσονται υποθέσεις για να διαπιστωθεί εάν υπάρχει σημαντική επίδραση των μεμονωμένων παραγόντων, των οικογενειακών παραγόντων, των οργανωτικών παραγόντων καθώς και των πολιτιστικών παραγόντων για την ανάπτυξη της καριέρας των γυναικών. Η μελέτη αυτή ολοκληρώθηκε με έρευνα η οποία διεξήχθη διεξοδικά κάνοντας χρήση ερωτηματολογίου με δείγμα 150 γυναίκες στελέχη. Για την παρουσίαση και την ανάλυση των δεδομένων της έρευνας χρησιμοποιήθηκαν στατιστικές εισροών. Τα ευρήματα αποκαλύπτουν ότι η γυάλινη οροφή και η ανάπτυξη της καριέρας των γυναικών έχουν μια μέτρια αρνητική σχέση. Επίσης, δείχνουν ότι οι μεμονωμένοι παράγοντες, οι οργανωτικοί παράγοντες και οι πολιτικοί παράγοντες έχουν σημαντική επίδραση στην καριέρα των γυναικών, ενώ οι οικογενειακοί παράγοντες έχουν επιπτώσεις στην καριέρα των γυναικών. Με την ουσιαστικότερη ανάγνωση των αποτελεσμάτων της έρευνας, κατέληξαν οι ειδικοί στο συμπέρασμα ότι υπάρχουν σημαντικές επιπτώσεις από την γυάλινη οροφή στην ανάπτυξη



της σταδιοδρομίας των γυναικών οι οποίες εργάζονται σε ιδιωτικούς οργανισμούς στη Σρι Λάνκα. Τέλος, έχουν περιγραφεί πολύτιμες προτάσεις για περαιτέρω μελέτες.

### 6.2.2 Εισαγωγικά

Τα τελευταία χρόνια, οι γυναίκες καθώς και τα θέματα του φύλου έχουν αποτελέσει ζητήματα έντονου προβληματισμού. Οι συγγραφείς της έρευνας εξηγούν πως οργανώνονται σεμινάρια σε όλο τον κόσμο για να συζητηθούν θέματα για την πρόοδο των γυναικών σε όλους τους τομείς της ζωής τους. Αυτό συμβαίνει λόγω των σημαντικών χαρακτηριστικών της παγκόσμιας αγοράς εργασίας τα τελευταία χρόνια κατά τον εικοστό αιώνα, γεγονός που αυξάνει την συμμετοχή των γυναικών στην αγορά εργασίας (Black, Gregerson, Mendenhall and Stroh, 1999, Caligiuri and Tung, 1999). Ορισμένες μελέτες έχουν δείξει ότι κατά την διάρκεια των δύο τελευταίων δεκαετιών όχι μόνο έχει αυξηθεί το ποσοστό των γυναικών στην αγορά εργασίας αλλά έχουν ενταχθεί και σε διοικητικές θέσεις. Γεγονός που απορρέει σε μεγάλο βαθμό από τις δραστηριότητες του γυναικείου κινήματος, τις πολιτικές συστήματος αλλά και τις πρωτοβουλίες των εταιρικών ίσων ευκαιριών. Ωστόσο, σύμφωνα με τον Meyerson & Fletcher (2000) οι γυναίκες στα υψηλότερα επίπεδα επιχειρηματικών δραστηριοτήτων εξακολουθούν να είναι σπάνιες. Περιλαμβάνουν μόνο το 10% των ανώτερων διευθυντικών θέσεων στις εταιρείες, λιγότερο από το 4% των ανώτατων τάξεων για διευθύνων σύμβουλος, πρόεδρος, εκτελεστικός αντιπρόεδρος και λιγότερο από το 3% των κορυφαίων εταιρειών.

Αυτοί οι παράγοντες, ωστόσο, είχαν περιορισμένο αντίκτυπο στο επίπεδο της εταιρικής διακυβέρνησης, όπου οι γυναίκες έχουν μόνο συμβολική παρουσία (Adler and Israeli, 1994, Bilimoria and Piderit, 1994, Directors and Boards, 1992). Η στάση απέναντι στον ρόλο των γυναικών ως νοικοκυρών αλλάζει, διότι ορισμένες γυναίκες κάνουν προσπάθειες να ανέβουν σταδιακά στην διαχείριση και την κλίμακα της ηγεσίας. Για παράδειγμα, από την παγκόσμια κατάσταση, η McKinsey και η Co, έβαλαν την Κορέα στο πυρήνα μιας λίστας που συνέκρινε το ποσοστό των γυναικών εργαζομένων στη χώρα, έλαβαν μέρος 744 εκτελεστικές επιτροπές εταιρειών από δέκα μεγάλες χρηματιστηριακές αγορές Ασίας – Ειρηνικού. Οι γυναίκες καταλαμβάνουν μόνο το 1 τοις εκατό των θέσεων της αίθουσας συνεδριάσεων σε αυτή την χώρα, σε σύγκριση με 13 τοις εκατό στην Αυστραλία, 8 τοις εκατό στην Κίνα και 5 τοις εκατό στην Ινδία. Παρόλο που οι γυναίκες στη Σρι Λάνκα αντιπροσωπεύουν περισσότερο από το ήμισυ του πληθυσμού, το ποσοστό συμμετοχής τους στο εργατικό δυναμικό είναι μικρότερο από τους άνδρες. Αντίθετα, η συμμετοχή των ανδρών στο εργατικό δυναμικό είναι διπλάσια από αυτή των γυναικών.

## Πίνακας 1

### Πληθυσμός και εργατική δύναμη

*Πηγή:* Έρευνα Εργατικού Δυναμικού - Ετήσια Έκθεση 2010

	Πληθυσμός (10 ετών και άνω)	Εργασιακή δύναμη	Αναλογία συμμετοχής στο εργατικό δυναμικό	Απασχολούμενος πληθυσμός	Αναλογία απασχόλησης
Σρι Λάνκα	16,861,526	8,107,739		7,706,593	95.1%
Άνδρες	7,919,105	5,317,553	32.9	5,131,986	96.5%
Γυναίκες	8,942,422	2,790,186	68.8	2,574,608	92.5%

Το 2010, ο εκτιμώμενος οικονομικά ενεργός πληθυσμός ήταν περίπου 8 εκατομμύρια και περίπου πέντε εκατομμύρια (67,1%) από αυτούς είναι άνδρες, το ποσοστό συμμετοχής των γυναικών είναι περίπου το 31%. Η πλειοψηφία του ανενεργού πληθυσμού είναι γυναίκες και ανέρχεται στο ποσοστό του 68,8%.

## Πίνακας 2

### Λόγοι οικονομικής αδράνειας κατά φύλο

*Πηγή:* Έρευνα εργατικού δυναμικού - Ετήσια Έκθεση 2010, Εφημερίδα της Ανταγωνιστικότητας

Αιτιολογία	Σύνολο	Γένος	
		Άνδρας	Γυναίκα
Οικονομικά αδρανής	100.0	100.0	100.0
Συμμετοχή σε οικιακές εργασίες	39.1	4.0	53.9
Συμμετοχή σε μελέτες	36.0	58.2	26.7
Συνταξιούχος-γηρατειά	16.1	23.1	13.1
Φυσικά νοσήματα / άτομα με ειδικές ανάγκες	4.9	8.5	3.5
Άλλα	3.9	6.3	2.9

Η έρευνα αναφέρει μερικούς από τους λόγους μη συμμετοχής των γυναικών στον εργασιακό χώρο. Τα ευρήματα της έρευνας αποκαλύπτουν πως η οικιακή εργασία είναι ο παράγοντας που επηρεάζει την οικονομική αδράνεια των γυναικών. Μέσα από την μελέτη

φαίνεται πως πάνω από το 75 τοις εκατό του ανενεργού πληθυσμού ασχολείται με μελέτες ή οικιακές εργασίες. Το 53,9% του ποσοστού καλύπτεται από γυναίκες ενώ μόνο το 4% από τους άνδρες. Από το 2010, 350.000 γυναίκες απασχολούνται στα εργοστάσια ένδυσης της χώρας, καλύπτουν το 85% των βιομηχανιών. Αυτό σημαίνει ότι η απασχόληση των γυναικών περιορίζεται σε ορισμένες μόνο κατηγορίες.

### Πίνακας 3

#### Απασχολούμενος πληθυσμός ανά επάγγελμα

*Πηγή:* Έρευνα Εργατικού Δυναμικού - Ετήσια Έκθεση 2010.

Επάγγελμα	Σύνολο	Γένος		Ποσοστό συμμετοχής των γυναικών στην συνολική απασχόληση
		Άνδρες	Γυναίκες	
Σύνολο	100.0	100.0	100.0	33.4
Ανώτεροι υπάλληλοι και διευθυντές	1.5	1.7	1.1	23.7
Επαγγελματίες	5.6	3.2	10.4	61.9
Τεχνικοί	5.1	5.2	4.9	32.0
Υπάλληλοι	4.1	3.4	5.5	44.5
Ιδιοκτήτες – Διευθυντές επιχειρήσεων	6.8	7.6	5.3	25.9
Εργαζόμενοι πωλήσεων και υπηρεσιών	8.1	8.3	7.8	32.0
Εργαζόμενοι στην αλιεία	22.3	21.1	24.5	36.7
Εμπόριο	15.7	15.6	15.8	33.6
Χειριστές μηχανημάτων	7.3	9.9	2.0	9.0
Στοιχειώδης απασχόληση	22.6	22.5	22.7	33.6

Ο Πίνακας 3 παρουσιάζει την επαγγελματική περίληψη των γυναικών και των ανδρών και επίσης συγκρίνει το ποσοστό των ανδρών και των γυναικών που απασχολούνται σε διαφορετικές επαγγελματικές κατηγορίες. Οι γυναίκες είναι συγκεντρωμένες σε ορισμένα επαγγέλματα και το 24,5% αυτών απασχολούνται σε "ειδικευμένο γεωργικό τομέα" και την απασχόληση των αλιέων σε σχέση με το 21,1% των ανδρών. Επίσης, το 10,4% των

γυναικών εργάζονται ως "επαγγελματίες" σε σύγκριση με το 3,2% των ανδρών. Ο συγκεκριμένος πίνακας δείχνει επίσης την συμβολή των γυναικών στη συνολική απασχόληση από κάθε επαγγελματική ομάδα. Αυτό δείχνει σαφώς ότι το 61,9% των επαγγελματιών είναι γυναίκες. Αναφέρουμε τους προαναφερθέντες λόγους, διότι η ομάδα κατοχής των "επαγγελματιών" περιλαμβάνει τους Καθηγητές, τους Νοσηλευτές, κλπ. Στην επαγγελματική ομάδα των χειριστών μηχανημάτων, η σωματική ικανότητα των ανδρών φαίνεται πως είναι ο λόγος που εκεί τα ποσοστά είναι μεγαλύτερα από αυτά των γυναικών. Ωστόσο, το ίδιο δεν ισχύει και για τις ανώτερες βαθμίδες, δεδομένου ότι τα επίπεδα αυτά δεν λειτουργούν μόνο λόγω της φυσικής αλλά και της πνευματικής τους ικανότητας. Επίσης, στον πίνακα καταγράφονται τα ποσοστά των γυναικών στον τομέα των ανώτερων υπαλλήλων και διευθυντών τα οποία εμφανίζουν διαφορετικά ποσοστά από τους άνδρες. Η συγκεκριμένη αυτή κατάσταση έχει επισημανθεί ως "Glass Ceiling" (GC). Φαίνεται ότι υπάρχουν αμέτρητα εμπόδια, τα οποία αντιμετωπίζουν οι γυναίκες όταν προσπαθούν να ανέβουν την εταιρική βαθμίδα. Τα στοιχεία που έχουμε μας δείχνουν ότι αντιμετωπίζουν ένα αόρατο εμπόδιο το οποίο δεν βοηθά την άνοδο προς τις ηγετικές θέσεις. Η έννοια που χρησιμοποιήθηκε για να εμπλέξει αυτή την κατάσταση ονομάζεται "GC". Μεταγενέστερες έννοιες όπως τα γυάλινα ανυψωτικά και τα γυάλινα βράχια, αναφέρονται στη μεγαλύτερη διερεύνηση και κριτική που έχουν οι γυναίκες (Ryan and Haslam, 2005). Επομένως ο όρος "GC" αναφέρεται σε αόρατα ή τεχνητά εμπόδια που εμποδίζουν τις γυναίκες να προχωρήσουν πέρα από ένα ορισμένο εργατικό επίπεδο (Ομοσπονδιακή Επιτροπή GC [FGCC], 1997). Σε αυτή την περίπτωση ο ερευνητής προσπαθεί να ανακαλύψει την επίδραση αυτού του φαινομένου στην ανάπτυξη καριέρας των γυναικών (WCD).

### **6.3 Στόχοι της μελέτης**

#### **6.3.1 Γενικός στόχος**

Ο στόχος της μελέτης είναι να γίνει γνωστή η επίδραση της γυάλινης οροφής στις γυναίκες που εργάζονται ως ανώτερα στελέχη σε οργανισμούς του ιδιωτικού τομέα στη Σρι Λάνκα.

#### **6.3.2 Συγκεκριμένοι στόχοι**

- Να αξιολογηθεί η σχέση των εργαζομένων γυναικών σε βαθμό ανώτερου επιπέδου εργασίας με την γυάλινη οροφή και την ανάπτυξη της καριέρας τους.

- Να μετρηθεί η επίδραση της γυάλινης οροφής στην καριέρα των γυναικών σε ανώτερο επίπεδο εργασίας.
- Να προτείνει λύσεις για την υπέρβαση της γυάλινης οροφής στην ανάπτυξη της καριέρας των γυναικών που εργάζονται ως ανώτατα διοικητικά στελέχη.

### 6.3.3 Η σημασία της μελέτης

Σήμερα, οι περισσότεροι άνθρωποι δίνουν ιδιαίτερη προσοχή στην έννοια της γυάλινης οροφής σε ανταγωνιστικό περιβάλλον. Οι περισσότερες έρευνες κάνουν και συνεχίζουν να κάνουν αρκετές έρευνες για διαφορετικά θέματα ή προβλήματα σχετικά με την σταδιοδρομία των γυναικών. Κατά τον ερευνητή φαίνεται ότι υπάρχει ένα χάσμα στις διαθέσιμες εμπειρικές γνώσεις, στην προοπτική της Σρι Λάνκα για την GC. Επομένως, ο προσδιορισμός των επιπτώσεων της GC στις εργαζόμενες γυναίκες είναι πολύ σημαντικός για τους υπεύθυνους για τη λήψη αποφάσεων στον εντοπισμό βασικών ζητημάτων στο χώρο εργασίας, προκειμένου να αναπτυχθούν στρατηγικές για την αντιμετώπιση και τη βελτίωση των πολιτικών για την πρόληψη τέτοιων πράξεων. Επιπλέον, τα ευρήματα αυτής της μελέτης θα αποτελούσαν μια καλύτερη κατευθυντήρια γραμμή για όσους είναι διευθυντικά στελέχη, για τον εντοπισμό των προβλημάτων των διευθυντικών γυναικών και για τους τρόπους υπέρβασης αυτών των εμποδίων. Ακόμη και για τους σπουδαστές ως αναλυτικό υλικό για τις σπουδές τους. Επιπροσθέτως, θα φανεί χρήσιμο στους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής για τη βελτίωση των πολιτικών σε οργανισμούς όσον αφορά την GC και WCD ευρήματα σε αυτή την έρευνα και άλλες σχετικές οργανώσεις και ειδικά για όλες τις εργαζόμενες γυναίκες να εντοπίζουν τα πράγματα που εμποδίζουν την καριέρα τους και τον τρόπο να τα καταπολεμήσουν. Επίσης, αυτή η μελέτη θα ήταν σημαντική για την οικονομία της Σρι Λάνκα. Μέσα από τη θραύση της οικονομίας της GC της Σρι Λάνκα θα είναι ευεργετική η μεγαλύτερη συμμετοχή των εργαζομένων γυναικών στο εργασιακό τους περιβάλλον. Επίσης, θα βοηθήσει να αυξηθεί το κέρδος τους. Η έρευνα θα αποκαλύψει τον τρόπο γι' αυτό, καθώς ανακαλύπτει την επίδραση της GC και περιγράφει επίσης τις συστάσεις για την υπέρβαση των αποτελεσμάτων. Τέλος, είναι επίσης σημαντικό για τις μελλοντικές έρευνες και τους μελλοντικούς κατόχους θέσεων εργασίας, καθώς παρέχει περισσότερες γνώσεις σχετικά με την GC που επηρεάζουν τη σταδιοδρομία των γυναικών. Καθώς οι κάτοχοι θέσεων εργασίας θα ενημερωθούν για τους τρόπους εξασφάλισης της εργασίας τους ή για τη θραύση της GC. Τελικά συμβάλλει στην αναβάθμιση της καριέρας τους. Στην περίπτωση των ανδρών κατόχων θέσεων εργασίας, θα είναι σε θέση να προσδιορίσουν τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι ομόλογοί τους.

#### **6.3.4 Σχεδιασμός μελέτης**

Η μελέτη αυτή διεξάγεται προκειμένου να εξακριβωθεί και να είναι σε θέση να περιγράψει τα χαρακτηριστικά των μεταβλητών συμφερόντων σε μια κατάσταση. Ως εκ τούτου, αυτός ο τύπος μελέτης ήταν περιγραφικός. Σκοπός της μελέτης είναι να προσδιοριστεί η επίδραση της GC προς την WCD των γυναικών υπαλλήλων του εκτελεστικού επιπέδου που εργάζονται στη Σρι Λάνκα. Ως εκ τούτου, ο τύπος της έρευνας ήταν συσχετισμός παρά αιτιώδης μελέτη. Μια μελέτη συσχέτισης διεξάγεται στο φυσικό περιβάλλον του οργανισμού με ελάχιστη παρέμβαση του ερευνητή με την κανονική ροή εργασίας (Sekaran, 2009). Υπάρχει κάποια διαταραχή στην κανονική ροή εργασίας στο σύστημα, καθώς ο ερευνητής διαχειρίζεται ερωτηματολόγια στο χώρο εργασίας. Η παρέμβαση του ερευνητή στη συνήθη λειτουργία του συστήματος είναι ελάχιστη σε σύγκριση με εκείνη που προκαλείται κατά τη διάρκεια των αιτιολογικών μελετών.

#### **6.3.5 Επιλογή μεθοδολογίας**

Κατά τη διεξαγωγή αυτής της μελέτης χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της έρευνας για τη συλλογή σχετικών δεδομένων. Δεδομένου ότι ο ερευνητής ήθελε να μάθει για τις στάσεις και τις απόψεις των εργαζομένων, η παρούσα μελέτη θα μπορούσε να θεωρηθεί περιγραφική. Επιπλέον, συλλέχθηκαν πολλά πρωτογενή δεδομένα για να διαγνώσουν το πρόβλημα που επικεντρώνεται εδώ και να απαντήσουν στις ερωτήσεις των ερευνών και να επιτύχουν τους στόχους. Έτσι, η μέθοδος της έρευνας θεωρήθηκε ως η πλέον καταλληλότερη.

#### **6.3.6 Μέθοδος επιλογής δείγματος και πληθυσμού**

Ο πληθυσμός της μελέτης ήταν τα εκτελεστικά γυναικεία στελέχη που υπερβαίνουν το όριο ηλικίας των τριάντα ετών και απασχολούνταν σε οργανισμούς του ιδιωτικού τομέα στη Σρι Λάνκα. Χρησιμοποιήθηκαν οι συγκεντρωτικές και απλές τεχνικές τυχαίας δειγματοληψίας για την επιλογή του δείγματος της μελέτης. Για να επιλεγεί το δείγμα, ολόκληρη η χώρα χωρίστηκε σε 26 συνοικίες. Δηλαδή, το διοικητικό διαμέρισμα του δευτέρου επιπέδου στη Σρι Λάνκα και την επιλεγμένη συνοικία Gamraha ως συγκεντρωτική περιοχή για την έρευνα. Στο δεύτερο στάδιο επιλέχθηκαν 150 γυναίκες στελέχη ως τυχαίο δείγμα.

### **6.3.7 Η μέθοδος που χρησιμοποιείται για την συλλογή δεδομένων**

Αυτή η ερευνητική μελέτη βασίστηκε στη μέθοδο έρευνας για τη συλλογή δεδομένων, η έρευνα που βασίζεται στο ερωτηματολόγιο έχει καταστεί ως μία από τις πιο ευρέως χρησιμοποιούμενες τεχνικές. Ένα ερωτηματολόγιο που δημιουργήθηκε από τον ίδιο τον ερευνητή αναπτύχθηκε ως εργαλείο έρευνας. Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από δύο μέρη, συγκεκριμένα το μέρος Α και μέρος Β. Τα ερωτηματολόγια προετοιμάστηκαν τόσο στην αγγλική όσο και στη γλώσσα Sinhala. Το μέρος Α είναι το προσωπικό προφίλ. Οι βιογραφικές πληροφορίες του ερωτώμενου συλλέχθηκαν για να δημιουργήσουν ένα προφίλ της ομάδας δειγμάτων σχετικά με το φύλο, την οικογενειακή κατάσταση, την ηλικία, τα προσόντα εκπαίδευσης, τη θέση, το μέσο εισόδημα και το χρόνο υπηρεσίας. Το μέρος Β αποτελείται από 25 ερωτήσεις με βάση τις τέσσερις διαστάσεις της GC και τις τρεις διαστάσεις του WCD για τη μέτρηση της GC και του WCD με κλίμακα πέντε σημείων. Το ερωτηματολόγιο παρουσιάζεται σε μια κλίμακα τύπου Likert με έντονη διαφωνία. Μετά τη διατύπωση του ερωτηματολογίου, για τον έλεγχο της αξιοπιστίας, της ακρίβειας και της εγκυρότητας αυτών των ερωτημάτων υποβλήθηκε σε πιλοτική έρευνα. Το αντίστοιχο ερωτηματολόγιο απευθύνθηκε σε 20 γυναίκες εργαζόμενες σε ανώτατα επίπεδα. Η βαθμολογία αξιοπιστίας της πιλοτικής έρευνας (Cronbach Alpha) είναι μεταξύ 0,7 και 0,9.

### **6.3.8 Ανάλυση δεδομένων και συζήτηση**

#### **6.3.8.1 Περιγραφικά στατιστικά**

Σύμφωνα με τα παραπάνω στοιχεία, 76 εργαζόμενες είναι παντρεμένες και 42 εργαζόμενες είναι άγαμες. Επίσης 2 εργαζόμενες γυναίκες αντιπροσωπεύουν την κατηγορία χήρας. Εδώ οι παντρεμένες εργαζόμενες είναι πλειοψηφία και παίρνουν το 63% του δείγματος. Το δείγμα συνίστατο, με την πλειοψηφία των ερωτηθέντων να είναι μεταξύ των ηλικιών 30-35 ετών (70 με 80%). Το 20% ήταν μεταξύ 36-40 ετών. Το 8,30% ήταν μεταξύ 41-45 ετών.

Το 0,80% ήταν άνω των 51 ετών και κανείς δεν συμπεριλήφθηκε στην ηλικιακή κατηγορία 46-50. Επίσης 12 στελέχη έχουν δίπλωμα. Εδώ η πλειοψηφία του δείγματος είχε το βασικό βαθμό, αντιπροσωπεύοντας το υψηλότερο ποσοστό του 30.8%. Επίσης, το 25% των εργαζομένων ήταν με επαγγελματικά προσόντα και παίρνει 30 από το δείγμα. Το 0,80% ήταν μεταπτυχιακοί, το 1,70% ήταν βοηθοί διευθυντές και το 15% αυτών ήταν συντονιστές. Η πλειοψηφία των εργαζομένων ήταν στελέχη, αντιπροσωπεύοντας 46 δείγματα. Επίσης το 12,50% ήταν κατώτερα στελέχη, το 4,20% ήταν διευθυντές και υπάλληλοι προσωπικού

αντιπροσωπεύοντας το 28,30% και παίρνει 34 από το δείγμα. Η πλειοψηφία των εργαζομένων έχει λιγότερη από τριετή επαγγελματική εμπειρία σε αυτό το δείγμα της μελέτης. Παίρνει το 44,17% του δείγματος. Το 25% των ερωτηθέντων απασχολούνται για περισσότερα από 7 χρόνια. Το 30.83% του δείγματος των ερωτηθέντων ήταν μεταξύ 3 - 7 ετών εργασιακή εμπειρία.

### **6.3.9 Τα συμπεράσματα της μελέτης**

Ο κύριος στόχος αυτής της έρευνας ήταν να βρεθούν οι συνέπειες της γυάλινης οροφής προς την ανάπτυξη της καριέρας των εργαζομένων γυναικών οι οποίες εργάζονται σε οργανισμούς του ιδιωτικού τομέα στη περιοχή της Σρι Λάνκα. Συνολικά, η έρευνα αυτή έδειξε ότι η γυάλινη οροφή έχει επιδράσεις 27,4% στην ανάπτυξη μεταξύ των γυναικών υπαλλήλων που εργάζονται στον ιδιωτικό τομέα της Σρι Λάνκα. Και επίσης, στατιστικά είναι στο επίπεδο σημαντικότητας 5% ή στο επίπεδο εμπιστοσύνης 95%. Ως εκ τούτου, μπορεί να ειπωθεί σαφώς ότι οι άλλοι παράγοντες έχουν επιδράσεις 72,6% στην ανάπτυξη της γυναικείας καριέρας. Το επίπεδο της γυάλινης οροφής της Σρι Λάνκα μετράται χρησιμοποιώντας τη μέση τιμή. Τα παραπάνω στοιχεία αποκαλύπτουν ότι η πλειονότητα των ερωτηθέντων παρουσίασε χαμηλό επίπεδο επιρροής της γυάλινης οροφής. Και επίσης τέσσερις υπο-μεταβλητές της βρίσκονται εντός του εύρους του χαμηλού επιπέδου. Ταυτόχρονα, η μέση τιμή χρησιμοποιείται για τη μέτρηση του τρέχοντος επιπέδου της καριέρας. Τα ευρήματα της μελέτης αποκαλύπτουν ότι η πλειονότητα των ερωτηθέντων εξέθεσε σε ικανοποιητικό επίπεδο το WCD. Εκτός από τις μέσες αξίες της εστιασμένης καριέρας, της οικογενειακής υποστήριξης και της στάσης απέναντι στον οργανισμό, βρίσκονται εντός του εύρους του ικανοποιητικού επιπέδου. Σύμφωνα με τα στοιχεία της μελέτης που έχουν αναλυθεί, επιβεβαιώνεται ότι υπάρχει μέτρια αρνητική συσχέτιση μεταξύ της γυάλινης οροφής και της ανάπτυξης της καριέρας μεταξύ των γυναικών που εργάζονται στην οργάνωση του ιδιωτικού τομέα και αυτή η σχέση είναι σημαντική στο 1% ως σημαντικό επίπεδο ή 99% το επίπεδο εμπιστοσύνης. Η μελέτη αποκάλυψε ότι υπάρχει ασθενής αρνητική συσχέτιση μεταξύ της FF και της WCD. Ταυτόχρονα, υπάρχει μέτρια αρνητική συσχέτιση μεταξύ άλλων τριών υπο μεταβλητών GC και WCD. Όπως και όλες αυτές οι συσχετίσεις είναι στατιστικά σημαντικές στο 1% σημαντικό επίπεδο ή 99% επίπεδο εμπιστοσύνης. Μέσω πολλαπλής παλινδρόμησης αποκαλύπτεται ότι οι IF, OF και CF επηρεάζουν σημαντικά το WCD. Τα ευρήματα της συνολικής ανάλυσης της μελέτης αποκαλύπτουν ότι επιτυγχάνεται ο γενικός στόχος της μελέτης «για να διαπιστωθεί η



επίδραση της GC στην WCD των γυναικών που εργάζονται σε οργανισμούς του ιδιωτικού τομέα στη Σρι Λάνκα».

## 6.4 Αφρική

Το **Sun 'n' Sand Beach Resort** στην Κένυα είναι ένα παράδειγμα ενός μεγάλου τουριστικού θέρετρου που συνδέεται στενά με την κοινότητα και έχει σημαντικό θετικό αντίκτυπο στη ζωή των γυναικών και των παιδιών στις γειτονικές κοινότητες. Η στενή αλληλεξάρτηση μεταξύ του θέρετρου και της κοινότητας έχει δημιουργήσει μια μοναδική εμπειρία επισκεπτών. Είναι ένα έξυπνο επιχειρηματικό μοντέλο.

Το πρόγραμμα **Kwam eMakana home stay** στη Νότια Αφρική δείχνει τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των κυβερνητικών προγραμμάτων που χρηματοδοτούνται από τον τουρισμό. Παρόλο που πολλές γυναίκες έχουν επωφεληθεί από το συγκεκριμένο πρόγραμμα, τα πιο επιτυχημένα έργα για παραμονή στην κατοικία προέκυψαν όταν η χορηγία συνδυάστηκε με την επιχειρηματική κίνηση και τη δέσμευση των εμπλεκόμενων γυναικών.

**Οι γυναίκες που επιτυγχάνουν μέσω τουριστικών χειροτεχνιών, στο Δέλτα του Okavango, στη Μποτσουάνα, δείχνει πως οι γυναίκες που εργάζονται μαζί, για τον ίδιο σκοπό και σε συνεταιρισμούς μπορεί να κάνει σημαντική διαφορά στη ζωή τους και στη ζωή των οικογενειών τους. Στην περίπτωση αυτή, ο τουρισμός διευκολύνει φέρνοντας τον αγοραστή στον παραγωγό και επιτρέποντας την μεταφορά χρημάτων από το Βορρά στον Νότο.**



**Η πολιτιστική επιχείρηση τουρισμού Mulala** στην Αρούσα της Τανζανίας καταδεικνύει πώς οι συνεργασίες δημόσιου, μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα μπορούν να βοηθήσουν τις γυναίκες στις φτωχές κοινότητες να αναπτύξουν μικρά τουριστικά προγράμματα γύρω από τον τρόπο ζωής τους, τα αγροκτήματά τους και τους πόρους του χωριού τους.

<https://agapetourism.com/>

## 6.5 Ασία

Στις τρεις μελέτες περίπτωσης από την Ασία, όλα δείχνουν τη δύναμη για αλλαγή, καθώς χρησιμοποιούν τον τουρισμό για να βελτιώσουν τον τρόπο ζωής των ευάλωτων γυναικών.

**Η μελέτη περίπτωσης των τριών αδελφών από το Νεπάλ**, αναφέρει την ιστορία τριών πρωτοποριακών αδελφών που αμφισβήτησαν τη στερεότυπη εικόνα των αρσενικών αχθοφόρων και μπήκαν στον επιχειρηματικό κλάδο της πεζοπορίας και της ορειβασίας του Νεπάλ. Από την αρχή το πρόγραμμα βελτίωσε τις ζωές αλλά και το εισόδημα πολλών γυναικών στο Νεπάλ. Η ιστορία τους παρακίνησε αρκετούς να εισέλθουν στον τουριστικό χώρο και να ασχοληθούν με εργασίες που ήταν κατά κύριο λόγο ανδρικές.  
<http://www.3sistersadventuretrek.com>

Η Κοινοτική Ενδυνάμωση δημιουργεί το μέλλον εξηγώντας πώς μια μεγάλη εταιρία συμβάλλει στην αλλαγή της ζωή των γυναικών που ζουν με τον ιό HIV / AIDS στην Κίνα. Η Accor, μια μεγάλη ξενοδοχειακή αλυσίδα, έχει συνεργαστεί με μια τοπική μη κερδοσκοπική οργάνωση ώστε να αναπτύξει ένα εργαστήριο παραγωγής τσαντών το οποίο θα στελεχώνεται από γυναίκες που ζουν με HIV / AIDS στο Hainan της Κίνας. Οι τσάντες πωλούνται σε ξενοδοχεία της Accor σε όλη τη χώρα για να παρέχουν μια βιώσιμη μορφή εισοδήματος σ' αυτές τις γυναίκες. Είναι μια καλή ευκαιρία μέσα από αυτό το παράδειγμα να ευαισθητοποιηθούν κι άλλες εταιρίες.

**Οι παραδοσιακές τέχνες** στο Hainan, δείχνουν τη δύναμη για τοπικές αλλαγές ώστε να δημιουργήσουν επιχειρηματικές ευκαιρίες στις φτωχές γυναίκες της περιοχής. Η παραλαβή ενός εθνικού πολιτιστικού βραβείου βοήθησε την Li (επιχειρηματίας στον τομέα της ύφανσης), να δημιουργήσει τις επιχειρηματικές διασυνδέσεις που απαιτούνται για την ανάπτυξη της υφαντικής της επιχείρησης. Εκπαιδεύοντας και απασχολώντας άλλες γυναίκες στην επιχείρησή της, κατάφερε η επιτυχία της να εξαπλωθεί και στις ζωές πολλών ακόμη.

## **Κεφάλαιο 7**

### **Ανάλυση επιστημονικής έρευνας**

Στο παρόν κεφάλαιο περιγράφεται η έρευνα πεδίου που εκπονήθηκε για την παρούσα εργασία με την μέθοδο του ερωτηματολογίου, εστιάζοντας στις δυσκολίες που αντιμετωπίζει ο γυναικείος πληθυσμός κατά την είσοδο του στον εργασιακό κλάδο αλλά και τα προβλήματα που αντιμετωπίζει μέσα σ' αυτόν. Για την συλλογή των δεδομένων απευθυνθήκαμε σε μια ξενοδοχειακή μονάδα με δραστηριότητα στην Κέρκυρα. Για την εξακρίβωση των αποτελεσμάτων της έρευνας αλλά και την εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων θα προχωρήσουμε σε Στατιστική Ανάλυση (περιγραφική) των δεδομένων που συλλέχθηκαν από τα ερωτηματολόγια με την χρήση Excel.

#### **7.1 Συλλογή δεδομένων**

Η εκπόνηση τέτοιου είδους ερευνών απαιτεί τη συλλογή στοιχείων για όλα τα εξεταζόμενα μεγέθη και όπως γίνεται κατανοητό, για την κατάληξη σε ακριβή συμπεράσματα θα πρέπει τα στοιχεία αυτά να είναι έγκυρα. Υπάρχουν δύο είδη δεδομένων:

- ❖ Τα πρωτογενή και
- ❖ Τα δευτερογενή δεδομένα (Βασιλικοπούλου, Α. – Σιώμκος, Γ. 2005)

##### **7.1.1 Πρωτογενή Δεδομένα**

Πρωτογενή, ονομάζονται τα δεδομένα που συλλέγονται για μια συγκεκριμένη έρευνα και συλλέγονται με έρευνες πεδίου. Μπορεί να εκπονηθούν πάνω από μια έρευνες πεδίου για μια τέτοια μελέτη (π.χ. ερωτηματολόγια και συνεντεύξεις). Στην συγκεκριμένη εργασία χρησιμοποιήσα τη μέθοδο των ερωτηματολογίων για την συλλογή πρωτογενών δεδομένων από το προσωπικό του υπό μελέτη ξενοδοχείου (Βασιλικοπούλου, Α. – Σιώμκος, Γ. 2005).

##### **7.1.2 Δευτερογενή Δεδομένα**

Δευτερογενή είναι τα δεδομένα που ήδη υπάρχουν. Συνήθως αφορούν στατιστικά στοιχεία που υπάρχουν σε βάσεις δεδομένων δημόσιων (π.χ. Υπουργεία, Δήμοι) και ιδιωτικών φορέων (π.χ. επιχειρήσεις). Επίσης, πληθώρα αυτών των δεδομένων μπορεί να βρεθεί και από το διαδίκτυο (Βασιλικοπούλου, Α. – Σιώμκος, Γ. 2005).

## 7.2 Μεθοδολογία Έρευνας και Ερωτηματολογίου

Οι ερευνητικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται στις επιστημονικές έρευνες διακρίνονται σε δύο μεγάλες και ευρείες κατηγορίες κατάταξης:

- ❖ Στις ποιοτικές μεθοδολογίες έρευνας (qualitative research methodologies), και
- ❖ Στις ποσοτικές μεθοδολογίες έρευνας (quantitative research methodologies).

Οι ποσοτικές αναλύουν την ποσότητα εμφάνισης του φαινομένου που εξετάζεται και οι ποιοτικές αναφέρονται στο είδος, στο συγκεκριμένο χαρακτήρα του φαινομένου. Και οι δύο μέθοδοι δίνουν τη δυνατότητα να προσεγγιστεί ένα ερευνητικό πεδίο, παράλληλα, όμως, έχουν σημαντικές διαφορές (Βασιλικοπούλου, Α. – Σιώμκος, Γ. 2005).

Η έρευνα της συγκεκριμένης εργασίας προτιμήθηκε να γίνει σύμφωνα με τις ποσοτικές μεθοδολογίες έρευνας. Η διαδικασία διεξαγωγής μιας ποσοτικής έρευνας ακολουθεί δύο διακριτά στάδια. Κατά το πρώτο, το στάδιο σχεδιασμού, διατυπώνονται οι σκοποί της έρευνας και προσδιορίζονται τα ζητούμενα βάσει της ανάπτυξης υποθέσεων εργασίας. Στη συνέχεια επιλέγεται η μέθοδος πραγματοποίησής της και σχεδιάζεται η βήμα προς βήμα υλοποίηση της έρευνας. Κατά το δεύτερο, το στάδιο υλοποίησης, συλλέγονται τα απαραίτητα στοιχεία, ακολουθεί η επεξεργασία και ανάλυση των δεδομένων που προκύπτουν και γίνεται η σύνθεσή τους και η διατύπωση των σχετικών συμπερασμάτων (Βασιλικοπούλου, Α. – Σιώμκος, Γ. 2005).

Σύμφωνα με την υπάρχουσα έρευνα αποφασίστηκε να χρησιμοποιηθεί το ερωτηματολόγιο ως το ερευνητικό εργαλείο για την αποτίμηση των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες στον εργασιακό χώρο και συγκεκριμένα σε μια ξενοδοχειακή μονάδα.

Το ερωτηματολόγιο μπορεί να είναι έντυπο ή ηλεκτρονικό και οι ερωτώμενοι καλούνται να αποτυπώσουν τις απαντήσεις και τις αντιδράσεις τους. Συνηθίζεται να δίνεται απευθείας στους ερωτώμενους και ο καθένας να τσεκάρει μόνος τις απαντήσεις του. Άλλες φορές πάλι ο ερευνητής σημειώνει τις απαντήσεις που το κάθε άτομο δίνει. Οι ερωτήσεις μπορεί να είναι κλειστού ή ανοιχτού τύπου, ανάλογα με το αν πρόκειται για ποσοτική ή ποιοτική έρευνα (Βασιλικοπούλου, Α. – Σιώμκος, Γ. 2005).

Βασικός σκοπός της έρευνας μας είναι η διερεύνηση των προβλημάτων κατά την γυναικεία απασχόληση στην τουριστική αγορά εργασίας αλλά και η επίλυση αυτών. Στην έρευνα αυτή μας βοήθησε η επιχείρηση «Lassi Hotel», στην περιοχή της Κεφαλονιάς. Η έρευνα απευθύνεται καθαρά μόνο στο γυναικείο φύλο, οπότε πραγματοποιήθηκε με τη διάθεση δομημένου ερωτηματολογίου στις εργαζόμενες (τόσο στις προϊστάμενες όσο και στο

προσωπικό όλων των τμημάτων του ξενοδοχείου) της υπό μελέτης ξενοδοχειακής μονάδας στη Κεφαλονιά, κατά το χρονικό διάστημα 21 με 29 Αυγούστου 2019. Συμπληρώθηκε απευθείας από τους ίδιους τους εργαζόμενους του ξενοδοχείου. Τέλος, σημειώνεται ότι το ποσοστό ανταπόκρισης του δείγματος ανέρχεται περίπου στο 60%, αφού έγινε διανομή 50 ερωτηματολογίων στους υπαλλήλους του ξενοδοχείου, από τα οποία συγκεντρώθηκαν για την έρευνα μόλις 30.

Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από δεκαέξι (16) ερωτήσεις εκ των οποίων οι περισσότερες είναι κλειστού τύπου. Αυτός ο τύπος ερωτήσεων είναι εκείνος που προσφέρεται καλύτερα για στατιστική ανάλυση ποσοτικής έρευνας. Στο πρώτο μέρος του ερωτηματολογίου οι ερωτήσεις σκοπό έχουν να διερευνήσουν το ηλικιακό φάσμα στο οποίο ανήκουν οι ερωτώμενοι, την οικογενειακή κατάσταση και την ύπαρξη παιδιών, το μορφωτικό επίπεδο, το εισόδημα αλλά και τις ώρες εργασίας. Οι επόμενες ερωτήσεις στοχεύουν στην συλλογή πληροφοριών για την αντιμετώπιση, τις δυσκολίες εισόδου καθώς και κατά την είσοδό τους στην τουριστική αγορά εργασίας αλλά και προτάσεις για την αντιμετώπιση των προβλημάτων αυτών.

Το κύριο πρόβλημα που αντιμετώπισα στο πλαίσιο της έρευνας ήταν πως προσέγγισα αρκετούς ξενοδοχειακούς οργανισμούς και έγινα αποδέκτης περισσότερων αρνητικών απαντήσεων. Επιπλέον, σε κάποιες άλλες περιπτώσεις, το αίτημά μου δεν βρήκε ανταπόκριση.

Σημαντικό είναι επίσης να αναφέρουμε πως τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την έρευνα αφορούν και εκφράζουν το δείγμα μας (30 άτομα).

### **7.3 Ερευνητικοί Στόχοι και Σκοποί Έρευνας**

Μέσω αυτής της έρευνας θα μάθουμε τις απόψεις, τις αντιλήψεις αλλά και θέσεις των ερωτηθέντων γυναικών ούτως ώστε να αντιληφθούμε τη σοβαρότητα του προβλήματος αλλά και το πώς εκείνες νιώθουν κατά την εργασία τους. Οι κυριότεροι ερευνητικοί στόχοι είναι οι εξής:

- ❖ Ισότητα ανάμεσα στα δύο φύλα
- ❖ Διακρίσεις μεταξύ ανδρών και γυναικών
- ❖ Καλύτερες αμειβόμενες θέσεις κατά φύλο
- ❖ Ισάξια αντιμετώπιση των δύο φύλων
- ❖ Παράγοντες επιρροής κατά την είσοδο των γυναικών στην αγορά εργασίας

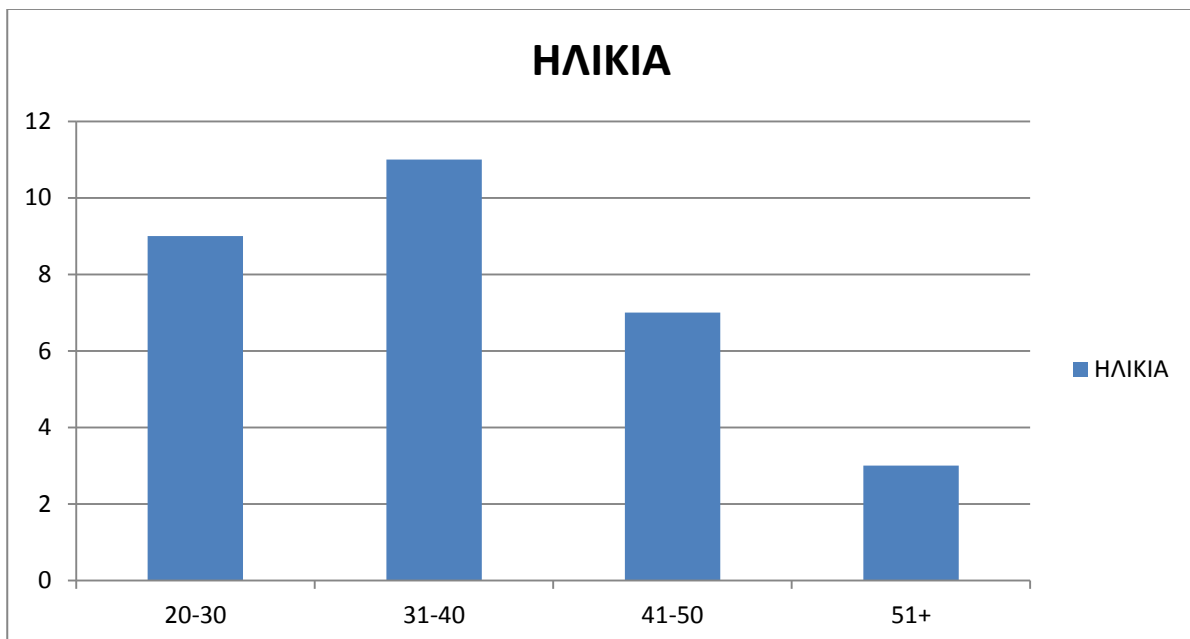
- ❖ Η μητρότητα ως εμπόδιο επαγγελματικής ανέλιξης των γυναικών
- ❖ Τα προβλήματα που μπορεί να αντιμετωπίζουν οι γυναίκες κατά την εργασία τους
- ❖ Αλλά και λύσεις - προτάσεις για την αντιμετώπιση των προβλημάτων στην καθημερινότητα των γυναικών

#### 7.4 Αποτελέσματα έρευνας

Αρχικά η ερώτηση για το φύλο έχει παραληφθεί αφού όπως ήδη αναφέρθηκε και νωρίτερα στην εργασία το ερωτηματολόγιο απευθύνεται καθαρά στο γυναικείο φύλο μιας και το θέμα της εργασίας είναι η γυάλινη οροφή και θελήσαμε να δούμε ποια είναι η γνώμη των γυναικών για τις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν κατά την είσοδό τους στον χώρο εργασίας.

##### 7.4.1 Ηλικία

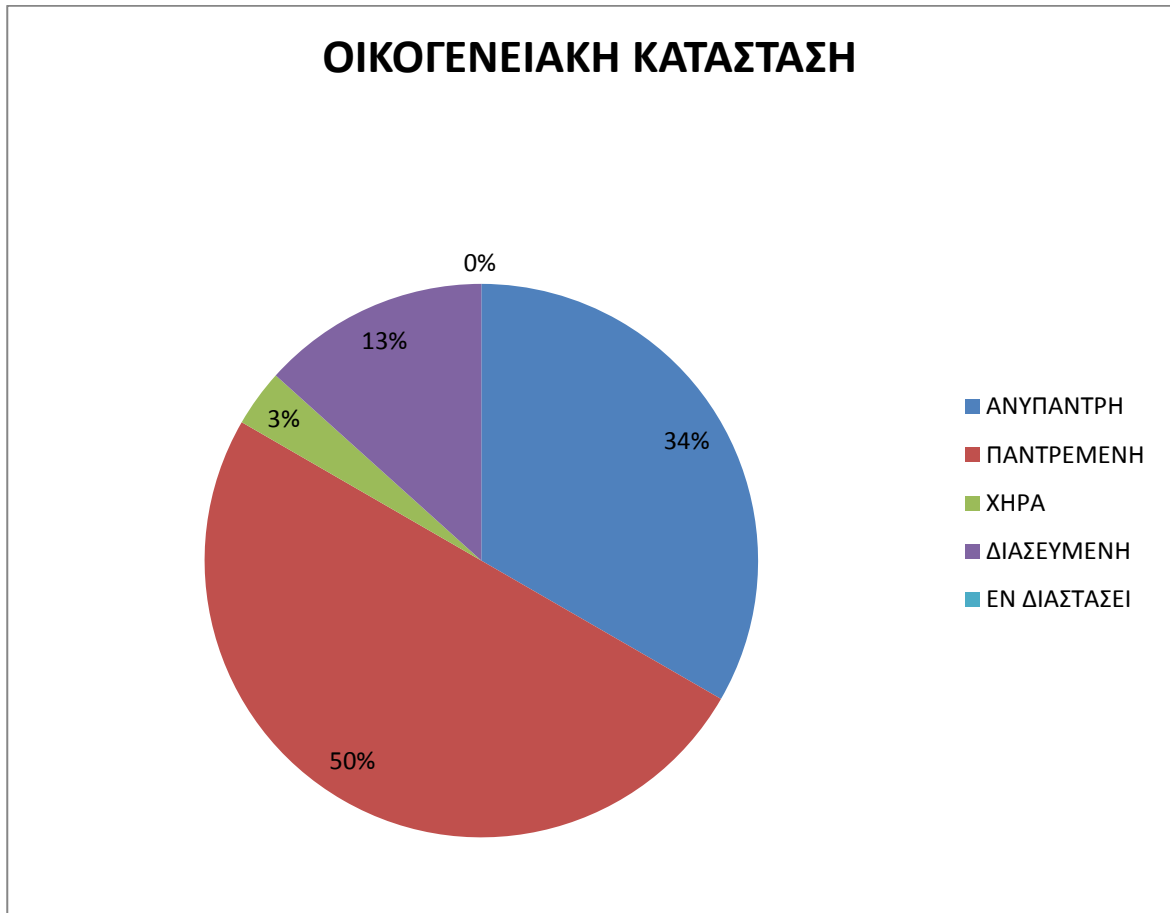
Η ηλικιακή κατανομή του δείγματος όπως παρουσιάζεται στο διάγραμμα 1 αναφέρει ότι το 30% είναι ηλικίας 20-30, το 37% ανήκει στο ηλικιακό εύρος 31-40, το 23% είναι 41-50 έτη και τέλος το 10% είναι 51+. Όπως προκύπτει από το συγκεκριμένο διάγραμμα μπορούμε να πούμε πως μεγάλος αριθμός του γυναικείου προσωπικού της ξενοδοχειακής μονάδας ανήκει στο μικρότερο ηλικιακό εύρος.



**Διάγραμμα 1: Ηλικιακό εύρος**

#### 7.4.2 Οικογενειακή κατάσταση

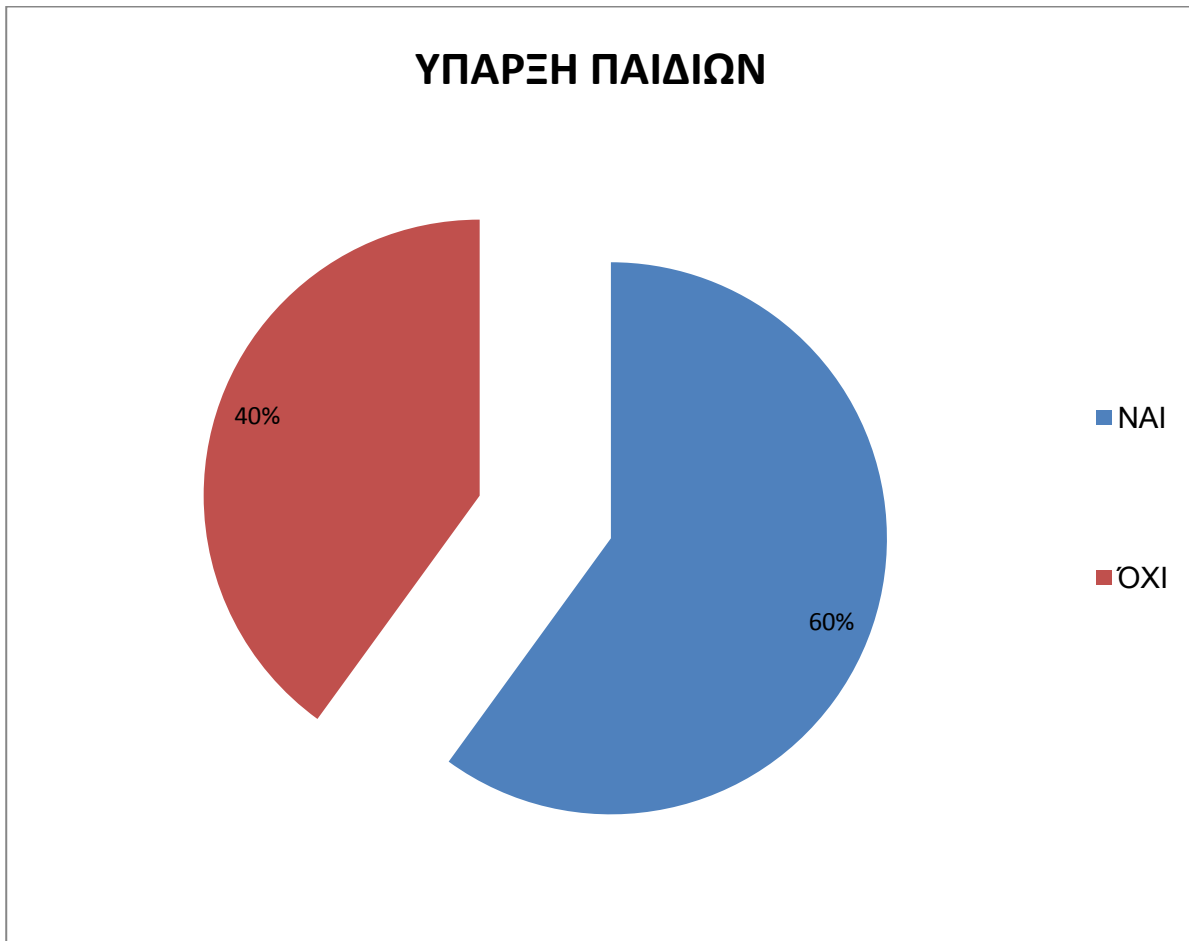
Στην έρευνα μας φαίνεται πως το 50% είναι έγγαμες, αφήνοντας το 34% να είναι άγαμες, ενώ το 13% είναι διαζευγμένες και το υπόλοιπο 3% που αντιστοιχεί σε μία υπάλληλο να είναι χήρα με το 0% να αντιστοιχεί στις εν διαστάσει που δεν αποτέλεσε επιλογή για καμία.



Διάγραμμα 2: Οικογενειακή κατάσταση

### 7.4.3 Ύπαρξη παιδιών

Στο 3<sup>ο</sup> διάγραμμα φαίνεται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό 60% ανήκει στις εργαζόμενες με παιδιά ενώ το υπόλοιπο 40% στις εργαζόμενες χωρίς παιδιά. Αν το συγκρίνουμε με το 2<sup>ο</sup> διάγραμμα φαίνεται πως δεν υπάρχει άγαμος που να έχει παιδιά.

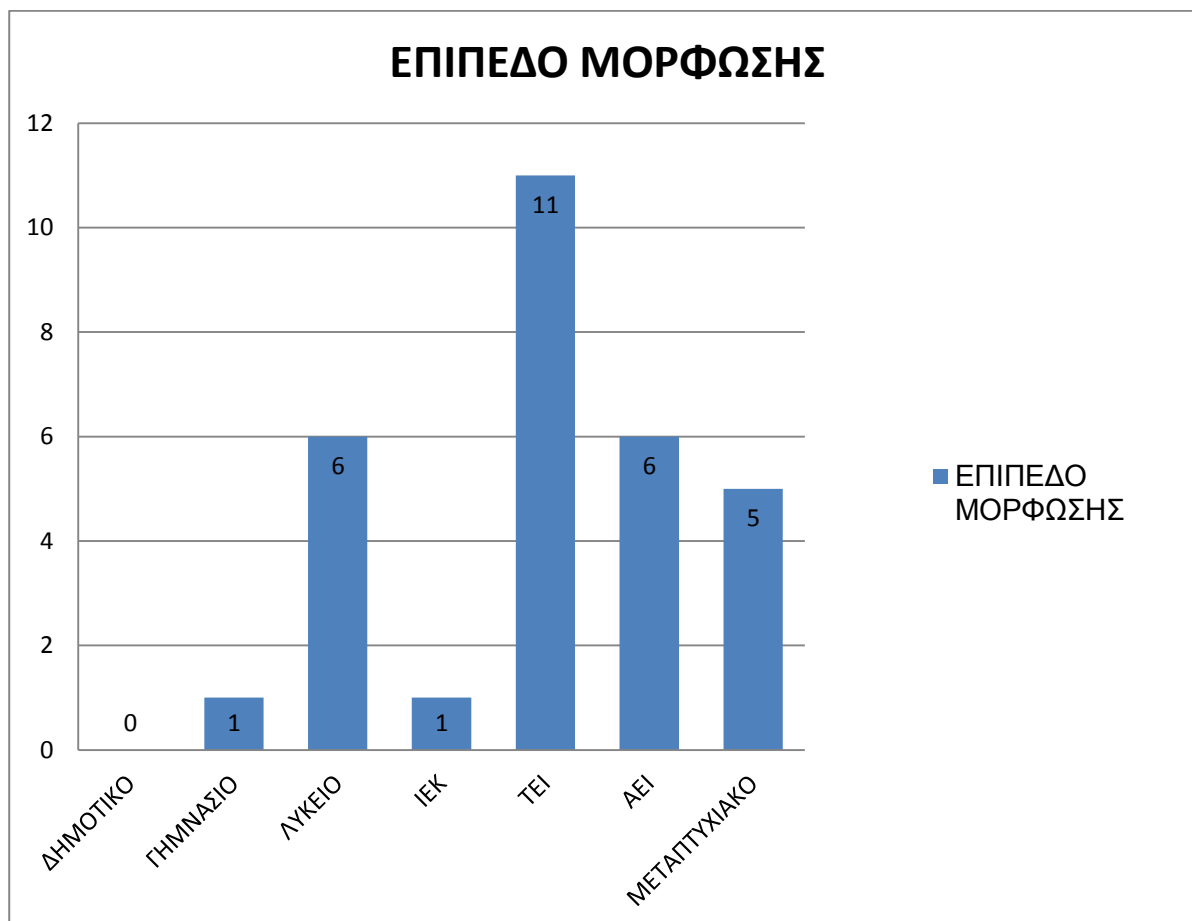


Διάγραμμα 3: Ύπαρξη παιδιών συμμετεχόντων στην έρευνα



#### 7.4.4 Μορφωτικό επίπεδο

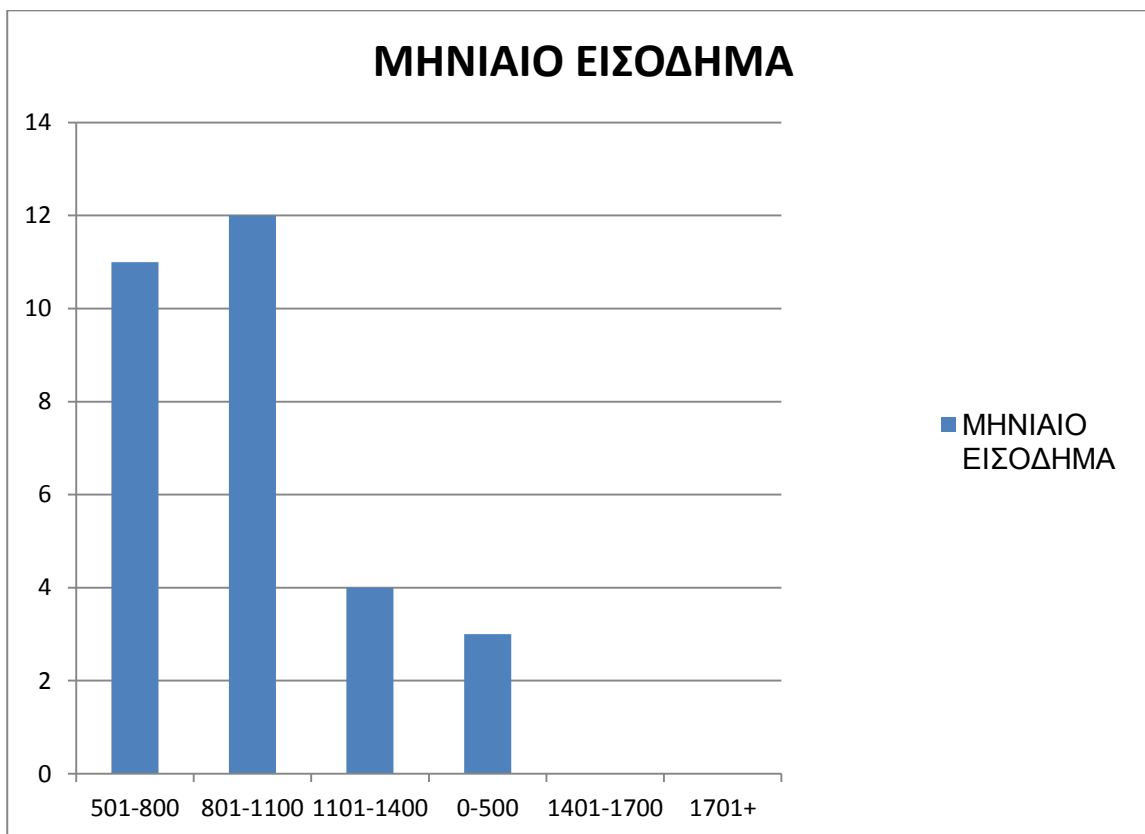
Στην έρευνα μας το 37% είναι απόφοιτες ΤΕΙ, 20% απόφοιτες ΑΕΙ, επίσης 20% απόφοιτες Λυκείου, το 17% ανήκει στις απόφοιτες Μεταπτυχιακού, ενώ μία (1) υπάλληλος είναι απόφοιτος Γυμνασίου και ακόμα μία (1) απόφοιτος ΙΕΚ, ενώ καμία δεν έδωσε την απάντηση για απόφοιτη Δημοτικού.



Διάγραμμα 4: Επίπεδο μόρφωσης

#### 7.4.5 Μηνιαίο μικτό εισόδημα

Στο διάγραμμα 5 φαίνεται το μηνιαίο εισόδημα των υπαλλήλων και όπως μπορούμε να δούμε το 40% όπου είναι και το μεγαλύτερο ποσοστό ανήκει μισθολογικά στα 801-1100, το 37% ανήκει στο 501-800 ενώ οι καλύτερα αμειβόμενοι είναι μόνο το 13% με μισθό από 1101 έως 1400 και τέλος οι λιγότερο καλά αμειβόμενοι στο 10% με μισθό έως 500.



**Διάγραμμα 5: Μηνιαίο εισόδημα**

#### 7.4.6 Ικανοποίηση μηνιαίου εισοδήματος

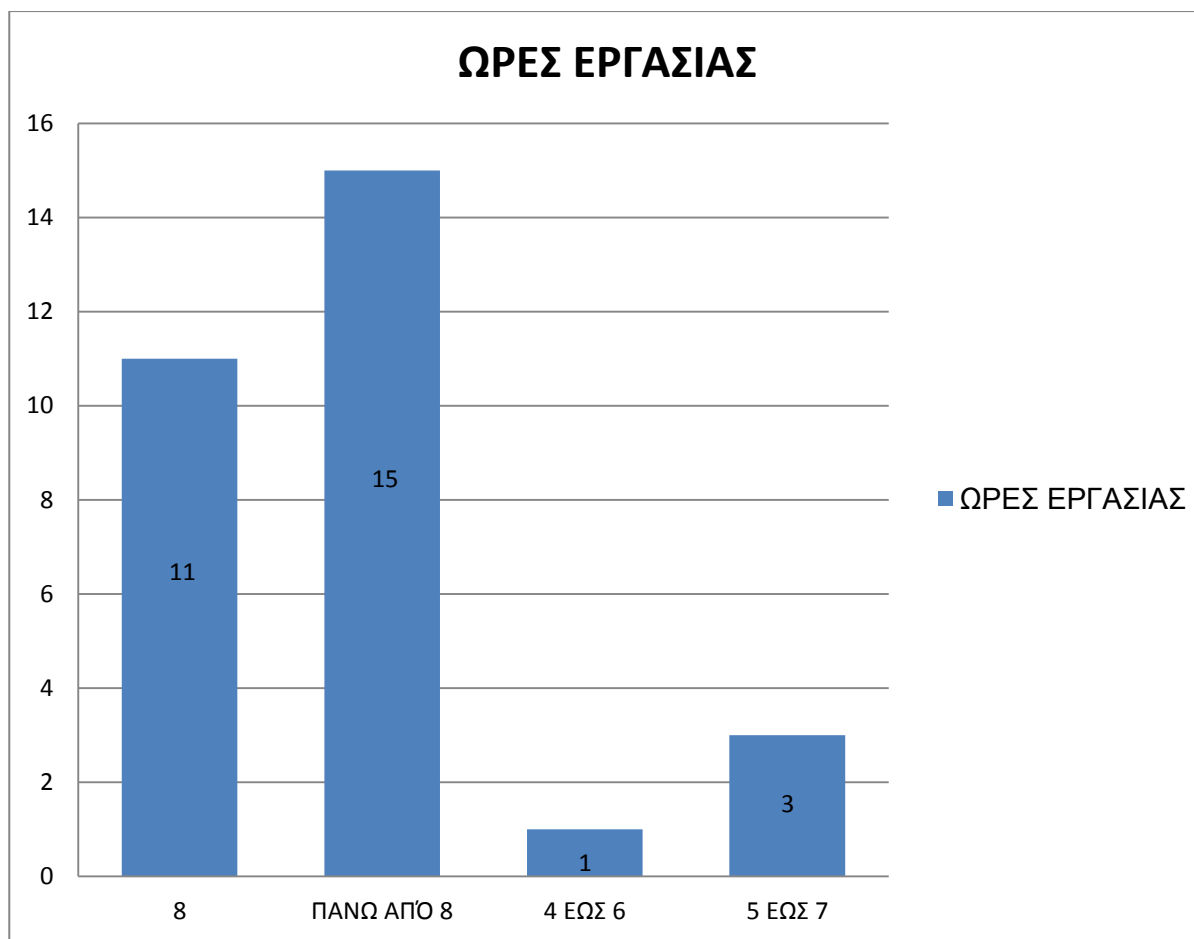
Όπως μπορούμε να διακρίνουμε στο διάγραμμα 6 οι περισσότεροι υπάλληλοι του ξενοδοχείου φαίνεται πως είναι μισθολογικά ικανοποιημένοι αφού το 67% έχει δώσει θετική απάντηση στην ερώτηση μας, ενώ το υπόλοιπο 33% όχι. Αυτό μπορεί να συγκριθεί και με το προηγούμενο διάγραμμα διότι το μεγαλύτερο ποσοστό ανήκε στους καλύτερα αμειβόμενους υπαλλήλους.



**Διάγραμμα 6: Ικανοποίηση εισοδήματος**

#### 7.4.7 Ημερήσιες ώρες εργασίας

Όπως μπορούμε να διακρίνουμε από το διάγραμμα 7 οι μισές από τις υπαλλήλους δουλεύουν πάνω από οκτώ ώρες αφού ανήκουν στο 50%, οι υπόλοιπες 11 στο 37% με οκτώ ώρες εργασίας, 3 από αυτές στο 10% με πέντε έως επτά ώρες εργασίας, ενώ μόνο μια απάντησε από τέσσερις έως έξι ώρες.

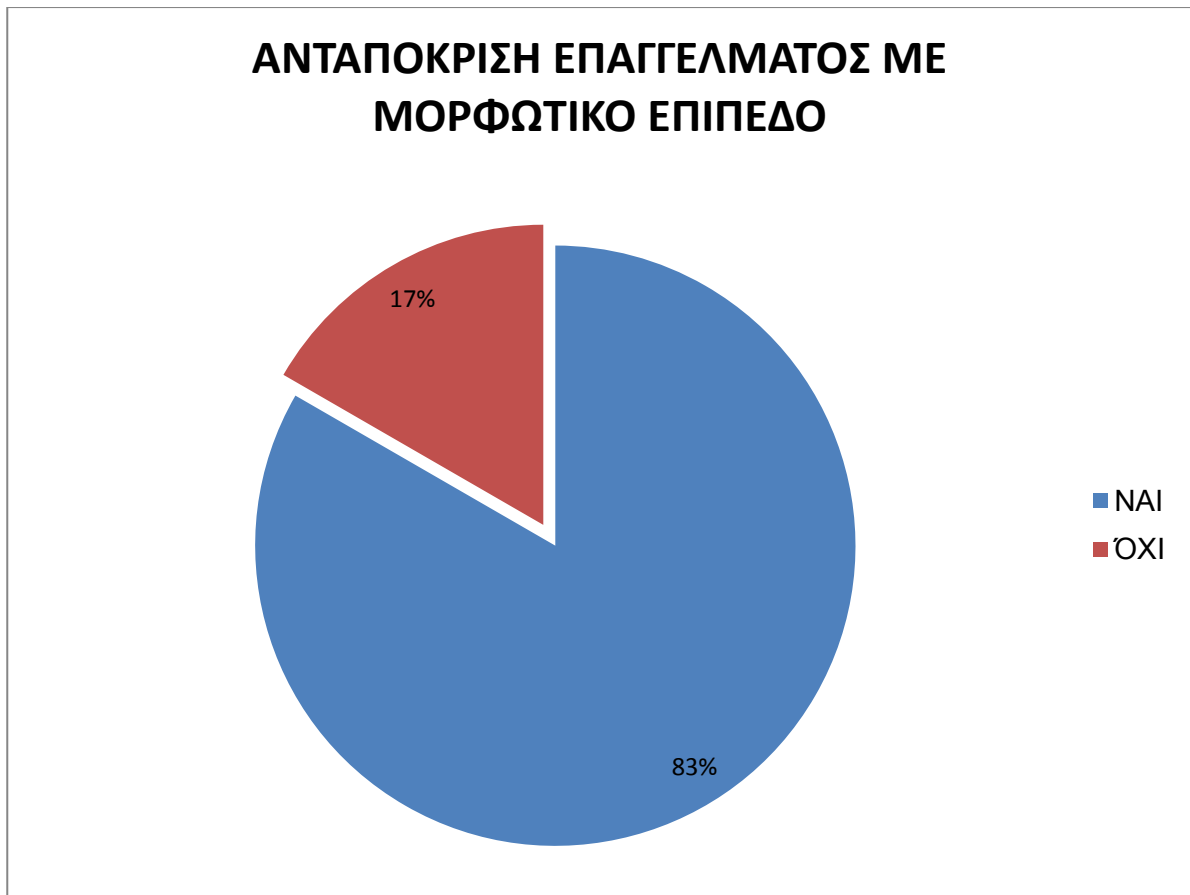


**Διάγραμμα 7: Ημερήσιες ώρες εργασίας**

#### **7.4.8: Ανταπόκριση επαγγέλματος με μορφωτικό επίπεδο**

Στο διάγραμμα 8 μπορούμε να συμπεράνουμε πως οι περισσότεροι υπάλληλοι θεωρούν πως το επάγγελμά τους ανταποκρίνεται με το μορφωτικό τους επίπεδο αφού το 83% των ερωτηθέντων έχει απαντήσει θετικά, πράγμα που σημαίνει πως εργάζονται στον τομέα τους ή έστω γύρω από αυτόν. Σε αντίθεση με το υπόλοιπο 17% που απάντησε αρνητικά στην ερώτησή μας.

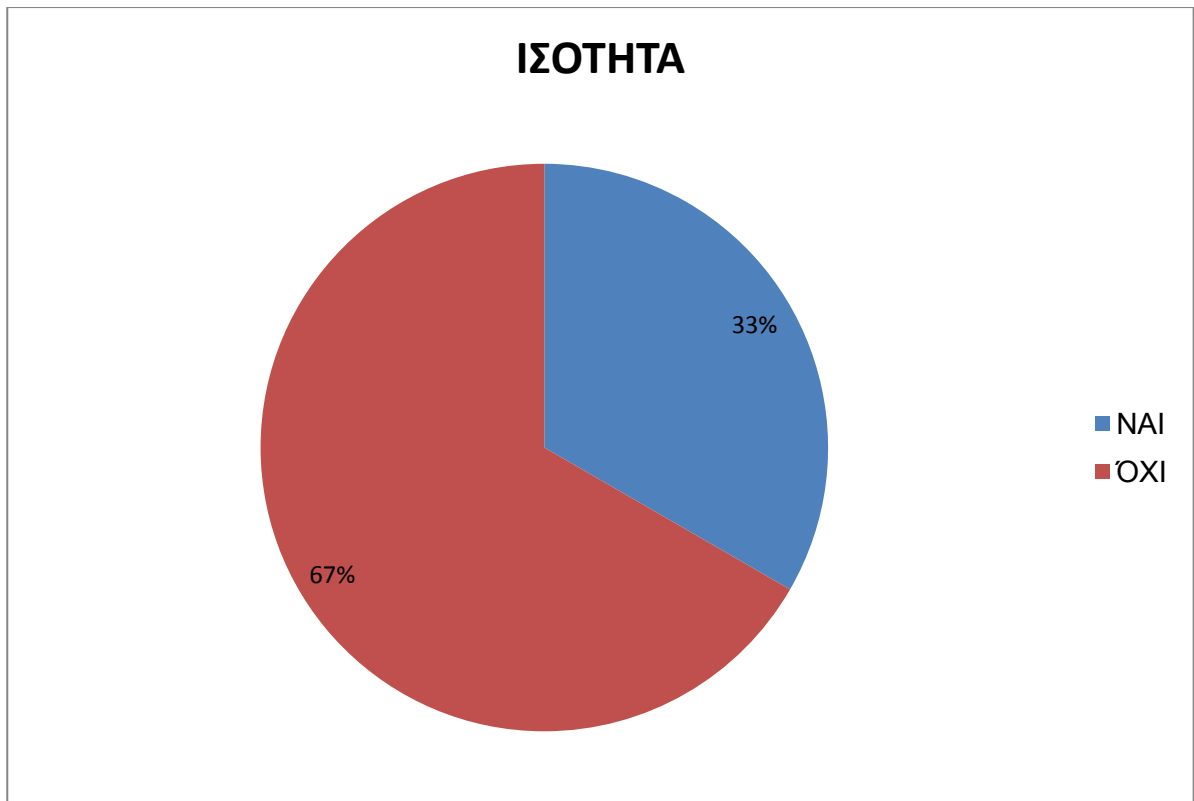
## ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ ΜΕ ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ



**Διάγραμμα 8: Ανταπόκριση επαγγέλματος με μορφωτικό επίπεδο**

### 7.4.9: Ισότητα μεταξύ των δύο φύλων

Στο διάγραμμα 9 φαίνεται ξεκάθαρα πως το μεγαλύτερο ποσοστό των γυναικών που εργάζονται στην συγκεκριμένη επιχείρηση θεωρούν πως δεν υπάρχει ισότητα μεταξύ ανδρών και γυναικών αφού το 67% αυτών απάντησε αρνητικά, ενώ το υπόλοιπο 33% θετικά υποστηρίζοντας πως υπάρχει ισότητα.

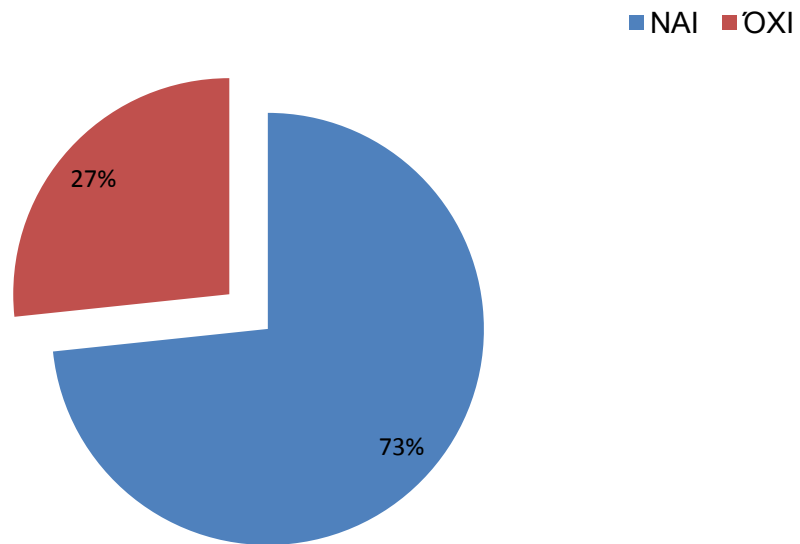


**Διάγραμμα 9: Ισότητα μεταξύ των δύο φύλων**

#### **7.4.10: Διακρίσεις μεταξύ ανδρών και γυναικών**

Το διάγραμμα 10 μας βοηθά να κατανοήσουμε πως οι περισσότερες από τις υπαλλήλους που κλίθηκαν να απαντήσουν στο ερωτηματολόγιο θεωρούν πως υπάρχουν διακρίσεις ανάμεσα στα δύο φύλα. Αφού το 73% απάντησε θετικά στην ερώτηση μας ενώ το υπόλοιπο 27% ανήκει σε εκείνες που απάντησαν αρνητικά.

## ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΜΕΤΑΞΥ ΑΝΔΡΩΝ ΚΑΙ ΓΥΝΑΙΚΩΝ



**Διάγραμμα 10: Διακρίσεις μεταξύ ανδρών και γυναικών**

### 7.4.11: Καλύτερα αμειβόμενες θέσεις εργασίας

Το διάγραμμα 11 έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον διότι απεικονίζει πως 18 από τις υπαλλήλους, δηλαδή το 60% απάντησαν πως οι καλύτερα αμειβόμενες θέσεις ανήκουν στους άνδρες και οι υπόλοιπες 12, το 40% πως ανήκουν κ στα δύο φύλα, ενώ καμία από αυτές δεν έδωσε την απάντηση «γυναίκες», πράγμα που σημαίνει πως καμία τους δεν πιστεύει πως στον εργασιακό χώρο οι καλύτερα αμειβόμενες θέσεις ανήκουν στο γυναικείο φύλο.

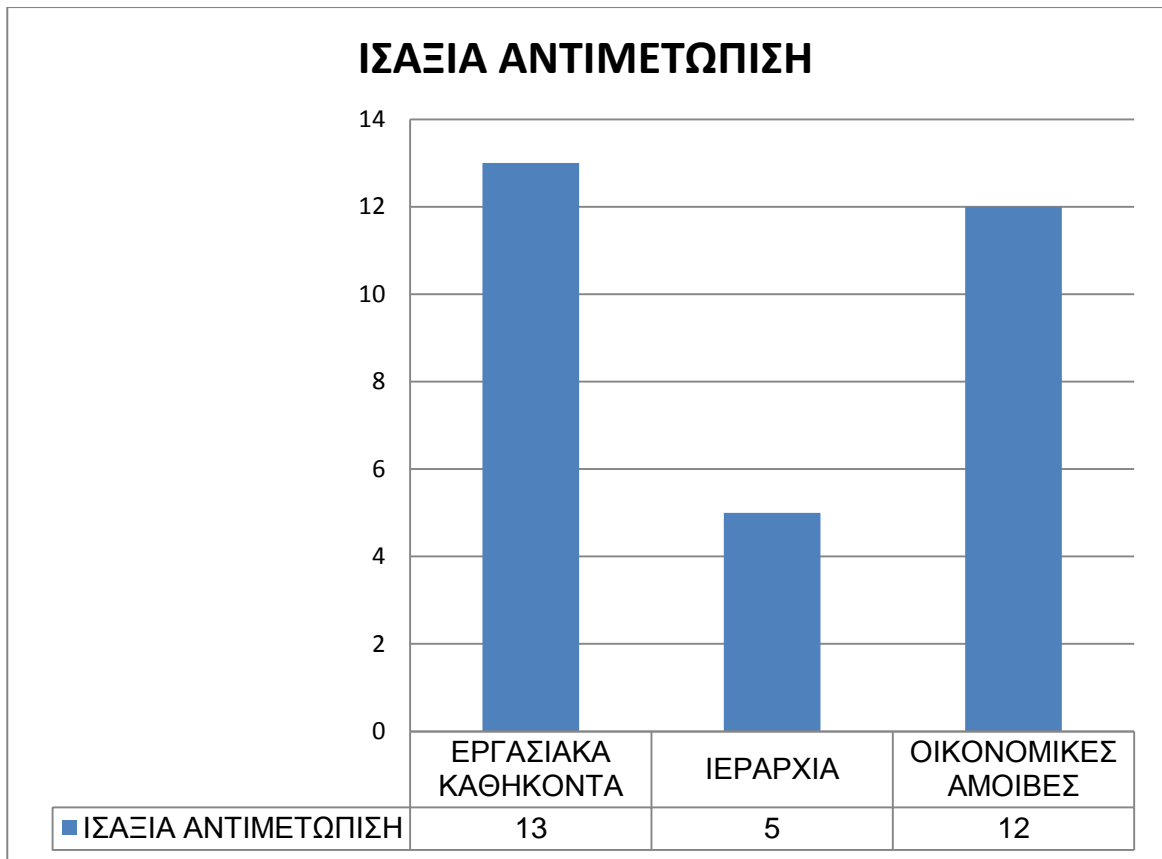


**Διάγραμμα 11: Καλύτερα αμειβόμενες θέσεις εργασίας**

#### 7.4.12: Ισάξια αντιμετώπιση με τους άνδρες στην αγορά εργασίας

Όπως μπορούμε να διακρίνουμε στο διάγραμμα 12 σχετικά με το τι πιστεύουν οι υπάλληλοι για την ισάξια αντιμετώπιση σχετικά με τους άνδρες στον εργασιακό χώρο, οι 13 από τις υπαλλήλους, το 43% απάντησαν πως λαμβάνουν ισάξια αντιμετώπιση στα εργασιακά καθήκοντα, 12 από αυτές, το 40% θεωρούν πως έχουν ισάξια αντιμετώπιση σχετικά με τις οικονομικές απολαβές ενώ 5 από αυτές, το 17% στην ιεραρχία.





**Διάγραμμα 12. Ισάξια αντιμετώπιση**

#### 7.4.13: Παράγοντες επιρροής εισόδου γυναίκας στην αγορά εργασίας

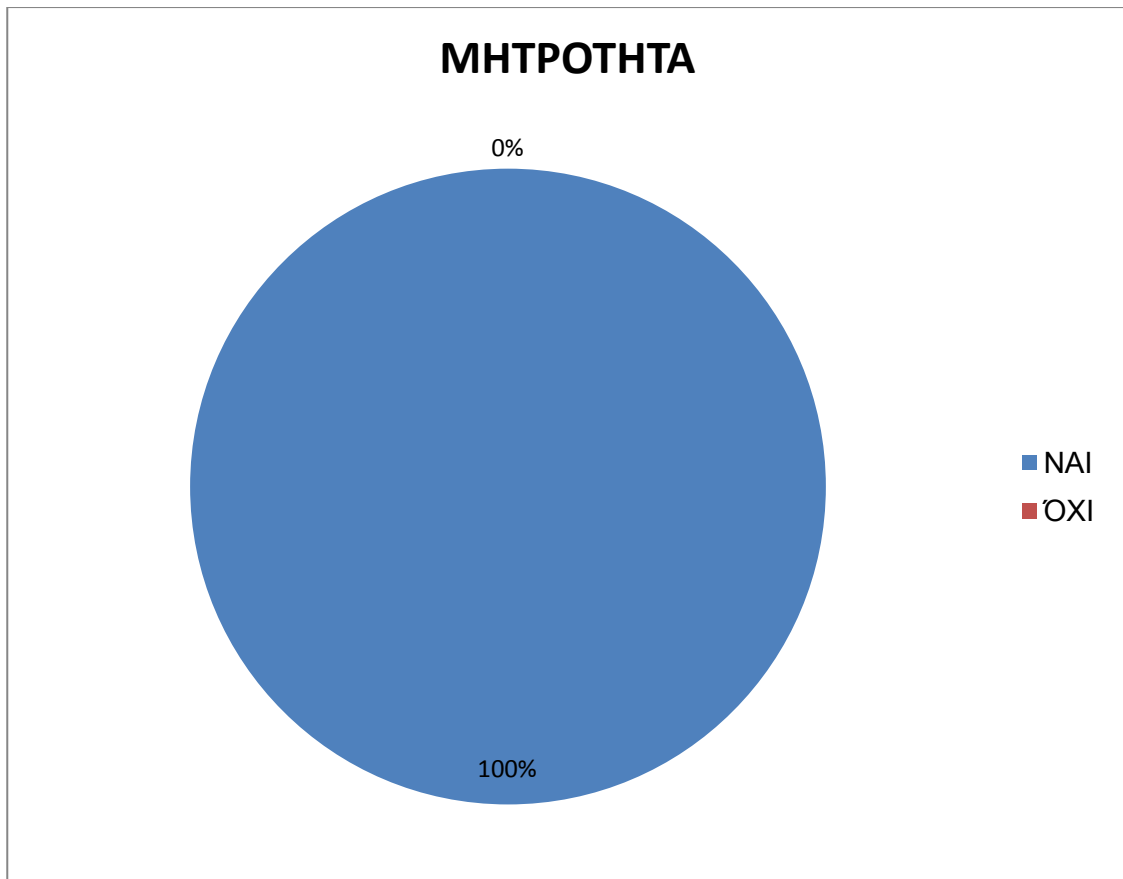
Στο 13<sup>ο</sup> διάγραμμα παρατηρούμε τους παράγοντες που πιστεύουν οι γυναίκες πως επηρεάζουν την είσοδο τους στην αγορά εργασίας. Το 37% των εργαζομένων θεωρούν πως ευθύνονται τα κοινωνικά στερεότυπα. Το 23% αυτών πιστεύουν πως ευθύνεται το μορφωτικό επίπεδο, το 20% πως ευθύνεται η οικογενειακή τους κατάσταση, το 13% απάντησε την νοοτροπία ενώ το υπόλοιπο 7% των εργαζομένων γυναικών θεωρεί πως ευθύνονται τα προσωπικά χαρακτηριστικά.



**Διάγραμμα 13. Παράγοντες επιρροής εισόδου στην αγορά εργασίας**

#### 7.4.14: Η μητρότητα ως εμπόδιο στην γυναικεία καριέρα

Τεράστιο ενδιαφέρον θα λέγαμε πως παρουσιάζει η απεικόνιση του διαγράμματος 14, αφού όλες οι απαντήσεις που πήραμε στην ερώτηση «αν η πιθανότητα μιας γυναίκας να γίνει μητέρα επηρεάζει την επαγγελματική της καριέρα», ήταν θετικές με αποτέλεσμα να αντιλαμβανόμαστε πως το 100% αυτών θεωρεί εμπόδιο την μητρότητα στην εργασία.



**Διάγραμμα 14. Μητρότητα**

#### **7.4.15: Προβλήματα στον εργασιακό χώρο**

Το παρακάτω διάγραμμα μας βοηθά να δούμε τα προβλήματα που μπορεί αντιμετωπίζουν οι εργαζόμενες στον εργασιακό τους χώρο. Όπως φαίνεται το μεγαλύτερο ποσοστό που ανήκει στο 47% έχει δώσει την απάντηση για μειωμένες αποδοχές, έπειτα υπάρχει ένα 17% που υποστηρίζει πως μοιράζεται το γραφείο του με άλλους συναδέλφους και όπως φαίνεται αυτό δεν είναι θετικό, ένα άλλο 17% υποστηρίζει τη μη συνεργασία με τους συναδέλφους, το υπόλοιπο 17% δεν είναι ικανοποιημένο από την παροχή των αδειών που δίνονται, ενώ τέλος ένα μικρό ποσοστό αυτό του 3% που σημαίνει πως ανήκει σε μία υπάλληλο, εκφράζει την άσχημη αντιμετώπιση της από τους συναδέλφους της.

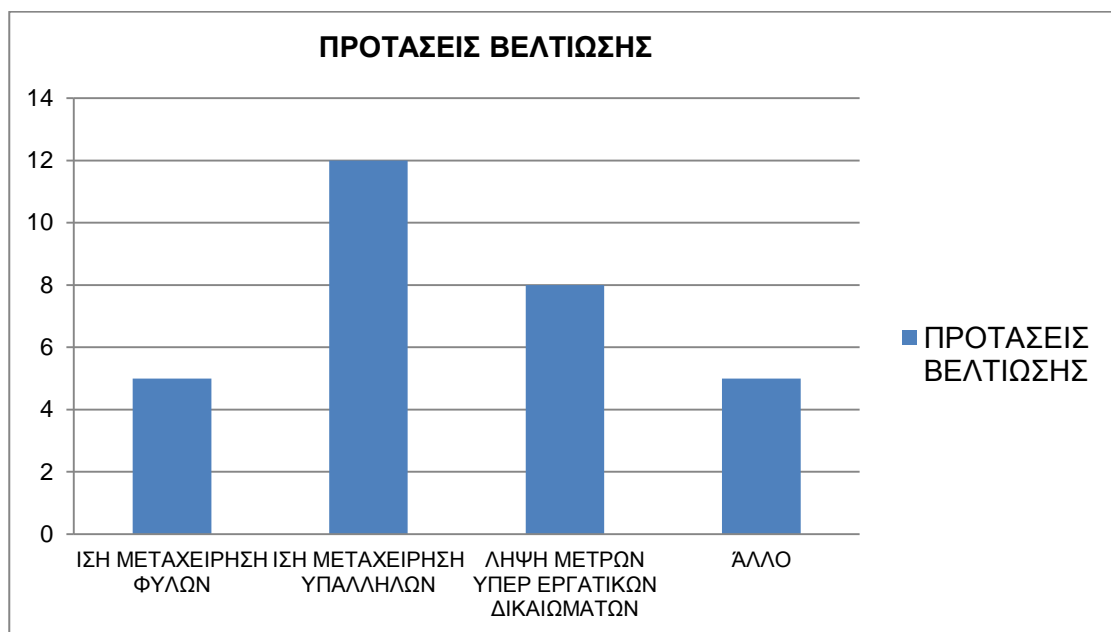


**Διάγραμμα 15. Προβλήματα στον εργασιακό χώρο**

#### 7.4.16: Προτάσεις βελτίωσης

Το διάγραμμα 16 απεικονίζει την τελευταία μας ερώτηση στην πρωτογενή έρευνα, η οποία είναι και μια από τις πιο σημαντικές αφού προτείνονται προτάσεις βελτίωσης στην καθημερινότητα των εργαζομένων στον εργασιακό τους χώρο. Όπως φαίνεται από το διάγραμμα μας, το μεγαλύτερο ποσοστό, το 40% προτείνει ίση μεταχείριση μεταξύ των υπαλλήλων, το 27% προτείνει να υπάρχει λήψη μέτρων υπέρ των εργατικών δικαιωμάτων των υπαλλήλων, το 17% προτείνει ίση μεταχείριση μεταξύ των δύο φύλων, ενώ το υπόλοιπο 17% έχει επιλέξει να απαντήσει στο επίπεδο άλλο προτείνοντας δικές τους λύσεις και προτάσεις. Κάποιες από τις οποίες με βάση τα ερωτηματολόγια τα οποία έφτασαν στα χέρια μας ήταν μεταξύ άλλων:

- ✓ η σωστή αντιμετώπιση προς τους υπαλλήλους,
- ✓ η πληρωμή των υπερωριών,
- ✓ ο σωστός έλεγχος των επιχειρήσεων, μεγαλύτεροι μισθοί,
- ✓ μεγαλύτερες αποδοχές ανάλογες της μόρφωσης και των ικανοτήτων του υπαλλήλου
- ✓ περισσότερες μέρες άδειας σχετικά με τις ώρες και μέρες εργασίας του υπαλλήλου
- ✓ καλύτερες απολαβές



**Διάγραμμα 16. Προτάσεις βελτίωσης**

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Το φαινόμενο της γυάλινης οροφής είναι ένας όρος που χρησιμοποιείται και αρκετές δεκαετίες και αναφέρεται στα αόρατα εμπόδια που συναντούν οι γυναίκες που επιδιώκουν να ανέβουν σκαλοπάτια στις οργανωτικές ιεραρχίες (Powell, 2002). Στα πλαίσια της παρούσας εργασίας γίνεται έρευνα για την γυναικεία εκπροσώπηση ως έκφραση άνισης μεταχείρισης στον χώρο εργασίας μιας ξενοδοχειακής μονάδας.

Έπειτα από την επεξεργασία του ερευνητικού μέρους της εργασίας παρουσιάζονται κάποιοι ερευνητικοί στόχοι όπως η ανισότητα των δύο φύλων, παράγοντες που θεωρούνται εμπόδιο στην καριέρα των γυναικών αλλά και η μητρότητα. Όπως αναφέρεται και παραπάνω στην βιβλιογραφία το φαινόμενο της γυάλινης οροφής έχει απασχολήσει πολλούς ερευνητές. Βασισμένη σ' αυτό η παρούσα ερευνητική μελέτη πραγματοποιήθηκε με στόχο την καταγραφή των απόψεων των εργαζομένων του ξενοδοχείου και επικεντρώθηκε καθαρά στις γυναίκες εργαζόμενες.

Αναλυτικότερα ως προς τα χαρακτηριστικά του δείγματος των εργαζομένων-ερωτηθέντων γυναικών, οι ηλικίες τους κυμαίνονται <30 έως και 51. Η πλειοψηφία των εργαζομένων είναι έγγαμες και το 60% αυτών έχουν παιδιά. Όσον αφορά το εκπαιδευτικό υπόβαθρο των εργαζομένων, η πλειοψηφία αυτών έχουν αποφοιτήσει από ΤΕΙ-ΑΕΙ, ενώ κάποιες υποστηρίζουν πως έχουν και τίτλο μεταπτυχιακών σπουδών (17%). Επίσης, η πλειοψηφία των εργαζομένων του ξενοδοχείου ανήκουν σε ικανοποιητικό μισθολογικό επίπεδο καθώς και το 67% αυτών αναφέρει πως είναι ικανοποιημένοι από το μισθό τους ενώ το 33% αυτών όχι. Ακόμη το 83% των εργαζομένων πιστεύουν πως το επάγγελμα το οποίο ασκούν ανταποκρίνεται στο επίπεδο μόρφωσής τους, καθώς και οι μισοί εξ αυτών απάντησαν πως δουλεύουν πάνω από οκτώ ώρες, ενώ το υπόλοιπο 50% εντάσσεται στις οκτώ ώρες και λιγότερες αυτού.

Στην συνέχεια παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας και τα συμπεράσματα που προκύπτουν από τις πιο βασικές ερωτήσεις που έγιναν με την χρήση του ερωτηματολογίου και θα τις συγκρίνουμε με την δευτερογενή έρευνα που έχουμε κάνει παραπάνω.

Ας χωρίσουμε το υπόλοιπο ερευνητικό μέρος του ερωτηματολογίου μας σε δύο μέρη. Το πρώτο μέρος αφορά την γνώμη που έχουν οι γυναίκες οι οποίες εργάζονται στην ξενοδοχειακή επιχείρηση σε σχέση με την αντιμετώπιση τους με τους άνδρες και ποιοι είναι οι λόγοι που γίνεται χρήση της γυάλινης οροφής, ενώ στο δεύτερο στάδιο προσπαθούν να δώσουν λύσεις ώστε να σταματήσει αυτό το φαινόμενο. Εδώ θα δούμε αν έχουμε κοινά στοιχεία με την έρευνα που κάναμε εμείς σε πρώτο στάδιο, την δευτερογενή έρευνα.

Αρχικά στο πρώτο μέρος από τις απαντήσεις που έδωσαν οι γυναίκες φαίνεται πως θεωρούν πως δεν υπάρχει ισότητα ανάμεσα στα δύο φύλα, αφού το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών το 67% έδωσε αυτή την απάντηση. Επίσης, πιστεύουν πως υπάρχουν διακρίσεις ανάμεσα σε εκείνες και τους άνδρες εργαζομένους στην επιχείρηση, αφού το 73% έδωσε θετική απάντηση στην ερώτησή μας. Καθώς επίσης και πως τις καλύτερα αμειβόμενες θέσεις τις κατέχουν οι άνδρες με το 60% των ερωτηθέντων να το υποστηρίζουν.

Μέσα από την έρευνα μας γίνεται επίσης έλεγχος για την ύπαρξη στερεοτυπικών αντιλήψεων που προκαλούν εμπόδια στην είσοδο και την ανέλιξη των γυναικών σε

διοικητικές θέσεις, μερικά από τα οποία όπως οι ίδιες υποτρίζουν είναι τα κοινωνικά στερεότυπα, το μορφωτικό επίπεδο καθώς και η οικογενειακή κατάσταση έτσι φαίνεται πως υπάρχουν επιπτώσεις με την παρουσία της γυάλινης οροφής. Εξίσου σημαντική ήταν και η απάντηση που έδωσαν οι ερωτηθέντες σχετικά με την μητρότητα ως εμπόδιο στην ένταξη και την εξέλιξη της γυναικείας εργασίας. Οι απαντήσεις που δόθηκαν ήταν θετικές στο 100%, που σημαίνει πως όλες οι εργαζόμενες γυναίκες της επιχείρησης θεωρούν την μητρότητα ως εμπόδιο. Όπως αναφέρθηκε και στο 5<sup>ο</sup> κεφάλαιο της εργασίας μας οι όροι εργαζόμενη και μητέρα είναι δύο συγκρουόμενοι όροι, πράγμα που σημαίνει πως οι εργαζόμενες μητέρες αντιμετωπίζουν όπως φαίνεται προβλήματα κατά την εργασία τους αλλά και κατά την είσοδο τους σε αυτήν. Στο δεύτερο μέρος της έρευνας μας έχει ζητηθεί από τις γυναίκες ερωτηθείσες να δώσουν λύσεις και προτάσεις βελτίωσης του φαινομένου, είτε επιλέγοντας μια ή περισσότερες από τις επιλογές που εμείς δίναμε είτε να εκφράσουν δικές τους. Από τα αποτελέσματα που πήραμε φαίνεται πως προτείνουν ίση μεταχείριση μεταξύ των δύο φύλων, θέσεις οι οποίες να αρμόζουν στο μορφωτικό τους επίπεδο, ίσες ευκαιρίες ανάμεσα στους εργαζομένους και καλύτερο έλεγχο των επιχειρήσεων από εξωτερικούς παράγοντες για τυχόν αδικίες και διακρίσεις στις διοικητικές θέσεις.

Καθότι η έρευνα μας έχει μικρή εμβέλεια, τα συμπεράσματα που παίρνουμε από αυτήν δεν μπορούμε να τα γενικεύσουμε, έτσι στην προσπάθεια της ερμηνείας τους ακολουθεί και η συσχέτιση με την βιβλιογραφία. Σύμφωνα με την παραπάνω παρουσίαση και ανάλυση των αποτελεσμάτων των ερωτηματολογίων που ελέχθησαν συμπεραίνουμε ότι στην συγκεκριμένη ξενοδοχειακή μονάδα οι γυναίκες πιστεύουν πως υπάρχουν διακρίσεις ανάμεσα σε εκείνες και τους άνδρες εργαζομένους και πως ακόμη δεν έχουν ισάξια αντιμετώπιση στην ιεραρχία, δεν υπάρχει αποδοχή των γυναικών για τις διοικητικές θέσεις. Συμπερασματικά, μπορεί να συγκριθεί με την βιβλιογραφία και την καταγραφεί του επαγγελματικού διαχωρισμού που υποστηρίζει ο (Ντερμανάκης, 2004), δηλαδή η συγκέντρωση των ανδρών και των γυναικών σε διαφορετικά τμήματα.

Οι στερεοτυπικές αντιλήψεις περί φύλου και ηγεσίας ακολουθούν την βιβλιογραφία εδώ και αρκετές δεκαετίες. Υπάρχει η άποψη ότι η ηγεσία αναφέρεται στο ανδρικό φύλο, οπότε και τίθενται κυρίως ανδρικά κριτήρια ως προς την έννοια αυτή. Φαντάζει αρκετά δύσκολο να ενσωματωθεί η γυναικεία υπόσταση στον τομέα αυτό (Lipman & Blumen, 1992). Παράλληλα, το διοικητικό στερεότυπο όπου ο ανώτερος είναι και απαραίτητα άνδρας ακολουθεί επίσης χρόνια της θέσης ηγεσίας σε οργανισμούς, ομίλους, επιχειρήσεις. Στην περίπτωση της δικής μας έρευνας φαίνεται να υπάρχουν βασικές στερεοτυπικές αντιλήψεις μεταξύ των εργαζομένων της ξενοδοχειακής μονάδας, και αυτό ίσως δικαιολογείται για τον λόγο ότι η έρευνα μας θέλαμε να επικεντρωθεί καθαρά στον γυναικείο πληθυσμό του ξενοδοχείου και ίσως να ήταν λίγες εκείνες που βρίσκονταν σε ανώτερες θέσεις.

Τέλος, μπορούμε να πούμε πως φαίνεται να υπάρχει πλήρη γνώση του φαινομένου της γυάλινης οροφής από τις εργαζόμενες της επιχείρησης μέσα από τις απαντήσεις που έχουμε λάβει. Το φαινόμενο της γυάλινης οροφής ορίζεται και φαίνεται να δυσκολεύει τους εργαζομένους. Στην παρούσα επιχείρηση λοιπόν καταγράφονται αρνητικές απόψεις ως προς την ισότητα, τα ίσα δικαιώματα, την ίση αντιμετώπιση των δύο φύλων στον τομέα της ηγεσίας αλλά και την δυσκολία λόγω της μητρότητας, τα γενικά συμπεράσματα καταλήγουν πως το μεγαλύτερο μέρος των γυναικών εργαζομένων υποστηρίζουν το φαινόμενο αυτό.

Σύμφωνα με στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Φόρουμ (2011) , η χώρα μας είναι στις τελευταίες θέσεις μεταξύ των χωρών της Ε.Ε και χαμηλά επί του συνόλου των χωρών που

συμμετείχαν αναφορικά με τις ίσες ευκαιρίες ανάμεσα στα δύο φύλα και την συμμετοχή των γυναικών στην οικονομία, πιο συγκεκριμένα στην 56<sup>η</sup> θέση από τις 135 χώρες. Παράλληλα, οι εταιρίες που διοικούνται από γυναίκες φέρουν καλύτερα αποτελέσματα σε επίπεδα κερδοφορίας και ρευστότητας μέσα από ένα δείγμα επιχειρήσεων σε έρευνα της ICAP (2012-2013).

Η έρευνα αυτής της εργασίας εξετάζει την άποψη των εργαζομένων γυναικών μιας ξενοδοχειακής μονάδας σχετικά με το φαινόμενο της γυάλινης οροφής εντός της επιχείρησης από την πλευρά των εργαζομένων και αναφορικά με θέσεις και τις διακρίσεις στην εργασία. Τα αποτελέσματα της έρευνας παρουσίασαν μια διαφοροποίηση ανάμεσα στα δύο φύλα ως προς τις ανάγκες και τις διοικητικές θέσεις εντός της επιχείρησης. Σύμφωνα λοιπόν με την τάση της παγκοσμιοποίησης, είναι σημαντικό να δοθεί μεγαλύτερη προσοχή στην παραγωγικότητα των γυναικών ως ανθρώπινο πόρο, ώστε να αυξηθεί η πνευματική βάση του συνόλου των εργαζομένων προκειμένου να δημιουργούνται έμπειροι, επαρκείς, ικανοί και πιστοί managers ανεξαρτήτου φύλου.

Οι οργανισμοί και οι επιχειρήσεις θα πρέπει να κατανοήσουν το μέγεθος και τη σημασία του φαινομένου της γυάλινης οροφής και να παρέχουν προγράμματα ευαισθητοποίησης των υπαλλήλων τους σχετικά με το φαινόμενο αυτό και την εξάλειψή του. Οι πρακτικές που διευκολύνουν την ισότητα των δύο φύλων και την αφαίρεση της ύπαρξης του φαινομένου της γυάλινης οροφής, μπορεί να αυξάνει το κόστος ενός οργανισμού παρόλα αυτά μακροπρόθεσμα οι επαγγελματίες θα υπερβαίνουν σε μεγάλο βαθμό τα μειονεκτήματα αυτά. Όσο καλύτερα αντιμετωπίζεται ένας εργαζόμενος σε μια επιχείρηση, τόσο μεγαλύτερα θα είναι τα κέρδη αλλά και η παραγωγικότητα εντός του οργανισμού. Αυτά μπορούν να επιτευχθούν με ικανοποιημένους υπαλλήλους από την δουλειά τους, γεγονός που βελτιώνει την απόδοση των εργαζομένων αλλά τελικώς και την απόδοση του οργανισμού ή της επιχείρησης στο σύνολο της.



## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

### **Ελληνική βιβλιογραφία:**

- 2 Β. Γαλάνη – Μουτάφη, (2002). «Έρευνες για τον τουρισμό στην Ελλάδα και την Κύπρο».
- 3 Κασιμάτη, Κ., Μ. Θανοπούλου, Π. Τσάρτας. 1995. «Η Γυναικεία Απασχόληση στον Τουριστικό Τομέα: Διερεύνηση της Αγοράς Εργασίας και Επισήμανση Προοπτικών. Αθήνα: Κέντρο Κοινωνικής Μορφολογίας και Κοινωνικής Πολιτικής».
- 4 Λ. Μ. Μουσούρου, (2005). «Γυναίκα και απασχόληση».
- 5 Μ. Βακόλα & Ε. Αποσπύρη, (2007). «Γυναίκες και Διοίκηση Επιχειρήσεων».
- 6 Μ. Στρατηγάκη, (2005). «Επιχειρηματικότητα γυναικών».
- 7 Μ. Στρατηγάκη, (2006). «Πολιτικές για την ισότητα των φύλων στην Ελλάδα».
- 8 Ν. Ντερμανάκης, (2004). «Το Εύρος της Γυάλινης Οροφής σε Επιλεγμένους Κλάδους στην Ελλάδα».
- 9 Σ. Σκορδίλη, (2005). Στο Στρατηγάκη, Μ. (επιμ.) «Επιχειρηματικότητα Γυναικών: Όψεις Ιδιοκτησίας και Διοίκησης».
- 10 Σιώμκος Ι. Γεώργιος, Βασιλικοπούλου Ι. Αικατερίνη (2005) «Εφαρμογή μεθόδων ανάλυσης στην έρευνα αγοράς».
- 11 Τ. Δουλκέρη , (1994). «Ισότητα των φύλων στις εργασιακές σχέσεις».

### **Ξένη βιβλιογραφία:**

- 12 Athena Petraki Kottis, (1993), "WOMEN IN MANAGEMENT: THE "GLASS CEILING" AND HOW TO BREAK IT".
- 13 Athena Petraki Kottis, (1996) "Women in management and the glass ceiling in Greece: an empirical investigation".

- 14 Galani-Moutafi, Vasiliki, «From Agriculture to Tourism: Property, Labor, Gender and Kinship in a Greek Island Village,» (Part One) , 1993
- 15 Galani-Moutafi, Vasiliki, «From Agriculture to Tourism: Property, Labor, Gender and Kinship in a Greek Island Village,» (Part Two), 1994
- 16 Castelberg-Koulma, M. 1991. «Greek women and tourism. Women's co-operatives as an alternative form of organization'. Στο N. Redclift & M. T. Sinclair (επιμ.), Working Women. International perspectives on labour and gender ideology. London: Routledge».
- 17 Kousis, M. 1989. «Tourism and the Family in a Rural Cretan Community'. Annals of Tourism Research» 16 (3): 318-332.
- 18 Powell G. Butterfield D. & Parent J., «Gender and managerial stereotypes: Have the times Changed?», Journal of management, 2002
- 19 Stott, M. A. 1982. «The Social and Economic Structure of the Greek Island of Mykonos» 1860- 1978: An Anthropological Perspective. Unpublished Ph.D. Thesis. University of London:London School of Economics and Political Science
- 20 Scott, J. 1997. «Chances and Choices. Women and tourism in Northern Cyprus» Στο M. T. Sinclair (επιμ.), Gender, Work and tourism. London: Routledge.
- 21 Schwartz N. Felice (1989) «Management Women and the New Facts of life"».

#### **Επιστημονικά άρθρα:**

- 22 Debra Meyerson, Joyce K. Fletcher (2000), "A Modest Manifesto for Shattering the Glass Ceiling "
- 23 M. Alvesson & Berg (1992). Critical Management Studies.
- 24 Black, Gregerson, Mendenhall, & Stroh, (1999).
- 25 Caligiuri, P.M., & Tung, R.L. (1999). Male and female expatriates' success in masculine and feminine countries. International Journal of Human Resource Management, 10, 763–782.

- 26 I. Padavic and B. Reskin (2002). Women and Men at Work, 50-51.
- 27 Barreto, M., Ryan, M. K., & Schmitt, M. T. (Eds.). (2009). Psychology of women book series. The glass ceiling in the 21st century: Understanding barriers to gender equality. Washington, DC, US: American Psychological Association.
- 28 David A. Cotter, Joan M. Hermsen, Seth Ovadia (2001). The Glass Ceiling Effect.
- 29 Dingell, John D.; Maloney, Carolyn B. (2002). A New Look through the Glass Ceiling: Where Are the Women? The Status of Women in Management in Ten Selected Industries.
- 30 Sonia Liff & Kate Ward (2001). Distorted Views Through the Glass Ceiling: The Construction of Women's Understandings of Promotion and Senior Management Positions.
- 31 J. Baxter & E.O. Wright (2000). The Glass Ceiling Hypothesis: A Reply to Critics
- 32 Jean Lipman-Blumen (1992). Connective Leadership: Female Leadership Styles in the 21st-Century Workplace.
- 33 E. Gherardi (1995). Gender, Symbolism and Organizational Cultures.
- 34 Michelle K. Ryan S. Alexander Haslam (2005). The Glass Cliff: Evidence that Women are Over-Represented in Precarious Leadership Positions.

#### **Ηλεκτρονικές διευθύνσεις:**

- <https://sdt.unwto.org/>
- <https://agapetourism.com/>
- <https://www.3sistersadventuretrek.com>