

**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ**



**ΔΠΜΣ Στρατηγική Διοίκηση Τουριστικών  
Προορισμών και Επιχειρήσεων Φιλοξενίας**

**Διπλωματική εργασία**

---

---

**"Σύγχρονες σταχτοπούτες από το γυάλινο  
γοβάκι στη γυάλινη οροφή  
Το φαινόμενο της γυάλινης οροφής στον  
τομέα του τουρισμού"**

**Μαρία Μπορμπαντωνάκη**

---

---

Επιβλέπων Καθηγητής

Θεόδωρος Σταυρινούδης

Χίος,

Αύγουστος 2022



# ***Ευχαριστίες***

Με την ολοκλήρωση της μεταπτυχιακής διπλωματικής μου εργασίας, θα ήθελα να εκφράσω τις θερμές μου ευχαριστίες σε όλους όσους συνέβαλλαν στην εκπόνησή της. Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Θεόδωρο Σταυρινούδη για την καθοδήγηση και την υποστήριξη που μου προσέφερε. Θα ήθελα να ευχαριστήσω όλες και όλους τους καθηγητές μου για τη γνώση που μου προσέφεραν αλλά και για την προσπάθεια που κάνουν να δίνουν στους φοιτητές τους ερεθίσματα για την απόκτηση της γνώσης. Η φοίτηση στο ΔΠΜΣ “Στρατηγική Διοίκηση Τουριστικών Προορισμών και Επιχειρήσεων Φιλοξενίας” του Πανεπιστημίου Αιγαίου ήταν ένα όμορφο ταξίδι από το οποίο αποκόμισα θετικές εμπειρίες.

Θα ήθελα επίσης να ευχαριστήσω θερμά και τη Γραμματέα του ΔΠΜΣ κυρία Μαρία Βιτζηλαίου για όλη τη βοήθεια, υποστήριξη και καλή διάθεση που είχε καθόλη τη διάρκεια της φοίτησής μου στο Τμήμα.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένειά μου, που με στήριξε και με εμπύχωσε κατά την διάρκεια της συγγραφής.

Μαρία Μπορμπαντωνάκη

Χίος, Αύγουστος 2022

## Πίνακας περιεχομένων

<b>Κατάλογος Γραφημάτων</b> .....	5
<b>Περίληψη</b> .....	7
<b>Abstract</b> .....	8
<b>Εισαγωγή</b> .....	9
<b>Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup>: Θέμα Φυλετικής Ισότητας</b> .....	11
1.1 Φύλα, Ταυτότητα, Ρόλοι .....	11
1.2 Οι ρόλοι των φύλων και η θέση της γυναίκας.....	13
1.3 Ο φεμινισμός .....	15
1.4 Η ισότητα στην εργασία .....	17
1.5 Η ισότητα στην θρησκεία .....	19
<b>Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup>: Το φαινόμενο της Γυάλινης Οροφής (Glass Ceiling effect)</b> .....	21
2.1 Η έννοια του όρου Γυάλινη οροφή (GlassCeiling) .....	22
2.2 Το φαινόμενο της Γυάλινης Οροφής στον Τουρισμό. ....	23
2.2.1 Η Επιχειρησιακή Δομή ως φραγμός .....	25
2.2.2 Η κοινωνία ως φραγμός.....	26
2.2.3 Η εκπαίδευση ως φραγμός .....	27
2.2.4 Η άμεση διαθεσιμότητα στον χώρο του Τουρισμού ως φραγμός.....	27
2.3 Το αρνητικό κόστος της Γυάλινης Οροφής.....	29
2.4 Σπάζοντας την Γυάλινη Οροφή.....	30
2.5 Γυναίκες που έσπασαν την Γυάλινη Οροφή.....	32
2.4.1 Η Νεότερη Γυναίκα Πρωθυπουργός.....	32
2.4.2 Η πρώτη γυναίκα που πήγε στο διάστημα .....	33
2.4.3 Η πρώτη Ολυμπιονίκης .....	33
<b>Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup>: Ερευνητικό Μέρος</b> .....	35
3.1 Σκοπός.....	35
3.2 Μεθοδολογία .....	35
3.3 Ορισμός Πληθυσμού .....	36
<b>Κεφάλαιο 4<sup>ο</sup>: Στατιστική ανάλυση</b> .....	37
4.1 Χαρακτηριστικά του δείγματος.....	37
4.2 Ανάλυση Ερωτηματολογίου.....	41
<b>Κεφάλαιο 5<sup>ο</sup>: Συμπεράσματα Έρευνας</b> .....	55
<b>Προτάσεις</b> .....	59
<b>Βιβλιογραφία</b> .....	61
Ξενόγλωσση.....	61
Ελληνική.....	63
<b>Παράρτημα</b> .....	64
Μαρία Μπομπαντωνάκη, Χίος 2022.	3



## Κατάλογος Γραφημάτων

Γράφημα 1: Ηλικιακή κατανομή δείγματος .....	37
Γράφημα 2: Εκπαιδευτικό επίπεδο δείγματος .....	38
Γράφημα 3: Τομέας Απασχόλησης.....	39
Γράφημα 4: Αναλογία εργαζομένων .....	39
Γράφημα 5: Μέγεθος Επιχείρησης .....	40
Γράφημα 6: Άποψη ερωτηθέντων για το φαινόμενο της Γυάλινης Οροφής στο εργασιακό τους περιβάλλον.....	41
Γράφημα 7: Άποψη ερωτηθέντων για την προώθηση ανδρών έναντι γυναικών ως στελέχη .....	42
Γράφημα 8: Άποψη ερωτηθέντων για την κατάταξη των εργασιακών ρόλων .....	43
Γράφημα 9: Άποψη ερωτηθέντων για προσφορά εκπαίδευσης από τους εργοδότες	44
Γράφημα 10: Άποψη ερωτηθέντων για την ευκολία διεκδίκησης αύξησης μισθού ...	44
Γράφημα 11: Άποψη ερωτηθέντων για την ύπαρξη Φαινομένου Γυάλινης Οροφής στον εργασιακό χώρο εκτός Τουρισμού .....	45
Γράφημα 12: Άποψη ερωτηθέντων για την ύπαρξη ή μη μέτρων από την μεριά της Κυβέρνησης .....	46
Γράφημα 13: Άποψη ερωτηθέντων για την αναγκαιότητα επιπλέον μέτρων από την κυβέρνηση.....	46
Γράφημα 14: Άποψη ερωτηθέντων για την παγιωμένη αντίληψη της ικανότητας των ανδρών .....	47
Γράφημα 15: Άποψη ερωτηθέντων για την πρόσβαση των γυναικών στην μετα- πανεπιστημιακή εκπαίδευση .....	48
Γράφημα 16: Άποψη ερωτηθέντων για την επαγγελματική εξέλιξη σε σχέση με την κοινωνική αντίληψη της θέσης της γυναίκας .....	49
Γράφημα 17: Άποψη ερωτηθέντων για την αναγνώριση της αξίας τους στον εργασιακό χώρο .....	50
Γράφημα 18: Άποψη ερωτηθέντων για το κατά πόσο λαμβάνεται η επαγγελματική τους γνώμη ως ισχυρή. ....	50
Γράφημα 19: Άποψη ερωτηθέντων για την οικογένεια ως εμπόδιο στην επαγγελματική ανέλιξη. ....	51
Γράφημα 20: Άποψη ερωτηθέντων για την υποστήριξη ως κινητήρια δύναμη .....	52
Γράφημα 21: Άποψη ερωτηθέντων για τις ηγετικές τους ικανότητες .....	53
Γράφημα 22: Άποψη ερωτηθέντων για την ισότητα αμοιβής στην εργασία .....	54



## Περίληψη

Η παρούσα Διπλωματική εργασία εκπονήθηκε στο πλαίσιο της απόκτησης μεταπτυχιακού τίτλου του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών στην Στρατηγική Διοίκηση Τουριστικών Προορισμών και Επιχειρήσεων Φιλοξενίας του Πανεπιστημίου Αιγαίου. Στόχος της παρούσας εργασίας ήταν να εξεταστεί το αν το φαινόμενο της Γυάλινης Οροφής υφίσταται στην σύγχρονη και ανεπτυγμένη κοινωνία του 21ου αιώνα στον εργασιακό χώρο του Τουρισμού.

Η εργασία χωρίζεται σε τρία μέρη, την βιβλιογραφική ανασκόπηση, το ερευνητικό μέρος και τέλος τα συμπεράσματα.

Η θέση της γυναίκας στην κοινωνία και τα δικαιώματά της σε όλους τους χώρους διαχρονικά ήταν συνδεδεμένη με τον βιολογικό της ρόλο, αυτό της τεκνοποίησής και του τροφού. Οι γυναίκες για αρκετά χρόνια δεν είχαν δικαίωμα στο πολιτικό γίνεσθαι, δεν είχαν πρόσβαση στην εκπαίδευση και δεν είχαν πιθανότητα συμμετοχής στην εργασία. Το κίνημα του Φεμινισμού έρχεται να αλλάξει τον ρου της ιστορίας και σταδιακά οι γυναίκες αρχίζουν να αποκτούν δικαιώματα, αυτά που για πολλά χρόνια είχαν στερηθεί. Η πρόσβαση όμως στην αγορά εργασίας δεν έγινε με τους ίδιους όρους με αυτούς των ανδρών. Οι γυναίκες μορφώνονται, εργάζονται, εξελίσσονται όμως δεν καταφέρνουν να βρεθούν στην ανώτατη ιεραρχία των επιχειρήσεων. Το φαινόμενο της Γυάλινης Οροφής αναφέρεται στην περιορισμένη πρόσβαση των γυναικών στα ανώτατα διοικητικά επίπεδα, δηλαδή στα αόρατα εμπόδια που σταματούν την εξέλιξη των γυναικών στις ανώτερες διοικητικές θέσεις.



# Abstract

This thesis was prepared in the context of obtaining a master's degree in the master's Program in Strategic Management of Tourist Destinations and Hospitality Businesses of the University of the Aegean. The aim of this paper was to examine whether the phenomenon of the Glass Ceiling exists in the modern and developed society of the 21st century in the Tourism workplace.

The thesis is divided into three parts, the literature review, the research part and finally the conclusions

The women's position in society and their rights, historically, were linked to their biological role, meaning that of childbearing and nurturer. For several years, women did not have the right to vote, they did not have access to education, and they did not have the possibility to participate in the workforce. The Feminism movement comes to change the course of history and gradually women begin to acquire rights, which they had been deprived of for many years. However, access to the labor market did not take place on the same terms as men. Women are educated, they work, they develop, but they do not manage to find themselves in the highest hierarchy of companies. The Glass Ceiling phenomenon refers to the limited access of women to the highest management levels, i.e. the invisible barriers that stop the advancement of women in senior management positions.

# Εισαγωγή

Το 2021 υπήρξε ίσως μια από τις δυσκολότερες χρονιές παγκοσμίως. Οι συνέπειες της μετάδοσης του ιού Covid19, που έκανε την εμφάνισή του στις αρχές του 2020, δεν περιορίζονται μόνο στην έκτακτη ανάγκη κυρίως στον κλάδο της υγείας, αλλά οδήγησε όλα τα κράτη σε βαθιά οικονομική ύφεση. Και ενώ ο κλάδος της υγειονομικής περίθαλψης δοκιμάζεται σε παγκόσμιο επίπεδο, το Διεθνές Οικονομικό Ταμείο, αναθεωρεί την αρχική του πρόβλεψη για ύφεση της οικονομίας από 3% σε ποσοστό 4,9%. (Alon et al,2020, I.M.F, 2020b).

Ωστόσο, ο συνολικός απολογισμός της πανδημίας είναι πολύ μεγαλύτερος. Ενώσω όλη η χώρα βρίσκεται σε καθεστώς lockdown και ολοκληρωτικής απομόνωσης για παραπάνω από ένα χρόνο, η κοινωνία της Ελλάδας συγκλονίζεται από 18 εγκληματικές πράξεις μόνο μέσα στο έτος 2021 και όλες τους είχαν θύματα αποκλειστικά γυναίκες. Ο εγκλεισμός, η κοινωνική απομόνωσή και η πολιτική προστασίας που υιοθετήθηκε «Μένουμε Σπίτι» ενέτεινε μια ακόμα πτυχή της φυλετικής ανισότητας, αυτή της έμφυλης βίας. Σύντροφοι, σύζυγοι, κόρες, φίλες, όλες τους θύματα αποτρόπαιων εγκλημάτων γιατί είχαν διαφορετική άποψη, γιατί είπαν όχι, γιατί επέλεξαν διαφορετικά από αυτό που «έπρεπε». Αν και η βία είναι καταδικαστέα σε οποιαδήποτε μορφή και προς οποιοδήποτε ον, είναι αδύνατον να μην αναρωτηθεί κανείς πως είναι δυνατόν, στην σύγχρονη εποχή που ζούμε να διαπράττονται εγκλήματα με κίνητρο την άσκηση κοινωνικού ελέγχου στα σώματα αλλά και τις επιλογές των γυναικών.

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να παρουσιάσει και να αναλύσει το φαινόμενο της Γυάλινης Οροφής και πιο συγκεκριμένα να εξετάσει την ύπαρξη του στον κλάδο του Τουρισμού στις Ελληνικές επιχειρήσεις. Η εργασία χωρίζεται σε τρία μέρη, την βιβλιογραφική ανασκόπηση, το ερευνητικό μέρος και τέλος τα συμπεράσματα.

Στο Πρώτο κεφάλαιο επεξηγήθηκαν βασικοί όροι όπως το Φύλο, η Ταυτότητα και οι Ρόλοι που αποτελούν σημαντική ορολογία για το υπό εξέταση φαινόμενο. Εν συνεχεία, εξετάστηκε το κίνημα του Φεμινισμού και η ιστορική του εξέλιξη ανά τις περιόδους.

Στο Δεύτερο Κεφάλαιο επεξηγήθηκε αναλυτικά ο όρος της Γυάλινης Οροφής. Αναλύθηκε η προέλευση, πότε καθιερώθηκε και πώς έχει επηρεάσει την επαγγελματική ζωή των γυναικών. Επίσης παρουσιάστηκαν τα αίτια της δημιουργίας αυτού του φαινομένου και οι αρνητικές επιπτώσεις κυρίως στις επιχειρήσεις. Τέλος, παρουσιάστηκαν σημαντικές γυναικείες προσωπικότητες που κατάφεραν αν σπάσουν την Γυάλινη Οροφή με τα επιτεύγματά τους.

Στο Τρίτο Κεφάλαιο παρουσιάζεται η μεθοδολογία της έρευνας, το δείγμα το οποίο χρησιμοποιήθηκε. Για το ερευνητικό μέρος της διπλωματικής εργασίας, δημιουργήθηκε ένα ερωτηματολόγιο 22 ερωτήσεων μέσω του εργαλείου googleforms το οποίο μοιράστηκε ηλεκτρονικά σε δείγμα 63 ατόμων. Το ερωτηματολόγιο χωρίζεται σε 3 κατηγορίες ερωτήσεων που εξετάζουν τους παράγοντες εμφάνισης του φαινομένου της Γυάλινης Οροφής δηλαδή παράγοντες που σχετίζονται με το εργασιακό περιβάλλον, παράγοντες που σχετίζονται με το κοινωνικό/πολιτικό περιβάλλον της χώρας και τέλος προσωπικοί παράγοντες ή προσωπικές πεποιθήσεις των ερωτηθέντων.

Στο Τέταρτο Κεφάλαιο παρουσιάστηκαν τα ευρήματα του ερωτηματολογίου και αναλύθηκαν μέσω γραφημάτων.

Τέλος στο Πέμπτο Κεφάλαιο παρουσιάστηκαν τα συμπεράσματα της έρευνας. Οι ερωτηθέντες παρουσιάζονται ουδέτεροι ως προς την ευθύνη των επιχειρήσεων για το φαινόμενο της Γυάλινης Οροφής και μεταφέρουν σημαντικό βάρος ευθυνών στην έλλειψη μέτρων από την μεριά των κυβερνήσεων. Οι κυβερνήσεις δεν παρέχουν λύσεις και αρωγή στις γυναίκες για να μπορέσουν να εξελιχθούν στα ανώτερα κλιμάκια των επιχειρήσεων. Εν κατακλείδι, καθώς οι κοινωνίες εξελίσσονται και προοδεύουν, τα κοινωνικά στερεότυπα για την θέση της γυναίκας στην κοινωνία τείνουν να εκλείψουν. Πλέον, οι γυναίκες έχουν ανεμπόδιστη πρόσβαση στην εκπαίδευση, γεγονός το οποίο τους δίνει τις κατάλληλες βάσεις για την επαγγελματική εξέλιξη.

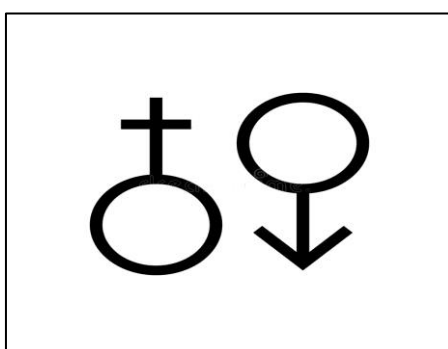
# Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup>: Θέμα Φυλετικής Ισότητας

“How important it is for us to recognize and celebrate our heroes and she-roes!”

Maya Angelou

## 1.1 Φύλα, Ταυτότητα, Ρόλοι

Το βιολογικό φύλο (sex) και το κοινωνικό φύλο (gender) αποτελούν δυο έννοιες τελείως διαφορετικές. Οι άνθρωποι γεννιούνται με ορισμένα βιολογικά χαρακτηριστικά, τα οποία διαμορφώνουν το βιολογικό φύλο (sex) ενός ατόμου και αποτελεί μια τελείως διαφορετική έννοια από το κοινωνικό φύλο (gender). Το κοινωνικό φύλο αποτελεί όλα τα εκείνα τα χαρακτηριστικά τα οποία διαμορφώνει το άτομο αργότερα στην ζωή του μετά από αλληλεπίδραση με το περιβάλλοντός του. Πιο αναλυτικά, αναφέρεται στα κοινωνικά, πολιτισμικά και ψυχολογικά χαρακτηριστικά που συνδέονται με τα θηλυκά και τα αρσενικά μέσα από συγκεκριμένο κοινωνικό πλαίσιο (Lindsey, 2015).



(Πηγή: [https://www.pngitem.com/middle/iwJwJw\\_png-file-svg-male-female-icon-png-female/](https://www.pngitem.com/middle/iwJwJw_png-file-svg-male-female-icon-png-female/))

Το βιολογικό φύλο είναι μια κατάσταση που αποδίδεται καθώς ένα άτομο γεννιέται με αυτό, σε αντίθεση με το κοινωνικό φύλλο το οποίο αποκτιέται. Από κοινωνιολογική άποψη, μας απασχολεί το φύλο και το πώς μαθαίνεται, πώς αλλάζει με την πάροδο του χρόνου και πώς ποικίλλει μεταξύ και εντός των πολιτισμών. Το κοινωνικό φύλο (gender) είναι τόσο μη δυαδικό όσο και ρευστό, λαμβανομένου υπόψη ενός συνεχούς χαρακτηριστικών στα οποία οι άνθρωποι μπορούν να ενεργούν ανεξάρτητα από το βιολογικό τους φύλο (Lindsey, 2015).

Σύμφωνα με την Γκασούκα το κοινωνικό φύλο (gender), αποτελεί βάση της κοινωνικής οργάνωσης και εξισώνεται με χαρακτηριστικά όπως η κοινωνική θέση ή η φυλή. Από τη συγκεκριμένη θέαση του κοινωνικού φύλου προκύπτουν οι κοινωνικές ταυτότητες (Γκασούκα 2013, Κακαρούνα 2021).

Τέλος, το φύλο μπορεί να θεωρηθεί ως συνδυασμός αρκετών αλληλεξαρτώμενων στοιχείων όπως τα γενικά χαρακτηριστικών φύλου, συναισθήματα, αξίες, κοινωνικοί κανόνες, θεσμικοί κανόνες, ρόλοι, στοιχεία που εξελίσσονται στην πάροδο των χρόνων (Russo, Pirlott, 2006).

Οι κοινωνίες μας είναι δομημένες γύρω από σταθερά πρότυπα που καθορίζουν τον τρόπο με τον οποίο διεξάγεται η αλληλεπίδραση μεταξύ των ατόμων. Ένας σημαντικός παράγοντας που καθορίζει το πως θα αντιμετωπιστεί ένα άτομο στην κοινωνία από τους γύρω του αποτελεί τη **κοινωνική θέση (status)**. Αποκτάμε την θέση στην κοινωνία μας

- Μέσω προσωπικής προσπάθειας, πχ μόρφωση, εργασία.
- Μέσω της γέννησης μας όπως για παράδειγμα το οικογενειακό όνομα
- Τυχαία και ακούσια, παραδείγματος χάριν μια ασθένεια.

Καταλαμβάνουμε ταυτόχρονα έναν αριθμό **κοινωνικών καταστάσεων (statusset)**, που αναφέρονται ως σύνολο καταστάσεων, όπως μητέρα, κόρη, αδελφή, υπάλληλος κτλ. Σε αντίθεση με επιτευχθέντες καταστάσεις που προκύπτουν και για τις οποίες αγωνιζόμαστε στην ζωή μας, υπάρχουν κοινωνικές καταστάσεις που μας αποδίδονται την στιγμή της γέννησής μας και επηρεάζουν την κάθε πτυχή της ζωής μας. Παραδείγματα τέτοιων καταστάσεων αποτελεί το βιολογικό φύλο, η εθνικότητα, η φυλή και η κοινωνική τάξη. Η κοινωνική τάξη αναφέρεται επίσης ως κοινωνικοοικονομική κατάσταση. Ένας **ρόλος (role)** είναι η συμπεριφορά που

αναμένεται να έχει ένα άτομο το οποίο κατέχει μια συγκεκριμένη κοινωνική κατάσταση. Οι ρόλοι εκτελούνται σύμφωνα με κοινωνικούς κανόνες, κοινούς κανόνες που καθοδηγούν τη συμπεριφορά των ανθρώπων σε συγκεκριμένες καταστάσεις (Lindsey, 2015).

Σύμφωνα με τους (Russo & Pirlott, 2006) οι «κανόνες» του φύλου αποτελούν τις συμπεριφορές που αναμένεται να έχει καθένας σύμφωνα με το φύλλο του αλλά και τις κυρώσεις σε περίπτωση παραβάσεων των κανόνων. Δηλαδή, οι γυναίκες αναμένεται να είναι σύζυγοι, να μεγαλώνουν παιδιά και γενικότερα είναι επιφορτισμένες με τις οικιακές εργασίες.

Επιπλέον το θηλυκό δεν πρέπει να εκδηλώνει θυμό και επιθετικότητα, ενώ πρέπει να λαμβάνουν υπόψιν τα συναισθήματα των υπολοίπων, σε αντίθεση με τους άντρες αναμένεται να είναι επιθετικοί και ανταγωνιστικοί (Vokicetall, 2019). Το φύλο οργανώνει τους ρόλους των γυναικών κυρίως στο σπίτι και στην εργασία με τρόπους που επιβαρύνουν εξαιρετικά τις γυναίκες ενώ ταυτόχρονα περιορίζουν την πρόσβασή τους σε πόρους αντιμετώπισης. Οι ρόλοι των φύλων αλλάζουν ελάχιστα στην πάροδο του χρόνου. Μερικές φορές η αλλαγή είναι απότομη λόγω γεγονότων όπως η έναρξη μιας νέας εργασίας.

## 1.2 Οι ρόλοι των φύλων και η θέση της γυναίκας

Είναι πραγματικό παγκόσμιο γεγονός πως η θέση της γυναίκας στις κοινωνίες θεωρείται δευτερευούσης σημασίας. Φυσικά οι αντιλήψεις (πολιτιστικές και κοινωνικές) και συμβολισμοί της γυναικείας φύσης είναι διαφορετικές μεταξύ των κοινωνιών αυτό όμως δεν αναιρεί το γεγονός πως παραδοσιακά ο ρόλος του άντρα θεωρείται πιο σημαντικός από αυτόν των γυναικών.

Το 1972, η ανθρωπολόγος Sherry B. Ortner, δημοσιεύει ένα ανατρεπτικό άρθρο το οποίο αποτελεί μια από τις πρώτες επιστημονικές δημοσιεύσεις που προσπαθούν να αναλύσουν το παραπάνω φαινόμενο. Στην δημοσίευσή της, θέτει το εξής ερώτημα: Είναι η Γυναίκα για τον Άντρα, ό,τι η Φύση για τον Πολιτισμό? Επεξηγεί την θέση λέγοντας πως συμβολικά η γυναίκα ταυτίζεται με την φύση ενώ ο άντρας με τον πολιτισμό. Καθώς ο πολιτισμός επιβάλλεται πάντα στην φύση, και εφόσον η

γυναίκα είναι μέρος της φύσης, τότε ο πολιτισμός θεωρεί «φυσικό» να την υποτάσσει.

Σύμφωνα με την βιβλιογραφία, ότι ο διαχωρισμός των ρόλων των φύλων βρίσκει τις ρίζες του νωρίς στην ιστορία, όταν οι άνθρωποι βασίζονταν στον καταμερισμό της εργασίας για τη διαχείριση της ζωής τους παραδείγματος χάριν το κυνήγι, η καλλιέργεια, και ο πόλεμος ήταν κυρίως αντρικές θέσεις εργασίας, η τεκνοποίηση, η φροντίδα (π.χ. για ηλικιωμένους και τραυματίες) και η οικιακή φροντίδα ανατέθηκε σε γυναίκες.

Κατά συνέπεια, μπορεί να υποστηριχθεί ότι τα πρότυπα των γυναικών συνεχίζουν να αντικατοπτρίζουν τις κοινωνικές αξίες και την έννοια του τι ήταν σωστό για αυτούς στα παλιότερα χρόνια (Vokícetall, 2019).

Η υποταγή της γυναίκας αποτελεί φαινόμενο καθολικό, εντοπίζεται σε κάθε μορφή κοινωνικής, οικονομικής και επαγγελματικής διεύθεσης, ακόμη και εντός κοινωνιών θεωρούμενες πιο εξελιγμένες, πιο σύγχρονες. Είναι μια αντίληψη βαθιά ριζωμένη στην νοοτροπία των ατόμων και αποδεικνύεται πως η αντίληψη αυτή δεν την αλλάζει με την αναδιάταξη μερικών καθηκόντων και ρόλων στο κοινωνικό σύστημα (Ortner, 1972).

Ο έμφυλος διαχωρισμός είναι ακόμα πιο έκδηλος σε πατριαρχικές δομές - δηλαδή σε ανδροκρατούμενες κοινωνίες. Σύμφωνα με τις πιο ακραίες απόψεις, η γυναικεία κατώτερη οφείλεται σε βιολογικούς παράγοντες. Για αρκετά χρόνια, ήταν πεποίθηση των πολλών πως η ικανότητά μιας γυναίκας εξαρτάται από τεκνοποίηση, από την ικανότητά της να εκπληρώνει καλά τις οικιακές εργασίες και από την ανατροφή των παιδιών. Ο κυρίαρχος και βιολογικά δυνατός άντρας ήταν αυτός που ήταν υπεύθυνος για την φροντίδα – κυρίως οικονομική. Ο εγκλεισμός στο σπίτι αποτελούσε τροχοπέδη για την μόρφωση των γυναικών και την εργασία τους εκτός σπιτιού. Με υποθέσεις που θεωρούν τους άνδρες «φυσικά» διαφορετικούς άρα και ανώτερους, ο σεξισμός ενισχύεται στα πατριαρχικά συστήματα. Ως εκ τούτου, η σεξιστική ιδεολογία δικαιολογεί τις διακρίσεις σε βάρος των θηλυκών μελών του «κατώτερου» φύλου (Lindsey, 2015).

## 1.3 Ο φεμινισμός

Ο Μαρξ είχε υποστηρίξει ότι η γυναικεία υποτέλεια ήταν ένα αποτέλεσμα του καπιταλισμού και εντέλει θα έφθινε μαζί του. Για αυτόν τον λόγο ο Μαρξισμός αποτελούσε έναν σύμμαχο στην γυναικεία χειραφέτηση. Αν και πολλές φορές στην διάρκεια της ιστορίας είχαν υψωθεί γυναικείες φωνές διεκδικώντας ίση μεταχείριση, ο φεμινισμός ως οργανωμένο κίνημα κάνει την εμφάνισή του τον 18<sup>ο</sup> αιώνα. Η Αγγλίδα Mary Wollstonecraft με το βιβλίο της *A Vindication of the Rights of Woman* (Η υπεράσπιση των δικαιωμάτων της γυναίκας) το οποίο εκδόθηκε το 1792 αποτέλεσε μια από τις αρχικές πρώτες φωνές που αντέδρασε στην μη ίση μεταχείριση μεταξύ των δυο φύλων. Η Wollstonecraft με επιχείρημα πως ο ορθός λόγος είναι στοιχείο όλων – και των γυναικών – απαιτούσε την πρόσβαση των γυναικών στην εκπαίδευση και την εργασία (Δ. Σαμίου, 2006)



(Πηγή : <https://www.vectorstock.com/royalty-free-vector/symbol-feminism-movement-gender-women-resist-vector-28027214>)

Ο φεμινισμός αποτελεί μια απάντηση για την αντιμετώπιση της κατώτερης κοινωνική θέση των γυναικών και τις κοινωνικές, πολιτικές και οικονομικές διακρίσεις που τις ακολουθούν διαχρονικά. Αν και σχεδόν κοινό στα μάτια των ατόμων, το φεμινιστικό κίνημα και το γυναικείο κίνημα είναι δεν αποτελούν ταυτόσημες ιδέες (Lindsey, 2015).

Καθώς αρχίζει και γίνεται αντιληπτό πως οι γυναίκες τυγχάνουν άνιση μεταχείρισης το πρώτο φεμινιστικό κίνημα οργανώνεται. Διεκδίκηση του κινήματος αποτελούσε η ενεργός συμμετοχή των γυναικών στον δημόσιο χώρο και την κοινωνική ζωή διεκδικώντας την κατοχύρωση αστικών, πολιτικών, κοινωνικών και οικονομικών δικαιωμάτων. Η πρώτη αποκλειστικά γυναικεία απεργία συνέβη στην Αμερική το 1834 και το 1844. Ιδρύεται το πρώτο γυναικείο εργατικό σωματείο ως αποτέλεσμα της έντασης των προσπαθειών στην ενεργό συμμετοχή. Το 1848 πραγματοποιείται, το Μαρία Μπομπαντωνάκη, Χίος 2022.



πρώτο συνέδριο για τα δικαιώματα των γυναικών στη Νέα Υόρκη. Οι φεμινίστριες και οι φεμινιστές εστιάζουν κυρίως γύρω από το ζήτημα του νόμου, της εκπαίδευσης, του οικογενειακού δικαίου και άλλων προβλημάτων της καθημερινότητας. Ιδιαίτερη ανάπτυξη παρατηρείται στη Βρετανία καθώς επικρατούν κυρίως οι διεκδικήσεις γύρω από το δικαίωμα ψήφου και τα ίσα δικαιώματα στην εργασία και την εκπαίδευση.

Γεννάται και ο όρος «σουφραζέτες» που αφορά όσες παλεύουν για το δικαίωμα στην ψήφο, το δικαίωμα του «εκλέγειν και εκλέγεσθαι» ένα πανίσχυρο και αυτονόητο δικαίωμα στην κοινωνία των ανδρών (Παπαδημητρίου, Σάσσαλου, 2018).



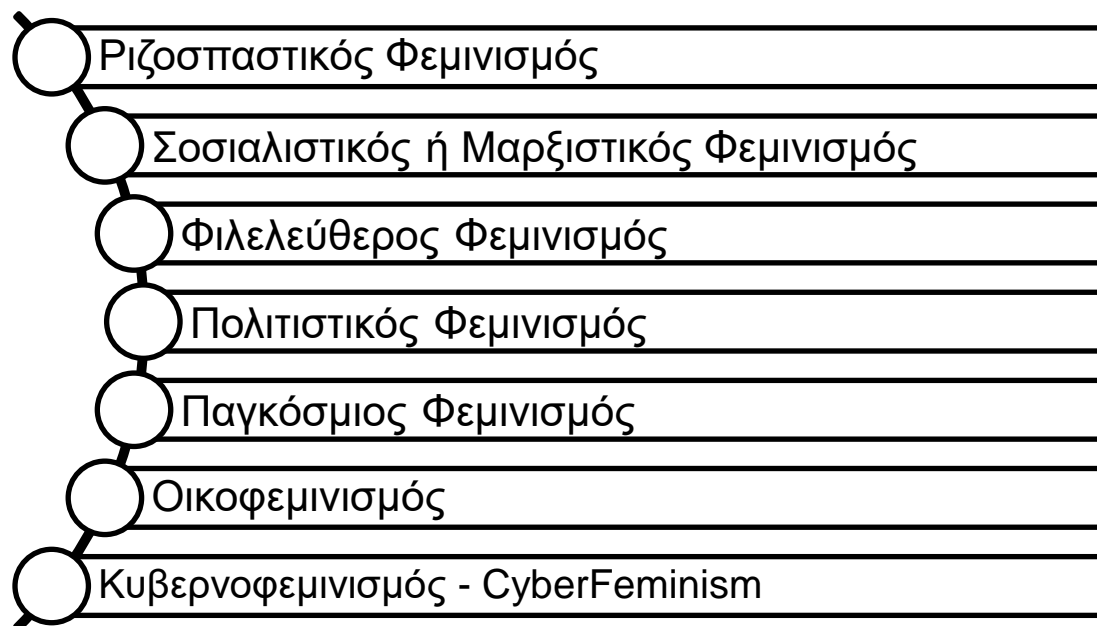
(Πηγή: [https://en.wikipedia.org/wiki/Feminism#/media/File:Emmeline\\_Pankhurst\\_addresses\\_crowd.jpg](https://en.wikipedia.org/wiki/Feminism#/media/File:Emmeline_Pankhurst_addresses_crowd.jpg))

Η ένταση των αγώνων και των διεκδικήσεων επεκτείνονται και τον υπόλοιπο κόσμο όπως τον Καναδά και στη συνέχεια χώρες της Δυτικής Ευρώπης, της Αυστραλίας, της Νέας Ζηλανδίας. Από τα τέλη της δεκαετίας του 1960 έως τα μέσα της δεκαετίας του 1980 οδηγώντας στην δεύτερη φάση του φεμινιστικού κινήματος.

Το δεύτερο κύμα έχει ως σκοπό να ταράξει τα ισχυρά θεμέλια της πατριαρχίας και της καθεστηκυίας τάξης. Επιπλέον στην ατζέντα του φεμινιστικού κινήματος είναι η θέση της στον δημόσιο χώρο, τη έμμισθη εργασία και το και την συμμετοχή στην εκπαίδευση. Αξίζει να αναφερθεί πως βιβλίο-σταθμό στο κίνημα του φεμινισμού

αποτελέσει το βιβλίο της Σιμόν Ντεμποβουάρ «Το δεύτερο φύλο» (1949) καθώς αποτελούσε την μόνη μελέτη έως τότε πάνω σε θέματα ισότητας και γυναικείου φύλου (Παπαδημητρίου, Σάσσαλου, 2018).

Πλέον μπορούν να διακριθούν στη κοινωνία τα εξής κινήματα φεμινισμού: (Lindsey, 2015).



## 1.4 Η ισότητα στην εργασία

Το 2017, ο κολοσσός Google Inc. απέλυσε έναν προγραμματιστή της μετά από διαρροή ενός εσωτερικού εγγράφου, στο οποίο δήλωνε πως ο λόγος για τον οποίο οι γυναίκες δεν εκπροσωπούνται ισότιμα στα επαγγέλματα τεχνολογίας είναι πως βιολογικά είναι κατώτερες των αντρών. Η εταιρεία αντέδρασε διαχωρίζοντας την θέση της από τον απολυμένο υπάλληλο, παρόλα αυτά αρνήθηκε να παραδώσει μισθολογικά δεδομένα των εργαζομένων της στο Αμερικάνικο υπουργείο εργασίας όταν της ζητήθηκαν, δηλώνοντας πως κάτι τέτοιο θα ήταν χρονοβόρο και δαπανηρό.

(Πηγή: The Guardian <https://www.theguardian.com/world/2017/aug/06/google-staffers-manifesto-against-affirmative-action-sparks-furious-backlash>).

Την ίδια περίοδο, το καλοκαίρι του 2017, γίνεται γνωστό πως το μεγαλύτερο τηλεοπτικό και ραδιοφωνικό δίκτυο της Μ. Βρετανίας, το BBC, δίνει μικρότερες αμοιβές στις γυναίκες υπάλληλους σε σχέση με τους άντρες τις για τις ίδιες θέσεις εργασίας δημοσιεύοντας μια αναλυτική λίστα με τις αμοιβές στελεχών.

(Πηγή: <https://www.theguardian.com/media/live/2017/jul/19/bbc-publishes-salaries-of-highest-earning-stars-live-updates>).

Ο επαγγελματικός διαχωρισμός, η αλλιώς οριζόντιος διαχωρισμός φύλου, είναι η δυσανάλογη συμμετοχή ανδρών ή γυναικών στον επαγγελματικό κόσμο (Efthymiou et al, 2012). Δηλαδή οι άνδρες και γυναίκες εργάζονται σε επαγγέλματα που απασχολούν σε μεγάλο βαθμό υπαλλήλους του ίδιου φύλου. Λόγω των βαθιά ριζωμένων στερεοτύπων και κοινωνικών κανόνων οι γυναίκες θεωρούνται κατάλληλες για επαγγέλματα που απαιτούν φροντίδα ή κοινωνική αλληλεπίδραση και οι άνδρες για επαγγέλματα που απαιτούν δύναμη, αναλυτικές ή διοικητικές δεξιότητες. Οι ερευνητές πιστεύουν πως τα στερεότυπα αυτά είναι μέρος της ταυτότητας και της κουλτούρας των φύλων με αποτέλεσμα οι γυναίκες να προσανατολίζονται από μικρές στα «κατάλληλα επαγγέλματα» θεωρώντας εκ προοιμίου πως θα αποτύχουν αν επιλέξουν ένα ανδροκρατούμενο χώρο (Vokicetall, 2019).

Η ανισότητα στον επαγγελματικό χώρο δεν σταματά εκεί. Κάθετος διαχωρισμός ορίζεται ως ο αποκλεισμός περιορισμό των ευκαιριών προαγωγής, σταδιοδρομίας και σε επαγγελματικές μετεκπαιδεύσεις. Έχει αποδειχθεί από μελέτες πως οι γυναίκες είναι λιγότερο πιθανό να προαχθούν από τους άνδρες συναδέλφους τους παρόλο που κατέχουν τα ίδια προσόντα. Επίσης, οι γυναίκες αποτελούν μόνο ένα μικρό ποσοστό των CEOs στις περισσότερες χώρες που ανήκουν στον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ), παρά το γεγονός ότι είναι εξίσου μορφωμένες και κατέχουν αρκετά εργασιακή προϋπηρεσία. (Efthymiou et al, 2012).

Στον εργασιακό χώρο, οι γυναίκες εξακολουθούν να αντιμετωπίζουν σημαντικά εμπόδια στην ανάληψη διευθυντικών ή ανώτερων υπαλλήλων ρόλων. Αν ληφθούν υπόψη μόνο οι λαμβάνουμε υπόψη μόνο τους μάνατζερς για το υποσύνολο των χωρών για τις οποίες είναι διαθέσιμα πρόσφατα δεδομένα, μόλις το 34% περίπου των παγκόσμιων διευθυντών είναι γυναίκες(The Global Gender Gap Report, 2018).

Οι παράγοντες που επηρεάζουν την ανισότητα των φύλων στον εργασιακό χώρο παρουσιάζονται συνοπτικά : (Efthymiou et al, 2012)

- **Δημογραφικοί και Κοινωνικοί Παράγοντες.**

Σύμφωνα με έρευνες αποφοίτων Αμερικάνικων Πανεπιστημίων παρατηρείται ότι οι γυναίκες στα 40 τους κερδίζουν 30% έως 45% λιγότερα ανά ώρα από τους άνδρες, ενώ για εκείνες στα 20 η διαφορά είναι 5% έως 10% (Weinberger 2011). Επομένως οι γυναίκες μεγαλύτερων ηλικιών αντιμετωπίζουν συμπεριφορές άνισες στην αγορά εργασίας. Επιπλέον, η οικογενειακή κατάσταση εντείνει τα φαινόμενα ανισότητας καθώς οι άντρες θεωρούνται οι οικονομικοί πάροχοι, ενώ οι γυναίκες μεριμνούν για την οικογένεια. Συχνά εργοδότες παρουσιάζονται διστακτικοί να προσλάβουν γυναίκες και προτιμούν τους άντρες σε μια θέση εργασίας καθώς λειτουργούν με το σκεπτικό πως η γυναίκα θα πρέπει να αποχωρήσει από την θέση εργασίας για να αφοσιωθεί στην οικογένεια.

- **Χαρακτηριστικά Επιχείρησης.**

Το μέγεθος του οργανισμού αποτελεί έναν ακόμη παράγοντα. Στις μικρότερες επιχειρήσεις παρουσιάζεται μεγαλύτερη ανισότητα των φύλων. Αυτό οφείλεται στο γεγονός πως οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις έχουν διαδικασίες που συνδέονται με υψηλότερο επίπεδο ηθικού φορμαλισμού.

- **Εσωτερικευμένες Αξίες και Κανόνες**

Τέλος, τα κοινωνικά στερεότυπα και το πως έχουν μάθει τα δύο φύλα να χαρακτηρίζουν την εαυτό τους, δηλαδή να αυτό-προσδιορίζονται αποτελούν παράγοντες οριζόντιου και κάθετου διαχωρισμού.

## 1.5 Η ισότητα στην θρησκεία

Οι φυλετικές ανισότητες στην θρησκεία αποτελούν ένα από τα πιο συχνά αντικείμενα μελέτης των κοινωνικών επιστημών. Η μελέτη της σχέσης της θρησκείας και του φύλου ξεκίνησε στις δεκαετίες του 1970 και του 1980 με το κίνημα του φεμινισμού να συνδέει την πατριαρχία με την θρησκεία. Αν και δεν αναφέρεται συχνά στην βιβλιογραφία, η θρησκεία αποτελεί ταυτότητα ενός ατόμου, εξίσου σημαντική όπως η φυλή, η τάξη κτλ. (Schnabel, 2018).

Ακόμη και σήμερα, αποτελεί αναμφισβήτητο γεγονός πως οι θρησκείες- στην πλειοψηφία τους- αποτελούν ανδροκρατούμενες πατριαρχικές οργανώσεις που συνεχίζουν να διαπράττουν διακρίσεις κατά των γυναικών. Η εκπροσώπηση των εργαζομένων στις εκκλησίες είναι δραματικά μικρή σε παγκόσμιο επίπεδο. Η Εκκλησία της Σκωτίας χειροτονεί γυναίκες ιερείς από το 1968, ενώ η Εκκλησία της Αγγλίας ξεκίνησε να χειροτονεί γυναίκες λειτουργούς μόλις το 1992. Ένα πολύ μικρό ποσοστό θρησκειών αρχίζουν φαίνεται να δείχνουν μικρά σημάδια ανάπτυξης και αποδοχής της πραγματικής ισότητας των φύλων, παρόλα αυτά ο ρυθμός της αλλαγής είναι απελπιστικά αργός. Ακόμη και σήμερα, στην σύγχρονη κοινωνία, οι γυναίκες φαίνεται περισσότερες θρησκείες να μπορούν να λάβουν ρόλους εθελοντικούς και φιλανθρωπικούς. Μέχρι πρόσφατα στον δυτικό κόσμο οι γυναίκες δεν είχαν την δυνατότητα να εκπαιδευτούν στα κείμενα του Ισλάμ και του Ιουδαϊσμού. Εν έτη 2022, καμιά γυναίκα δεν έχει γίνει μουφτής<sup>1</sup>, ενώ δεν υπάρχει έως σήμερα γυναίκα αγιατολάχ<sup>2</sup> (Stuart, 2010).

---

<sup>1</sup>Μουφτής είναι ιερατικός βαθμός ειδικότερα του σουνιτικού κλάδου της μουσουλμανικής θρησκείας. Είναι ο ερμηνευτής του Κορανίου για την απόδοση δικαιοσύνης.(Wikipedia)

<sup>2</sup>Αγιατολάχ : κυριολεκτικά: «Σημάδι του Θεού»)είναι ένας υψηλόβαθμος τίτλος που δίδεται σε σίιτες κληρικούς. Αυτοί που φέρουν τον τίτλο είναι ειδικοί σε μουσουλμανικές σπουδές, όπως η νομολογία, η ανάγνωση του Κορανίου και η φιλοσοφία, και συνήθως διδάσκουν σε μουσουλμανικά σεμινάρια. (Wikipedia)

## Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup>: Το φαινόμενο της Γυάλινης Οροφής (Glass Ceiling Effect)

Το 1978, ζητήθηκε από την Marilyn Loden, ένα στέλεχος της ιδιωτικής εταιρείας Telephone Co, να αντικαταστήσει την μοναδική γυναίκα μέλος του διοικητικού συμβουλίου σε ένα πάνελ συζήτησης στην Έκθεση Γυναίκας που διοργανωνόταν στην Νέα Υόρκη, καθώς η τελευταία αδυνατούσε να παραβρεθεί. Η συζήτηση είχε τίτλο «Καθρέφτη, Καθρεφτάκι μου» (“Mirror, Mirror on the Wall) και είχε ως σκοπό να παρουσιάσει πως η ίδια η εικόνα των γυναικών για τον εαυτό τους, ήταν αυτή που τους εμπόδιζε να είναι πιο παρούσες στο εργασιακό περιβάλλον. Εκείνη την ημέρα, και ενώ δεν ήταν καν προσχεδιασμένο να βρίσκεται εκεί, η Loden γράφει ιστορία, αναφέροντας για πρώτη φορά τον όρο Γυάλινη Οροφή (Glass Ceiling). Σήμερα, ο αναγνωρισμένος πλέον όρος, έχει χρησιμοποιηθεί από τις πιο γνωστές γυναίκες στην σύγχρονη ιστορία όπως η Μαντλίν Ολμπραιτ, η Αρίθα Φράνκλιν και η Όπρα Γουίνφρεϊ (Vargas, 2018).



Πηγή (Vargas, 2018)

## 2.1 Η έννοια του όρου Γυάλινη οροφή (Glass Ceiling)

Η Loden, αφού άκουσε τους υπόλοιπους ομιλητές και έχοντας η ίδια πείρα, κατάλαβε πως δεν αποτελούσε πρόβλημα το τι έλεγαν ή τι φορούσαν οι γυναίκες. Διατύπωσε δυνατά την σκέψη της πως υπήρχε ένα αόρατο εμπόδιο το οποίο κανένας δεν μπορούσε να αναγνωρίσει και σταματούσε τις γυναίκες από την εξέλιξη στον επαγγελματικό χώρο. Το ονόμασε Γυάλινη Οροφή (Vargas, 2018).

Τα τελευταία χρόνια έχει αναλυθεί αρκετά στην βιβλιογραφία μια ποικιλία φραγμών που έχουν ως αποτέλεσμα να κρατούν τις γυναίκες μακριά από τα ανώτατα κλιμάκια ηγεσίας και ουσιαστικά εμποδίζουν την ισότητα των φύλων στον χώρο της ανώτατης διοίκησης. Μετά την εισαγωγή του όρου από την Loden, ο όρος «γυάλινη οροφή» άρχισε να γίνεται δημοφιλής και να χρησιμοποιείται ως παραλληλισμός για να χαρακτηρίσει τα αόρατα-ορατά εμπόδια που συναντούν οι γυναίκες όταν προσπαθούν να προχωρήσουν σε διευθυντικές θέσεις.

Οι Morrison et al. (1987, σελ. 13) όρισε τη γυάλινη οροφή ως «ένα διαφανές φράγμα που αποτρέπει τις γυναίκες να ανέβουν πάνω από ένα ορισμένο επίπεδο στις εταιρείες». Αν και οι γυάλινες οροφές μπορούν να υπάρχουν σε οποιοδήποτε επίπεδο σε μια επιχείρηση, ο όρος επινοήθηκε για πρώτη φορά για να αναφέρεται στην περιορισμένη πρόσβαση των γυναικών στα ανώτατα διοικητικά επίπεδα. (Domínguez et al., 2019).

## 2.2 Το φαινόμενο της Γυάλινης Οροφής στον Τουρισμό.

Τις τελευταίες δεκαετίες, έχει παρατηρηθεί πως έχει αυξηθεί σημαντικά η συμμετοχή των γυναικών στην διεθνή απασχόληση, παρόλα αυτά το φύλο παραμένει μια σημαντική μεταβλητή στο χώρο εργασίας. Οι γυναίκες αντιμετωπίζουν συχνά οριζόντιες και κάθετες διακρίσεις σε παγκόσμιο επίπεδο (Segovia-Perez, Figueroa-Domecq, Fuentes-Moraleda, & Munoz-Mazon, 2019) που περιορίζουν την ανοδική τους πορεία προς υψηλές θέσεις στην εταιρική ιεραρχία. (Stavrinoudis et al, 2021).

Σύμφωνα με την μελέτη των Carvalho et al (2018), βασισμένη και σε προγενέστερες μελέτες, κατέληξε στο γεγονός ότι οι γυναίκες ενώ διαθέτουν πολλά προσόντα, εξακολουθούν να είναι λιγότερο πιθανό να προσληφθούν και να προωθηθούν ως προσωπικό με σκοπό την στελέχωση ανώτερων διευθυντικών θέσεων στον τουριστικό κλάδο. Επιπλέον, στην μελέτη της τονίστηκε πως εκείνες οι γυναίκες που καταφέρνουν να σπάσουν την γυάλινη οροφή και να βρεθούν σε υψηλές θέσεις, πρόκειται κυρίως για θέσεις διοίκησης σε τομείς «γυναικείου κλάδους» όπως το ανθρώπινο δυναμικό, το λιανικό εμπόριο και το μάρκετινγκ, ενώ υπολείπονται σε άλλους χώρους, όπως τα οικονομικά επαγγέλματα και η τεχνολογία.

Τέλος, σύμφωνα στατιστικά στοιχεία που εξέδωσε η συμβουλευτική εταιρεία McKinsey (McKinsey and Company, 2019) για κάθε 100 άνδρες που προάγονται σε διοικητική θέση πρώτου επιπέδου, μόνο 72 γυναίκες είχαν την ίδια ευκαιρία.

Ο Τουρισμός αποτελεί ένα πολύ σημαντικό κλάδο της Ελληνικής Οικονομίας και πολύτιμη πηγή εσόδων. Σύμφωνα με πρόσφατες μελέτες, ο εισερχόμενος τουρισμός το 2019<sup>3</sup>, συμμετείχε σε ποσοστό 21% στο Ελληνικό ΑΕΠ, απασχόλησε 946.200 εργαζομένους και απέφερε έσοδα 17,7 δις. Ευρώ (ΣΕΤΕ, 2020).

Η απασχόληση στον τουρισμό αυξάνεται τόσο παγκοσμίως όσο και στην χώρα μας με ταχύτατους ρυθμούς δημιουργώντας πολλές νέες θέσεις εργασίας. Παρόλο τους γρήγορους ρυθμούς εξέλιξης και το μεγάλο μερίδιο αγοράς εργασίας που προσφέρει η τουριστική βιομηχανία, ο τουρισμός χαρακτηρίζεται από πολύ υψηλά ποσοστά εναλλαγής εργαζομένων.

---

<sup>3</sup> Παρουσιάζονται τα στατιστικά στοιχεία του 2019, καθώς λόγω της πανδημίας covid19 και του περιορισμού στις μετακινήσεις, τα στοιχεία 2021-2021 δεν αποτελούν αντιπροσωπευτικό δείγμα της δραστηριότητας.



Αυτό οφείλεται εν μέρει στο ότι η εργασία στον τουριστικό κλάδο είναι ένα επάγγελμα χαμηλά αμειβόμενο με δύσκολες συνθήκες εργασίας και περιορισμένες ευκαιρίες ανάπτυξης, ειδικά για τις γυναίκες (Costa et al, 2017).

Εκτός από τον εποχιακό χαρακτήρα της απασχόλησης, ο τουρισμός χαρακτηρίζεται από περιστασιακές και βραχυπρόθεσμες συνθήκες απασχόλησης, χαμηλά επίπεδα μισθών και μειωμένη ασφάλεια εργασίας, επιπλέον ένα ακόμη πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι εργαζόμενοι στον τουρισμό, σχετίζεται με τις ώρες εργασίας. Εξαντλητικά ωράρια εργασίας, κυλιόμενες βάρδιες, εργασία όλες τις ημέρες της εβδομάδας είναι μερικά από τα χαρακτηριστικά της εργασίας στον τουρισμό που έχουν ως στόχο την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών (Costa et al, 2017).

Όλα αυτά τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του τουριστικού κλάδου, διευκολύνουν την εμφάνιση του φαινομένου της γυάλινης οροφής. Επιπλέον η ταύτιση της γυναικείας απασχόλησης με θέσεις εργασίας με χαμηλή εξειδίκευση, χαμηλούς μισθούς και περιορισμένες προοπτικές προαγωγής πρέπει να προστεθεί στα παραπάνω χαρακτηριστικά, όπως παραδείγματος χάριν θέσεις καθαριότητας, εξυπηρέτησης πελατείας, προώθησης υπηρεσιών, προετοιμασία γευμάτων. Δηλαδή από τα παραπάνω συμπεραίνουμε πως η απασχόληση στον Τουρισμό στηρίζεται σε παραδοσιακούς ρόλους των φύλων και κοινωνικοπολιτισμικούς φραγμούς, με τις γυναίκες συνήθως απασχολούνται σε τυπικά γυναικείες περιοχές ή σε θέσεις εργασίας χαρακτηριζόμενες και ως «ροζ γκέτο» (Stavrinoudis et al, 2021, Carvalho et al, 2018).

Σύμφωνα με μελέτες ο κλάδος του τουρισμού παρουσιάζει μια σχετικά μεγαλύτερη ποικιλία φύλων σε αντίθεση με τις υπόλοιπες βιομηχανίες και έχει χαρακτηριστεί ως ένας κλάδος που ίσως ανοίγει πιο εύκολα τις πόρτες του στις γυναίκες. Πλέον, οι γυναίκες αντιπροσωπεύουν το 23% των μελών διοικητικών συμβουλίων, παγκοσμίως, στον τομέα της φιλοξενίας και του τουρισμού (Equality in Tourism International, 2018), ενώ οι γυναίκες αντιπροσωπεύουν το 53% του εργατικού δυναμικού της φιλοξενίας και το 61% της τουριστικής βιομηχανίας (United States Bureau of Στατιστικά Εργασίας, 2020, UNWTO, 2019).

Αυτά τα στατιστικά στοιχεία φαίνονται χαμηλά, παρόλα αυτά έχουν αυξηθεί συγκριτικά με τα στοιχεία του 2015. Το 2015, οι γυναίκες αντιπροσώπευαν μόνο το 17% των επικεφαλής θέσεων και το 9% όλων των ηγετικών θέσεων στον κλάδο του τουρισμού (Russen, Dawson, Madera, 2021).

## 2.2.1 Η Επιχειρησιακή Δομή ως φραγμός

Το πρώτο αίτιο στο οποίο οφείλεται το φαινόμενο της γυάλινης οροφής συχνά αποτελεί η ίδια η επιχειρησιακή κουλτούρα. Οι γυάλινες οροφές στον επιχειρηματικό κόσμο δεν είναι ένα μεμονωμένο χαρακτηριστικό των επιχειρήσεων αλλά τείνουν να ακολουθούν τις κοινωνικές νόρμες.

Όταν ο αριθμός των εργαζόμενων αντρών σε μια επιχείρηση είναι μεγαλύτερος σε σχέση με αυτόν των γυναικών, τότε είναι πιθανόν οι επιχειρήσεις να υιοθετήσουν πρακτικές που ευνοούν το ανδρικό φύλο. Η πεποίθηση ότι οι άνδρες γίνονται καλύτεροι μάνατζερ έχει μελετηθεί ευρέως και οι επιχειρηματίες αναμένουν από τα διευθυντικά τους, ακριβοπληρωμένα στελέχη να έχουν κάποια πιο «αρρενωπά χαρακτηριστικά» όπως η επιθετικότητα, αμεσότητα κτλ. (Marinakou, 2015).

Επιπλέον, έχει αποδειχθεί πως οι εργοδότες αρνούνται να προάγουν γυναίκες σε υψηλές θέσεις καθώς φοβούνται την προκατάληψη των υπόλοιπων στελεχών ότι αποτελούν αναποτελεσματικές μάνατζερ. Οι εργοδότες διστάζουν να αφήσουν την εκπροσώπηση των εταιρειών σε σημαντικά meetings εντός αλλά και εκτός της χώρας της έδρας τους καθώς πιστεύουν πως δεν θα έχουν την ίδια διαπραγματευτική ικανότητα σε σχέση με τους άντρες συναδέλφους τους (Bazazo et all, 2017).

Μια εταιρική διαχωριστική οργανωτική κουλτούρα δημιουργεί ανισορροπίες και περιορισμούς όταν πρόκειται για προαγωγή σε υψηλές θέσεις. Σύμφωνα με τη θεωρία του ανθρώπινου κεφαλαίου, οι εργαζόμενοι που επενδύουν στον εαυτό τους μέσω εκπαίδευσης, επαγγελματικής κατάρτισης αυξάνουν την παραγωγικότητα τους, άρα αποτελούν καλύτερα στελέχη και επιλέγονται από τις επιχειρήσεις για εξέλιξη.

Αυτή η προσέγγιση, που υιοθετείται από αρκετές εταιρείες καθώς είναι πιο επικερδής, υποδηλώνει ότι πολλές γυναίκες στερούνται χρόνου εκτός των ωρών εργασίας για να επενδύσουν στην κατάρτιση, με αποτέλεσμα να αποκλείονται από ευκαιρίες προαγωγής (Freund, Hernandez-Maskivker, 2021)

## 2.2.2 Η κοινωνία ως φραγμός

Και ενώ η ίδια η επιχείρηση μπορεί να αποτελεί ένα σημαντικό φράγμα, όταν γίνει λόγος για εμπόδια, οι ερευνητές συμφωνούν πως η κοινωνία αποτελεί ίσως το μεγαλύτερο, στην κατάκτηση υψηλών θέσεων. Τελικά ο μεγαλύτερος πολέμιος στην εξέλιξη των γυναικών είναι η κοινωνία, οι κοινωνικές πεποιθήσεις και οι κοινωνικές αντιλήψεις. Οι κοινωνικοί κανόνες, όπως ο γάμος, η τεκνοποίηση και ορισμένες προσδοκίες σταδιοδρομίας, πιστεύεται ότι περιορίζουν την ικανότητα μιας γυναίκας να προοδεύσει ως μάνατζερ και να μετακινηθεί σε υψηλότερες θέσεις. Οι γυναίκες θεωρούνται κυρίως μητέρες και κατ' επέκταση σύζυγοι, και μέσω του γάμου και της απόκτησης παιδιών αποκτούν μια θέση στην κοινωνία και όχι μέσω της επαγγελματικής τους εξέλιξης (Marinakou, 2015).

Επιπλέον, οι υψηλές διοικητικές θέσεις στις επιχειρήσεις απαιτούν τακτικά και απόδειξη πίστης και αφοσίωσης προς την επιχείρηση, το οποίο μεταφράζεται σε πολλές ώρες εργασίας. Κάτι το οποίο γίνεται με κόστος την ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής. Οι γυναίκες αισθάνονται πιο ενοχικές να λείπουν περισσότερες ώρες από την οικογένειά τους και το σπίτι τους, μια απόφαση που πολύ πιο εύκολα λαμβάνουν οι άντρες χωρίς καθόλου τύψεις, αφού η κοινωνία τους συγχωρεί πιο εύκολα για τις πολλές ώρες εργασίας. Απότοκο είναι, οι γυναίκες να μην έχουν πρόσβαση σε διευθυντικές θέσεις σε πολυεθνικές επιχειρήσεις τουρισμού, που το περιβάλλον είναι αρκετά ανταγωνιστικό, αλλά κυρίως να επιλέγουν μικρές ή μεσαίες επιχειρήσεις (Stavrinoudis et al, 2021).



(Πηγή: <https://www.theempathicleader.net/blog/2017/11/9/organizational-strategies-for-breaking-the-glass-ceiling>)

Η Ελλάδα παραμένει μια παραδοσιακή κοινωνία η οποία εκσυγχρονίζεται με σταθερό αλλά αργό ρυθμό. Η ελληνική οικογένεια αποτελεί πυλώνα της κοινωνίας μας και μέσα σε αυτή ο ρόλος των φύλων συνεχίζει να παραμένει καταμερισμένος σύμφωνα με τις παλιότερες αντιλήψεις. Δηλαδή, πρωταρχικός σκοπός της γυναίκας είναι η φροντίδα της οικογένειας η γυναίκα πρέπει να φροντίζουν την οικογένεια και η επαγγελματική καριέρα έρχεται σε δεύτερη μοίρα (Μάμαλη, 2019).

### **2.2.3 Η εκπαίδευση ως φραγμός**

Η διαμόρφωση της ιδεολογίας ενός ατόμου ξεκινάει από την οικογένεια όπου εκεί υιοθετούνται οι πρώτες αξίες και τα παιδιά διδάσκονται τους ρόλους του φύλου τους. Τα υπόλοιπα στοιχεία τα λαμβάνουν μέσα στο σχολείο, το οποίο αποτελεί ίσως την πλέον «επίσημη» κοινωνικό/εκπαιδευτική δομή. Σ' αυτό οι ρόλοι των φύλων αποκτούν κοινωνικό περιεχόμενο και τα στερεότυπα των ρόλων, που αφορούν τον άνδρα και τη γυναίκα, γίνονται όλο και πιο αυστηρά. Σύμφωνα με έρευνες, το εκπαιδευτικό σύστημα στην πλειονότητα των περιπτώσεων αντανάκλα και αναπαράγει την ανισότητα των φύλων που υπάρχει στην κοινωνία και λειτουργεί εις βάρος των γυναικών. Συνθήκη λογική καθώς το σχολείο αποτελεί το μικρόκοσμο της ευρύτερης δομημένης κοινωνίας, και τείνει να διαιωνίζει τον κυρίαρχο ρόλο των αντρών.

Από την άλλη φυσικά, η εκπαίδευση, όταν οι συνθήκες είναι σωστές, μπορεί να γίνει το μέσον ώστε να διαμορφωθούν οι τάσεις για την προώθηση της ισότητας ανδρών και γυναικών ως πολιτική, σε όλους τους τομείς είτε επαγγελματικούς είτε όχι, να καλλιεργηθούν, δηλαδή, και να προωθηθούν κοινωνικές αλλαγές (Μαμαλη, 2019).

### **2.2.4 Η άμεση διαθεσιμότητα στον χώρο του Τουρισμού ως φραγμός**

Είναι γεγονός πως ο κλάδος του Τουρισμού έχει κάποιες μεγαλύτερες ιδιαιτερότητες σε σχέση με τους υπόλοιπους κλάδους. Το ιδιαίτερο ωράριο και η ανάγκη για άμεση διαθεσιμότητα του εργαζομένου είναι ένα από τα μεγαλύτερα εμπόδια σταδιοδρομίας και άρα της εξέλιξης των γυναικών στον τουρισμό. Αυτή η απαίτηση έρχεται σε

σύγκρουση με άλλους τομείς της ζωής όπως είναι η οικογένεια και η ανάγκη για σταθερό μισθό και ασφάλεια. Οι εργοδότες του συγκεκριμένου κλάδου αναμένουν από τους εργαζομένους να είναι διαθέσιμοι ανά πάσα ώρα και στιγμή που, ιδιαίτερα τους καλοκαιρινού μήνες που η ζήτηση είναι υψηλή. Αυτό δυσκολεύει τον προγραμματισμό της καθημερινότητας και απαιτεί αρκετές θυσίες από μέρους τους. Αυτή η ανάγκη που προκύπτει από τον τουρισμό αποτελεί φραγμό στην εξέλιξη μιας γυναίκας και προωθεί σε ανώτερες θέσεις κυρίως τους άντρες (Carvalho et al, 2018).

## 2.3 Το αρνητικό κόστος της Γυάλινης Οροφής

Το φαινόμενο της Γυάλινης Οροφής σαφώς επιφέρει ένα σημαντικό κόστος στις επιχειρήσεις στις οποίες υφίσταται. Δηλαδή απώλεια χρήματων αλλά και ιδεών. Πλέον, στις σύγχρονες επιχειρήσεις ένα σημαντικό στοιχείο είναι η ποικιλομορφία και η συμπερίληψη.

Η έννοια της ποικιλομορφίας στο χώρο στον επιχειρηματικό κόσμο αφορά την υιοθέτηση πολιτικών που αξιοποιούν ανθρώπους από ποικίλα εθνικά, φυλετικά, και άλλα υπόβαθρα (Cook, 2004). Κυρίως σε επίπεδο management, η σύσταση των ομάδων που παίρνουν διοικητικές αποφάσεις είναι πολύ σημαντική. Σε σχετικά ομοιογενείς ομάδες, η συμφωνία απόψεων και ιδεών μπορεί να οδηγήσει σε αρνητικά αποτελέσματα για μια επιχειρηματική απόφαση εφόσον λείπει η ποικιλομορφία και η δυνατότητα να ακούγονται πολλές διαφορετικές απόψεις ή προτάσεις (Brief, 2008).

Παράδειγμα της παραπάνω άποψης αποτελεί πείραμα που έγινε στα πλαίσια ενός συνεδρίου του αμερικανικού Ινστιτούτου Εκπαιδευτικών Εργαστηρίων (National Training Labs Institute) το 1983. Εκεί οι συμμετέχοντες χωρίστηκαν σε 3 ομάδες με στόχο να φτιάξουν μια απλή συσκευή συλλογής αυγών: μία ομάδα αποτελούνταν από άνδρες και γυναίκες, μία ομάδα μόνο με άνδρες και μία μόνο με γυναίκες. Η ομάδα που έφτιαξε την καλύτερη συσκευή ήταν αυτή στην οποία υπήρχαν και άνδρες και γυναίκες (Schreiberetal., 1993, Ραφαηλίδου, 2011).

Πολύ συχνά οι γυναίκες αντιλαμβάνονται το πιεστικό και άνισο κλίμα το οποίο υπάρχει σε επιχειρήσεις.

Επιπλέον, το γεγονός πως παρόλο τα προσόντα τους δεν θα μπορέσουν να έχουν την δυνατότητα να εξελιχθούν, δημιουργεί το αίσθημα της απογοήτευσης και έντονης δυσφορίας. Όταν οι γυναίκες αγανακτούν από τα καταπιεστικά εργασιακά περιβάλλοντα και από τα συνεχή και επίμονα εμπόδια στο δρόμο προς την κορυφή, γίνονται λιγότερο ανεκτικές στο φαινόμενο της γυάλινης οροφής. Έτσι, σαν μόνη διέξοδος μπροστά τους φαντάζει η αποχώρηση (Solomon, 2000).

Όταν οι γυναίκες από τις επιχειρήσεις, αρχικά δημιουργείται το κόστος αναπλήρωσης της θέσης που εκείνες αφήνουν κενή, επιπλέον όμως προκαλούν και άλλα μη φανερά κόστη, καθώς με την αποχώρησή τους, οι επιχειρήσεις χάνουν μέρος του

ανθρώπινου κεφαλαίου τους, που μεταφράζεται σε χαμένες δεξιότητες και σε ανεκμετάλλευτη επιχειρηματικότητα.

Επίσης, σε περίπτωση που οι εργασιακές συνθήκες είναι καλύτερες σε ανταγωνιστικές επιχειρήσεις, ενδέχεται να εξετάσουν το ενδεχόμενο να καταφύγουν εκεί παρέχοντας τις δεξιότητες σου στους ανταγωνιστές (Solomon, 2000).

## 2.4 Σπάζοντας την Γυάλινη Οροφή

Η συμπερίληψη είναι το κλειδί για την εξάλειψη αυτών των αόρατων φραγμών. Με τον όρο αυτό, εννοείται η ενσωμάτωση των γυναικών αλλά και όλων των μορφών διαφορετικότητας, αναγνωρίζοντας ότι εκτός από πτυχές όπως το φύλο, η ηλικία ή η εθνική καταγωγή, είναι επίσης σημαντικό να βασιστεί κανείς σε άτομα με διαφορετικό υπόβαθρο, εμπειρίες, στυλ συμπεριφοράς και δεξιότητες για την αύξηση της αποτελεσματικότητας μιας ομάδας και μεγιστοποίησης του κέρδους μιας επιχείρησης. Πλέον, οι επιχειρήσεις εφαρμόζουν πολιτικές ευαισθητοποίησης προκειμένου να εντάξουν τις γυναίκες σε όλα τα επίπεδα και κυρίως υψηλές θέσεις που λαμβάνονται επιχειρηματικές αποφάσεις,

Ορισμένα μέτρα που εφαρμόζουν οι εταιρείες περιλαμβάνουν, την προώθηση έξυπνων ενεργειών για το φύλο, όπως η ανάλυση συγκεκριμένων φραγμών για το φύλο εντός της εταιρείας και η άρση τους μέσω συντονισμένης δράσης ή η προώθηση ευέλικτων ρυθμίσεων εργασίας όπως η εργασία από το σπίτι. Οι ευέλικτες πρακτικές επαγγελματικής και προσωπικής ζωής είναι το κλειδί για τη διατήρηση των γυναικών ηγετών. Τέλος, οι εταιρείες θα πρέπει να δημιουργήσουν ένα ευνοϊκό περιβάλλον δημιουργώντας προγράμματα για τον εντοπισμό, την καλλιέργεια και την εκτίμηση των ταλαντούχων γυναικών υπαλλήλων (Freund, Hernandez-Maskivker, 2021).

Σύμφωνα με έρευνα της McKinsey & Company που πραγματοποιήθηκε σε επιχειρηματικούς οργανισμούς το 2010, διαπιστώθηκε πως η ίση εκπροσώπηση των φύλων στο επαγγελματικό χώρο υποστηρίχθηκε καλύτερα εκεί όπου μια εταιρεία είχε διοίκηση η οποία δεσμευόταν για ίση μεταχείρισή, προγράμματα ανάπτυξης των γυναικών και ένα σύνολο παραγόντων που παρακολουθούσαν την πρόοδο της

διαφορετικότητας, εξέταζαν διαδικασίες ανθρώπινου δυναμικού και παρείχαν υποστήριξη, όπως η φροντίδα των παιδιών (JohnsML. 2013).

Η ύπαρξη των προαναφερθέντων φραγμών είναι τόσο έντονη στον τουριστικό χώρο που υποσυνείδητα και άθελά τους γίνονται αποδεκτά ακόμη και από τις ίδιες τις γυναίκες, με αποτέλεσμα να πιστεύουν ότι δεν είναι ικανές να καταλάβουν υψηλές θέσεις. Το φαινόμενο της γυάλινης οροφής υφίσταται και χρειάζεται αρκετός χρόνος και σοβαρή επιχειρηματική πολιτική προκειμένου να ξεπεραστεί και να καταφέρουν να έχουν οι γυναίκες ίσες ευκαιρίες στην διοίκηση. Καθώς μια τέτοια αλλαγή θα μπορούσε να έχει θετικό αντίκτυπο τόσο σε επιχειρηματικό όσο και σε κοινωνικό ενώ τώρα οι επιχειρήσεις στερούνται σημαντικών ταλέντων από το εργατικό τους δυναμικό.

Οι επιχειρήσεις που συνειδητοποιούν και αναγνωρίζουν την απόδοση των γυναικών και τη σημασία της γυναικείας εργασίας επιτυγχάνουν υψηλότερους βαθμούς πίστης και εργασιακής ικανοποίησης των γυναικών εργαζομένων τους.

Επιπλέον, οι γυναίκες είναι ιδιαίτερα ελκυστικές υποψήφιες για τη διοίκηση ενός οργανισμού, καθώς μπορούν να υιοθετήσουν πιο εύκολα ένα στυλ διαχείρισης που ενθαρρύνει τη συμμετοχή όλων στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων και τείνουν να εφαρμόζουν μια φιλική προς τους εργαζόμενους πολιτική (Stavrinoudis et all, 2021).



## 2.5 Γυναίκες που έσπασαν την Γυάλινη Οροφή.

Η Γυάλινη Οροφή είναι ένα φαινόμενο που υπάρχει και υφίσταται σε σχεδόν σε όλους τους επαγγελματικούς χώρους δημιουργώντας έντονα προβλήματα στην εξέλιξη των γυναικών. Αν και οι γυναίκες αντιπροσωπεύουν σχεδόν το ήμισυ του παγκόσμιου πληθυσμού, μόνο ένας στους τέσσερις από τους σημερινούς πολιτικούς στον κόσμο είναι γυναίκες. Αυτός ο αριθμός μειώνεται σε λιγότερο από 7% όταν ισχύει για αρχηγούς κυβερνήσεων. Αν και ο διαχωρισμός των φύλων είναι έντονος τόσο σε κοινωνικό όσο και σε επαγγελματικό επίπεδο και τα εμπόδια στην επαγγελματική καριέρα μιας γυναίκας την δυσκολεύουν στην εξέλιξή της, υπάρχουν γυναίκες οι οποίες καταφέρνουν να σπάσουν την Γυάλινη Οροφή και να διαπρέψουν στον τομέα τους.

### 2.4.1 Η Νεότερη Γυναίκα Πρωθυπουργός

Παράδειγμα αποτελεί η Jacinda Ardern η νεότερη γυναίκα πρωθυπουργός της Νέας Ζηλανδίας τον Οκτώβριο του 2017. Μετά την εκλογή της η Jacinda Ardern έγινε και φεμινιστικό είδωλο μετά την απάντησή της σε ερώτηση κατά την διάρκεια μιας συνέντευξής όπου ερωτήθηκε αν σκοπεύει να κάνει παιδιά. Αρχικά, η Ardern είπε ότι δεν είχε πρόβλημα να απαντήσει στην ερώτηση. Την επόμενη μέρα, ωστόσο, όταν ένας άλλος συνεντευκτής υπονόησε ότι οι εργοδότες είχαν το δικαίωμα να γνωρίζουν εάν οι μελλοντικές γυναίκες εργαζόμενες σχεδίαζαν να πάρουν άδεια από την εργασία τους για να κάνουν παιδιά, η Ardern απάντησε πολύ πιο δυναμικά:

*«Αποφάσισα να μιλήσω γι' αυτό, ήταν επιλογή μου..., αλλά για άλλες γυναίκες είναι εντελώς απαράδεκτο το 2017 να λένε ότι οι γυναίκες πρέπει να απαντήσουν σε αυτήν την ερώτηση στο χώρο εργασίας. Είναι η απόφαση της γυναίκας για το πότε θα επιλέξει να κάνει παιδιά. Δεν θα πρέπει να προκαθορίζει εάν τους δίνεται δουλειά ή αν έχουν ευκαιρίες εργασίας» (Tara, Times Magazine, Britannica).*

## 2.4.2 Η πρώτη γυναίκα που πήγε στο διάστημα

Στις 16 Ιουνίου 1963, η Σοβιετική αστροναύτης Βαλεντίνα Τερέσκοβα έγινε η πρώτη γυναίκα στο διάστημα. Πέρασε σχεδόν τρεις ημέρες σε τροχιά πριν επιστρέψει στη Γη. Επιλέχθηκε από περισσότερους από 400 υποψηφίους και πέντε φιναλίστ για να πιλοτάρει το Vostok 6 τον Ιούνιο του 1963. Προς τιμήν των επιτευγμάτων της, η Τερέσκοβα έλαβε τα δύο υψηλότερα δυνατά παράσημα της πρώην Σοβιετικής Ένωσης, τα βραβεία Τάγματος Λένιν και το βραβείο του Ήρωα της Σοβιετικής Ένωσης (Truman, 2019).



(Πηγή : <https://www.maggiegermano.com/blog/women-who-broke-the-glass-ceiling-in-their-industry>)

## 2.4.3 Η πρώτη Ολυμπιονίκης

Η Charlotte Cooper έγινε η πρώτη γυναίκα που κέρδισε Ολυμπιακό μετάλλιο αφού παρακολούθησε τους Θερινούς Ολυμπιακούς Αγώνες του 1900 στο Παρίσι, τους πρώτους Ολυμπιακούς Αγώνες στους οποίους επετράπη να συμμετάσχουν οι γυναίκες (Truman, 2019).



(Πηγή : <https://www.marieclaire.com.au/women-who-broke-glass-ceiling>)

# Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup>: Ερευνητικό Μέρος

## 3.1 Σκοπός

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι να πραγματοποιήσει έρευνα με σκοπό να εξετάσει κατά πόσο το φαινόμενο της Γυάλινης Οροφής υφίσταται στον επαγγελματικό χώρο της Ελλάδας και αν πλήττει τις Ελληνίδες εργαζόμενες στον κλάδο του Τουρισμού. Για την επίτευξη αυτού του σκοπού κρίθηκε αναγκαίο να πραγματοποιηθεί μια έρευνα μέσω ερωτηματολογίων που στοχεύει στο να εξετάσει την προσωπική άποψη γυναικών εργαζομένων. Πιο συγκεκριμένα, μέσω των κατάλληλων ερωτήσεων προσπαθεί να εξετάσει τις εργασιακές συνθήκες των Ελληνίδων γυναικών που απασχολούνται στον Ελληνικό Τουρισμό και να εξετάσει εάν και σε τι βαθμό το φαινόμενο της Γυάλινης Οροφής παρατηρείται στις ελληνικές επιχειρήσεις.

## 3.2 Μεθοδολογία

Για την επίτευξη αυτού του σκοπού, δημιουργήθηκε από την συγγραφέα ένα ερωτηματολόγιο το οποίο δεν ακολουθεί κάποια συγκεκριμένη μεθοδολογία, δεν είναι σταθμισμένο και δεν έχει χρησιμοποιηθεί ξανά σε έρευνα. Το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο διαφοροποιεί τις ερωτήσεις του ανάλογα με τα αίτια τα οποία δημιουργούν την εμφάνιση του φαινομένου της Γυάλινης Οροφής. Πιο αναλυτικά το ερωτηματολόγιο χωρίζεται σε 3 κατηγορίες ερωτήσεων που εξετάζουν τους παράγοντες εμφάνισης του φαινομένου της Γυάλινης Οροφής :

- Παράγοντες που σχετίζονται με το εργασιακό περιβάλλον.
- Παράγοντες που σχετίζονται με το κοινωνικό/πολιτικό περιβάλλον της χώρας.
- Προσωπικοί παράγοντες.

Επιπλέον, το ερωτηματολόγιο περιλάμβανε και γενικά δημογραφικά στοιχεία καθώς όλοι οι συμμετέχοντες, ερωτήθηκαν για την ηλικία, τον ευρύτερο τομέα τουρισμού στον οποίο απασχολούνται, το μορφωτικό επίπεδο καθώς και το μέγεθος της εταιρείας στην οποία εργάζονται.

Το ερωτηματολόγιο που συντάχθηκε ήταν αμερόληπτο, σαφές και χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος των ερωτηματολογίων προσωπικής συμπλήρωσης (self-report).

Στο παρόν ερωτηματολόγιο χρησιμοποιήθηκε η κλίμακα Likert η οποία αποτελεί μια κλίμακα κλειστού τύπου, αναγκαστικής επιλογής. Για την δημιουργία του ερωτηματολογίου χρησιμοποιήθηκε η Εφαρμογή googleforms, μια εφαρμογή της Google που επιτρέπει στους χρήστες να δημιουργούν ηλεκτρονικά ερωτηματολόγια και αποστάλθηκε στους ερωτηθέντες μέσω ηλεκτρονικής αλληλογραφίας.

Το ερωτηματολόγιο παρατίθεται στο παράρτημα της παρούσας εργασίας.

### 3.3 Ορισμός Πληθυσμού

Στην έρευνα συμμετείχαν συνολικά 63 άτομα. Το σύνολο των ερωτηματολογίων ήταν έγκυρο και δεν υπήρχαν ελλιπή/λάθος συμπληρωμένα ερωτηματολόγια. Η δειγματοληψία ήταν τυχαία, εθελοντική και ανώνυμη.

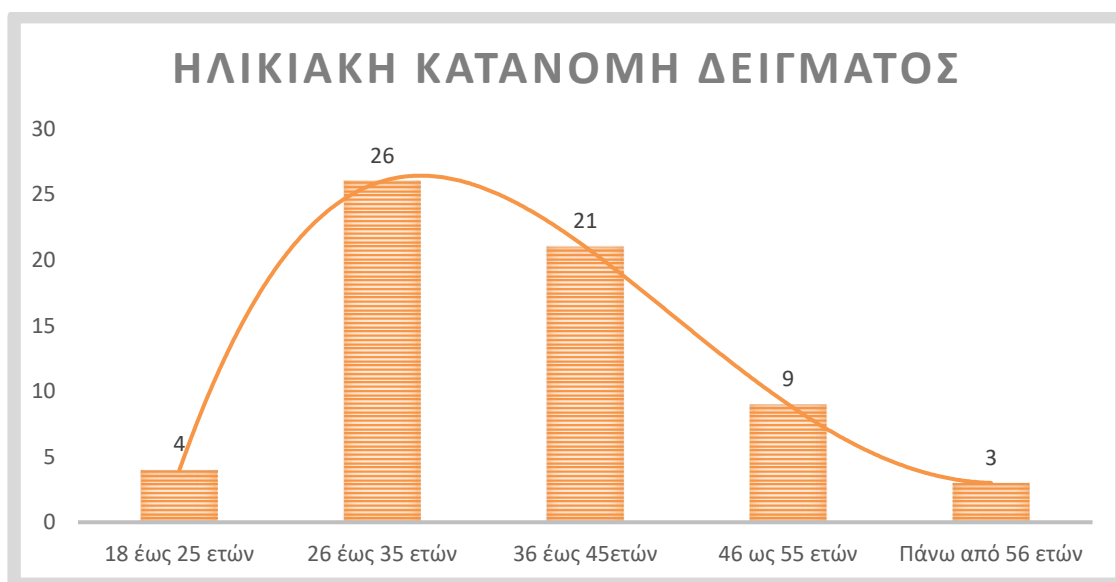
ΟΡΙΣΜΟΣ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ	
Στοιχείο	Άτομα ηλικίας από 18 ετών
Μονάδα Δειγματοληψίας	Γυναίκες που εργάζονται στον Τομέα του Τουρισμού
Έκταση	Ελληνική Επικράτεια
Χρονική Περίοδος	19/06/2022-16/07/2022

# Κεφάλαιο 4<sup>ο</sup>: Στατιστική ανάλυση

## 4.1 Χαρακτηριστικά του δείγματος

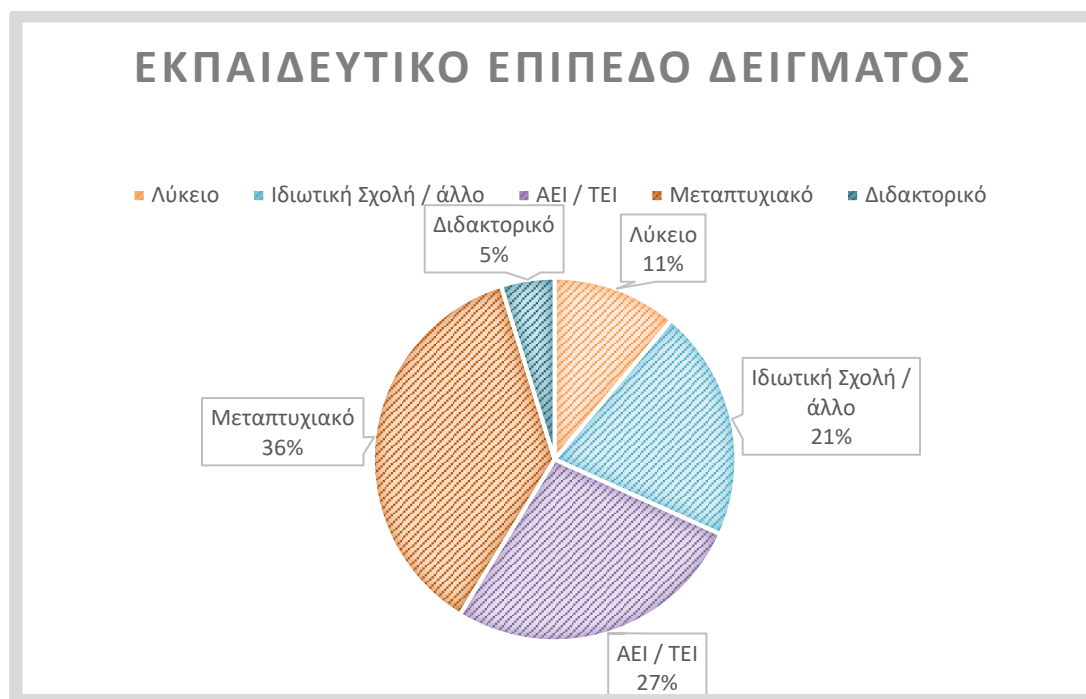
Όπως αναφέρθηκε και στο προηγούμενο κεφάλαιο το ερωτηματολόγιο συμπληρώθηκε από 63 άτομα. Το πρώτο τμήμα του ερωτηματολογίου περιείχε πληροφορίες για την ηλικία των συμμετεχόντων, το μορφωτικό επίπεδο τον τομέα εργασίας μέσα στην επιχείρηση καθώς και το μέγεθος της επιχείρησης στην οποία απασχολούνται.

Στο παρακάτω διάγραμμα απεικονίζεται η ηλικιακή κατανομή του δείγματος. Χρησιμοποιήθηκε μεγάλο εύρος στην κλίμακα με σκοπό να είναι πιο εύκολο να συμπληρωθεί το ερωτηματολόγιο από τους ερωτηθέντες καθώς αποτελεί την πρώτη ερώτηση. Η πιθανοτική καμπύλη δείχνει πως ο μέσος όρος του δείγματος είναι 35.5 έτη (Γράφημα 1).



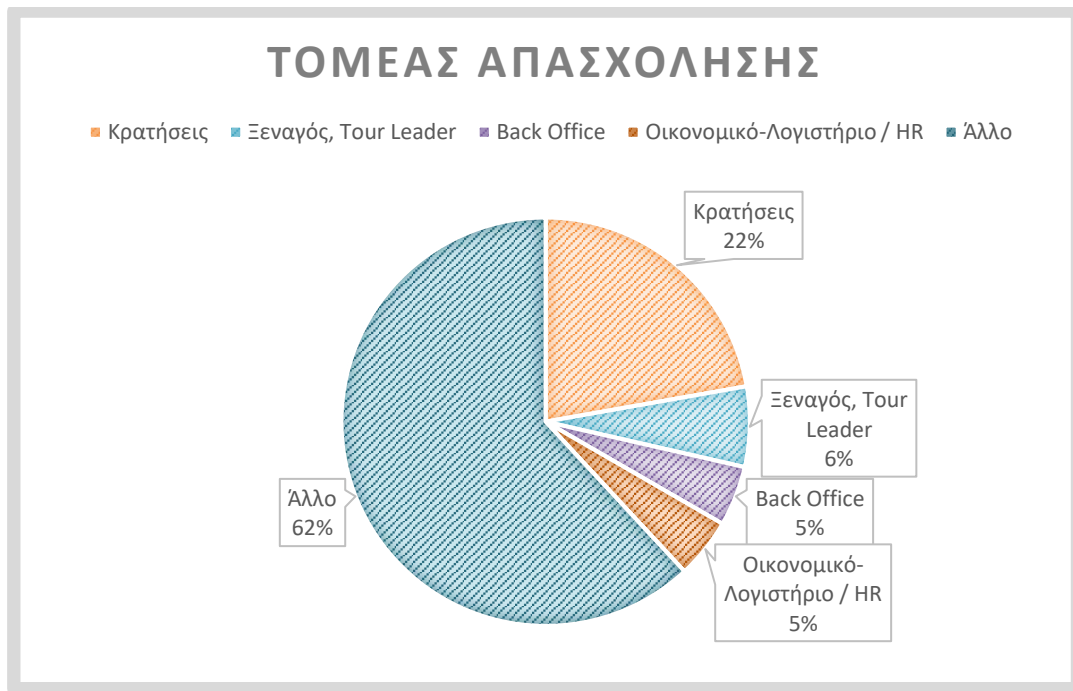
Γράφημα 1: Ηλικιακή κατανομή δείγματος

Στην συνέχεια τα άτομα που συμμετείχαν στην έρευνα ερωτήθηκαν για την εκπαίδευση του έχουν λάβει. Από το σύνολο των ερωτηθέντων το 11% έχει τελειώσει λύκειο και δεν έχει συνεχίσει με τις σπουδές, 21% δήλωσε πως έχει τελειώσει Ιδιωτική Σχολή, το 27% έχουν αποφοιτήσει από ΑΕΙ/ΤΕΙ, το 36% κατέχει Μεταπτυχιακό τίτλο ενώ το 5% έχει αποκτήσει Διδακτορικό (Γράφημα 2).



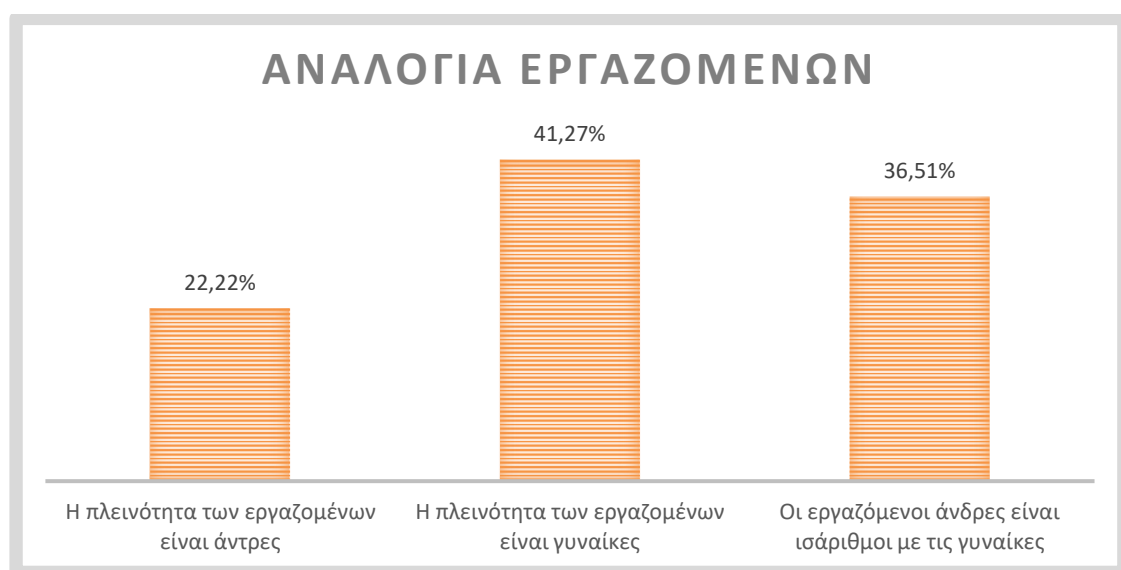
**Γράφημα 2: Εκπαιδευτικό επίπεδο δείγματος**

Από το συνολικό δείγμα, το 22,22% απασχολείται στις κρατήσεις, το 6,35% εργάζεται ως Ξεναγός ή Tour Leader, δηλαδή συνοδεύει το γκρουπ των τουριστών στις εκδρομές, το 4,76% στο οικονομικό τμήμα μιας τουριστικής επιχείρησης όπως Λογιστήριο, HR, Treasury, 4,76% Backoffice, ενώ το 61,9% σε κάποιον άλλο τομέα. Στον ποσοστό 62% αυτό περιλαμβάνονται θέσεις σε ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, και σε εποχικές επιχειρήσεις (Γράφημα 3).



**Γράφημα 3: Τομέας Απασχόλησης**

Το 47,27% των ερωτηθέντων εργάζεται σε εταιρεία όπου το μεγαλύτερο ποσοστό των εργαζομένων είναι γυναίκες, το 36,51% σε επιχειρήσεις που η αναλογία εργαζομένων γυναικών σε σχέση με άντρες είναι περίπου ίδια, ενώ μόλις το 22,22% σε επιχειρήσεις που κυριαρχούν αριθμητικά οι άντρες (Γράφημα 4).



**Γράφημα 4: Αναλογία εργαζομένων**



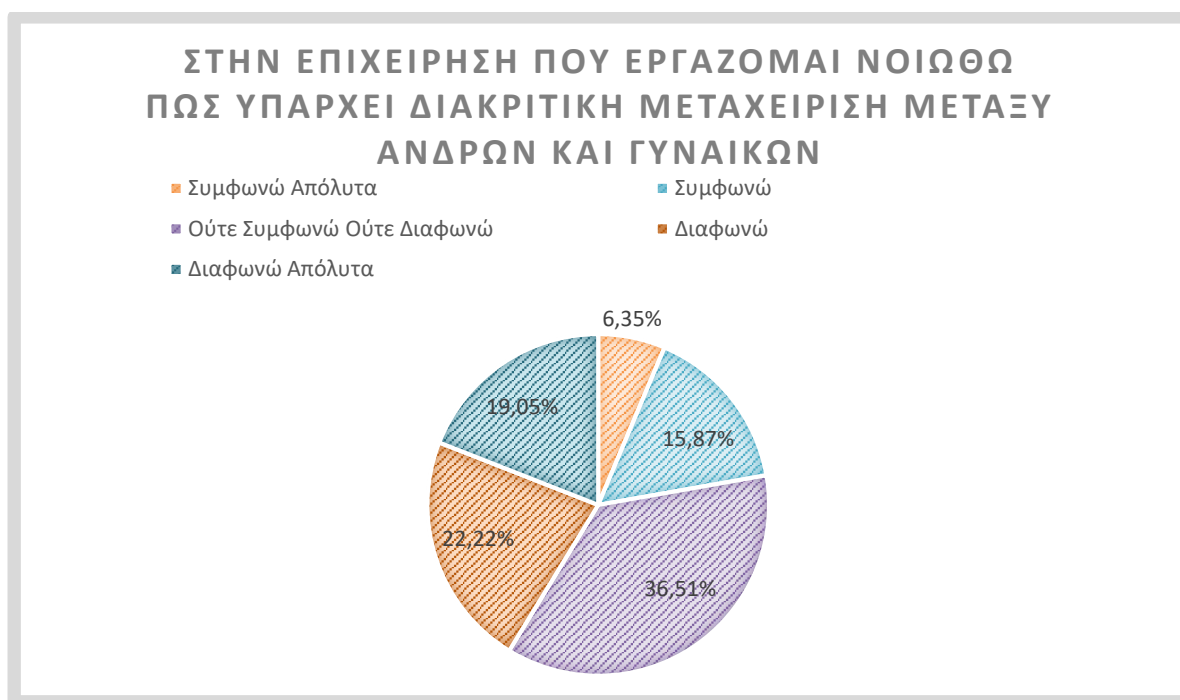
Ζητήθηκε από το δείγμα πληροφορίες για το μέγεθος της επιχείρησης στην οποία εργάζονται και 17,46% δήλωσε πώς εργάζονται σε οικογενειακή επιχείρηση, το 25,4% σε πολύ μικρή επιχείρηση κάτω των 50 ατόμων, το 7,94% απασχολείται σε επιχείρηση έως 50 ατόμων συνολικό προσωπικό. Εν συνεχεία, το 19,05% απασχολείται σε μεσαίου μεγέθους επιχείρηση δηλαδή απασχολούμενο προσωπικό από 50 έως 200 άτομα, το 17,46% σε επιχείρηση 100 έως 200 άτομα, ενώ μόλις το 12,7% απασχολείται σε πολυεθνική (Γράφημα 5).



**Γράφημα 5: Μέγεθος Επιχείρησης**

## 4.2 Ανάλυση Ερωτηματολογίου

Η πρώτη ερώτηση στην οποία κλήθηκαν να απαντήσουν οι ερωτηθέντες αφορούσε την προσωπική άποψη και την αίσθηση που αποκομίζουν οι ίδιοι από την επιχείρηση στην οποία εργάζονται. Μόλις το 6,35% δήλωσε πως Συμφωνεί Απόλυτα με το γεγονός πως υφίσταται το φαινόμενο της Γυάλινης Οροφής στην επιχείρηση την οποία εργάζονται σήμερα, και το 15,87% Συμφωνεί επίσης. Το μεγαλύτερο ποσοστό, δηλαδή το 36,51% του δείγματος, δήλωσε πως Ούτε Συμφωνεί Ούτε Διαφωνεί, το 22,22% Διαφωνεί με το γεγονός πως υπάρχει το φαινόμενο της Γυάλινης Οροφής και τέλος το 19,05% Διαφωνεί Απόλυτα (Γράφημα 6).



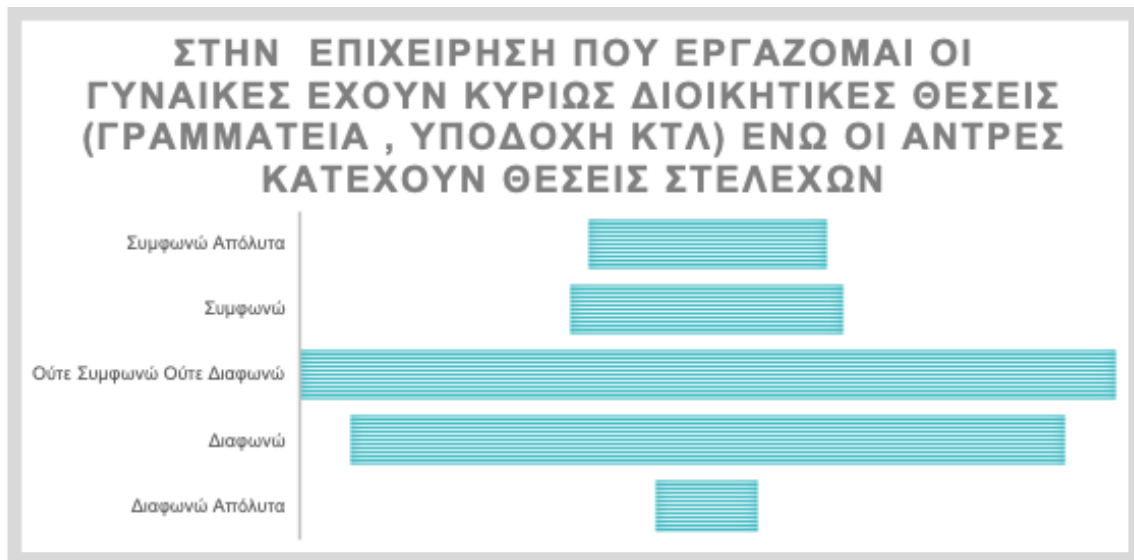
**Γράφημα 6: Άποψη ερωτηθέντων για το φαινόμενο της Γυάλινης Οροφής στο εργασιακό τους περιβάλλον**

Η επόμενη ερώτηση αφορούσε την προώθηση εργαζομένων σε διευθυντικές θέσεις. Το 7,94% Συμφωνεί Απόλυτα με την άποψη πως στο εργασιακό τους περιβάλλον προωθούνται περισσότερο οι άντρες σε σχέση με τις γυναίκες, το 20,63% Συμφωνεί, το 31,75% Ούτε Συμφωνεί Ούτε Διαφωνεί, ενώ το 26,98% Διαφωνεί και το 12,7% Διαφωνεί Απόλυτα (Γράφημα 7).



**Γράφημα 7: Άποψη ερωτηθέντων για την προώθηση ανδρών έναντι γυναικών ως στελέχη**

Το 11,11% του δείγματος Συμφωνεί Απόλυτα με την άποψη πως στον εργασιακό του χώρο οι γυναίκες έχουν διοικητικά καθήκοντα (όπως γραμματειακή υποστήριξη, υποδοχή κτλ) και το 12,7% Συμφωνεί επίσης. Το 38,1% Ούτε Συμφωνεί, Ούτε Διαφωνεί, ενώ το 4,76% Διαφωνεί και το 33,33% Διαφωνεί Απόλυτα (Γράφημα 8).

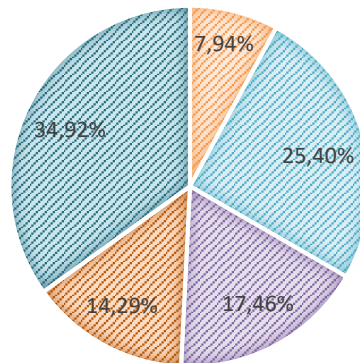


**Γράφημα 8: Άποψη ερωτηθέντων για την κατάταξη των εργασιακών ρόλων**

Το επόμενο ζήτημα που έθιξε το ερωτηματολόγιο αφορούσε τις ευκαιρίες εκπαίδευσης που προσφέρονται από τις επιχειρήσεις. Μόλις το 7,94% των ερωτηθέντων Συμφωνεί Απόλυτα πως οι εργοδότες τους παρέχουν συνεχή πρόσβαση στην εκπαίδευση και την επαγγελματική κατάρτιση, το 25,4% Συμφωνεί. Το 17,46% Ούτε Συμφωνεί, Ούτε Διαφωνεί, το 14,29% Διαφωνεί και θεωρεί πως προσφέρονται αρκετές ευκαιρίες επιμόρφωσης στον επαγγελματικό τους χώρο και τέλος το 34,29% Διαφωνεί Απόλυτα (Γράφημα 9).

**Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΣΤΗΝ ΟΠΟΙΑ ΕΡΓΑΖΟΜΑΙ  
ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ ΣΥΝΕΧΩΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ  
(ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ, ΗΜΕΡΙΔΕΣ, ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΕΙΣ)**

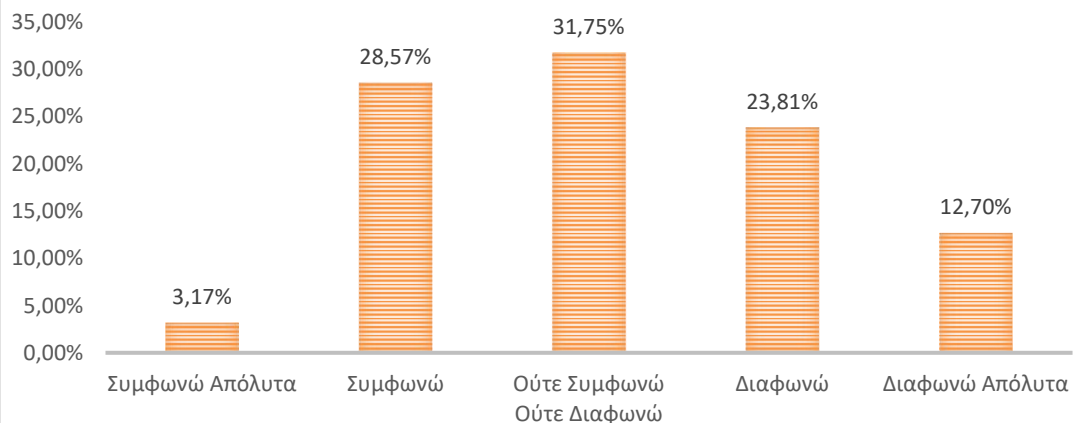
■ Συμφωνώ Απόλυτα ■ Συμφωνώ ■ Ούτε Συμφωνώ Ούτε Διαφωνώ ■ Διαφωνώ Απόλυτα ■ Διαφωνώ



**Γράφημα 9: Άποψη ερωτηθέντων για προσφορά εκπαίδευσης από τους εργοδότες**

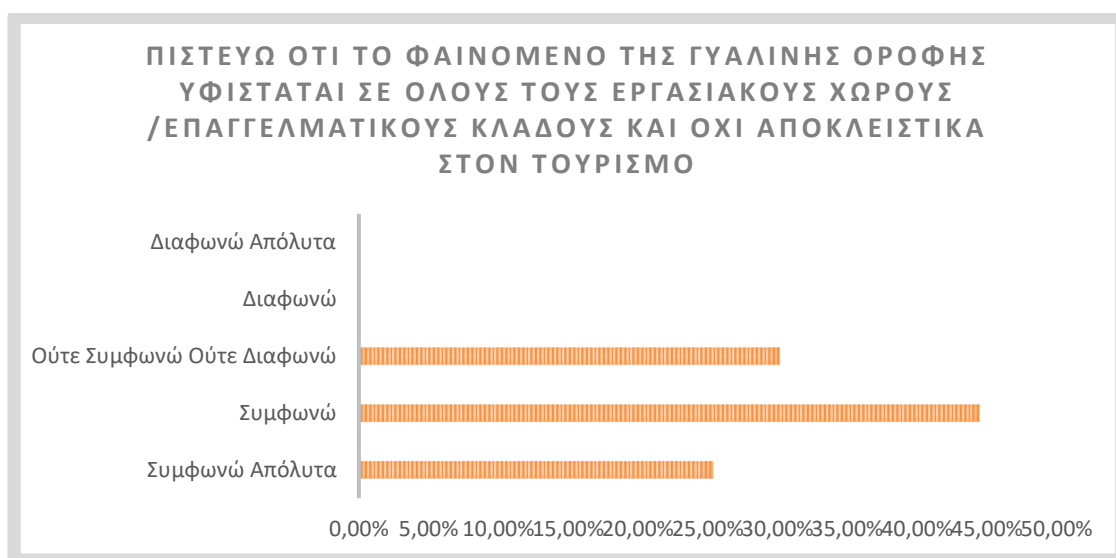
Στην συνέχεια εξετάστηκε το γεγονός πόσο εύκολα μπορούν οι γυναίκες εργαζόμενες να διεκδικήσουν αύξηση μισθού για την εργασία τους χωρίς αναστολές ή περαιτέρω προβληματισμό. Τα αποτελέσματα φαίνονται αναλυτικά στο Γράφημα 10.

**ΝΟΙΩΘΩ ΑΝΕΤΑ ΝΑ ΔΙΕΚΔΙΚΗΣΩ ΑΥΞΗΣΗ ΑΠΟ  
ΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ ΜΟΥ**



**Γράφημα 10: Άποψη ερωτηθέντων για την ευκολία διεκδίκησης αύξησης μισθού**

Το επόμενο ερώτημα της λίστας ήταν κοινωνικού χαρακτήρα και αφορούσε την άποψη του δείγματος για την ύπαρξη ή μη του φαινομένου της Γυάλινης Οροφής και στους υπόλοιπους εργασιακούς κλάδους. Το 25,40% των ερωτηθέντων δήλωσε πως Συμφωνεί Απόλυτα με το γεγονός πως το προαναφερόμενο φαινόμενο υφίσταται στο σύνολο του εργασιακού χώρου, το 44,44% Συμφωνεί και τέλος το 30,16% Ούτε Συμφωνεί, Ούτε Διαφωνεί. Είναι αξιοπρόσεκτο πως κανένας ερωτηθέν δεν διαφώνησε της ύπαρξη της Γυάλινης Οροφής στον ευρύτερο Ελληνικό εργασιακό χώρο (Γράφημα 11).

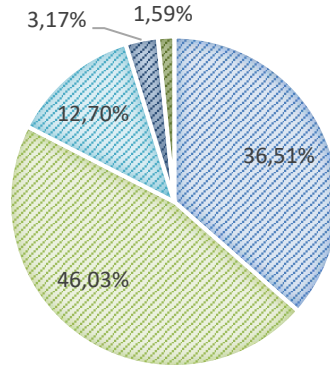


**Γράφημα 11: Άποψη ερωτηθέντων για την ύπαρξη Φαινομένου Γυάλινης Οροφής στον εργασιακό χώρο εκτός Τουρισμού**

Ακολούθως, το 36,51% Συμφωνεί Απόλυτα με την άποψη πως η κυβέρνηση δεν έχει λάβει τα απαραίτητα μέτρα για την εργασιακή ισότητα, το 46,03% Συμφωνεί και το 12,7% Ούτε Συμφωνεί, Ούτε Διαφωνεί. Αντιθέτως 3,7% Διαφωνεί και το 1,59% Διαφωνεί Απόλυτα, θεωρώντας πως οι απαραίτητες κινήσεις έχουν γίνει από την μεριά της Ελληνική κυβέρνησης για την ύπαρξη ισότητας μεταξύ των φύλων στον επαγγελματικό χώρο (Γράφημα 12).

**Η ΚΥΒΕΡΝΗΣΗ ΔΕΝ ΕΧΕΙ ΛΑΒΕΙ ΤΑ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΑ  
ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΝΑ ΕΠΙΤΕΥΧΘΕΙ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ  
ΙΣΟΤΗΤΑ**

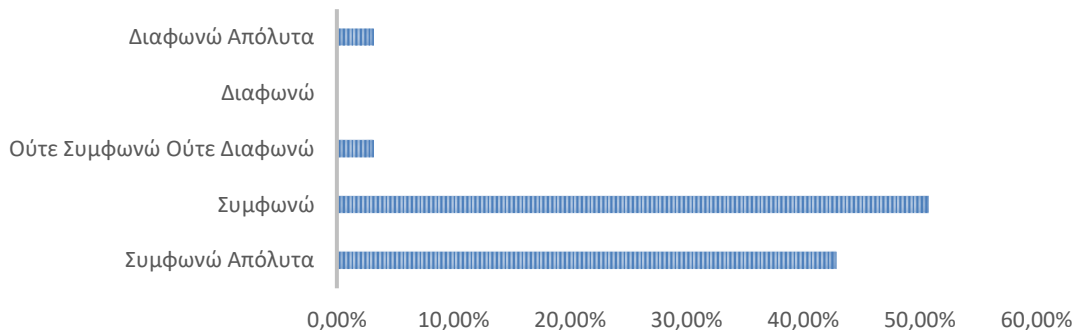
■ Συμφωνώ Απόλυτα ■ Συμφωνώ ■ Ούτε Συμφωνώ Ούτε Διαφωνώ ■ Διαφωνώ ■ Διαφωνώ Απόλυτα



**Γράφημα 12: Άποψη ερωτηθέντων για την ύπαρξη ή μη μέτρων από την μεριά της Κυβέρνησης**

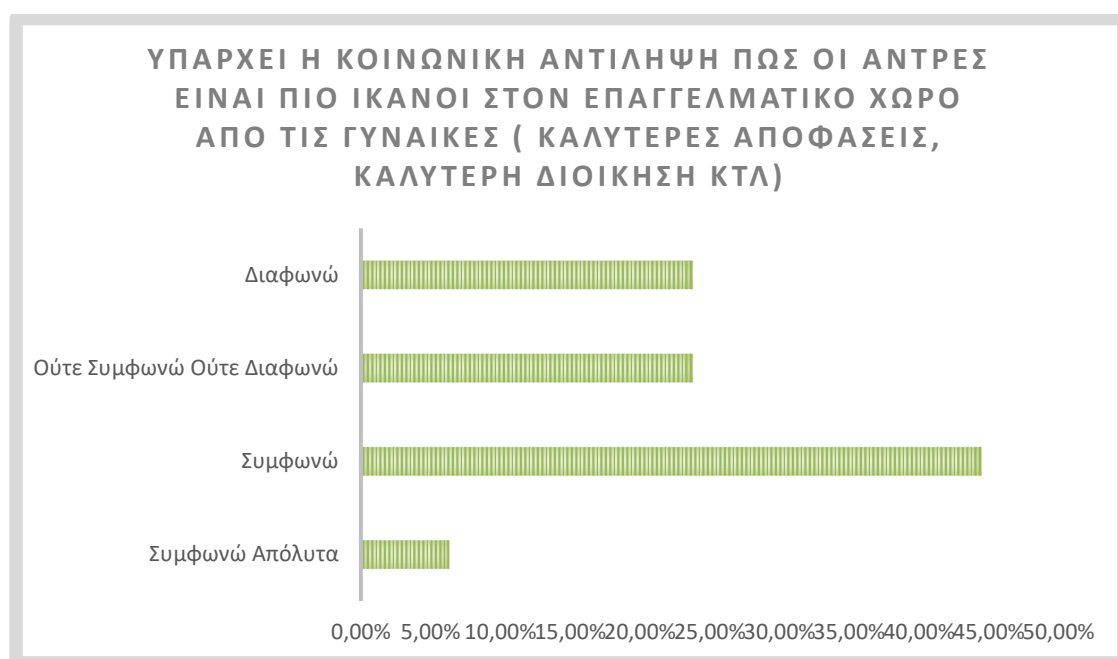
Σχετικά με την ερώτηση για την αναγκαιότητα ύπαρξης και επιβολής επιπλέον μέτρων από την κυβέρνηση προς τις επιχειρήσεις το 42,86% Συμφώνησε Απολύτως, το 50,79 Συμφώνησε. Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων αναγνωρίζουν την αναγκαιότητα επιβολής πρόσθετων μέτρων και ένα μικρό ποσοστό μόλις 3,17% Διαφωνεί (Γράφημα 13).

**Η ΚΥΒΕΡΝΗΣΗ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΕΙ  
ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΑ ΜΕΤΡΑ ΤΑ ΟΠΟΙΑ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ  
ΑΚΟΛΟΥΘΟΥΝ ΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΠΡΟΚΕΙΜΕΝΟΥ ΝΑ  
ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΕΙ ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΓΥΑΛΙΝΗΣ ΟΡΟΦΗΣ**



**Γράφημα 13: Άποψη ερωτηθέντων για την αναγκαιότητα επιπλέον μέτρων από την κυβέρνηση**

Η παγιωμένη κοινωνική αντίληψη ότι οι άνδρες είναι πιο ικανοί στον επαγγελματικό χώρο είναι μια βαθιά ριζωμένη ιδέα που κληρονομείται από τις προηγούμενες γενιές. Το 6,35% του δείγματος Συμφωνεί Απόλυτα πως υπάρχει και στον σύγχρονο εργασιακό χώρο η παγιωμένη αυτή κοινωνική αντίληψη και το 44,44% Συμφωνεί. Το 23,81% Ούτε Συμφωνεί, Ούτε Διαφωνεί. Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι το 23,81% Διαφωνεί και θεωρεί πως η παραπάνω άποψη είναι παρωχημένη και απαξιωμένη πλέον και τέλος το 1,59% Διαφωνεί Απόλυτα (Γράφημα 14).



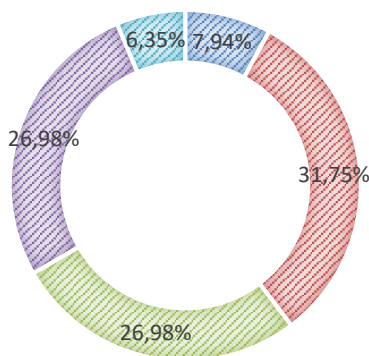
**Γράφημα 14: Άποψη ερωτηθέντων για την παγιωμένη αντίληψη της ικανότητας των ανδρών**

Το επόμενο ερώτημα αφορούσε την πρόσβαση στην μετα-πανεπιστημιακή εκπαίδευση των γυναικών. Η εκπαίδευση μετά το πανεπιστήμιο αποτελεί πολύ σημαντικό στοιχείο της επαγγελματικής εξέλιξης των γυναικών καθώς τους προσφέρει επιπλέον εφόδια και γνώσεις. Το 7,94% Συμφωνεί Απόλυτα με την άποψη πως η περιορισμένη πρόσβαση στις μετα-πανεπιστημιακές σπουδές αποτελεί τροχοπέδη για την καριέρα των γυναικών και το 31,75% Συμφωνεί. Το 26,98% Ούτε Συμφωνεί, Ούτε Διαφωνεί ενώ το 26,98% Διαφωνεί και το 6,35% Διαφωνεί Απόλυτα (Γράφημα 15).



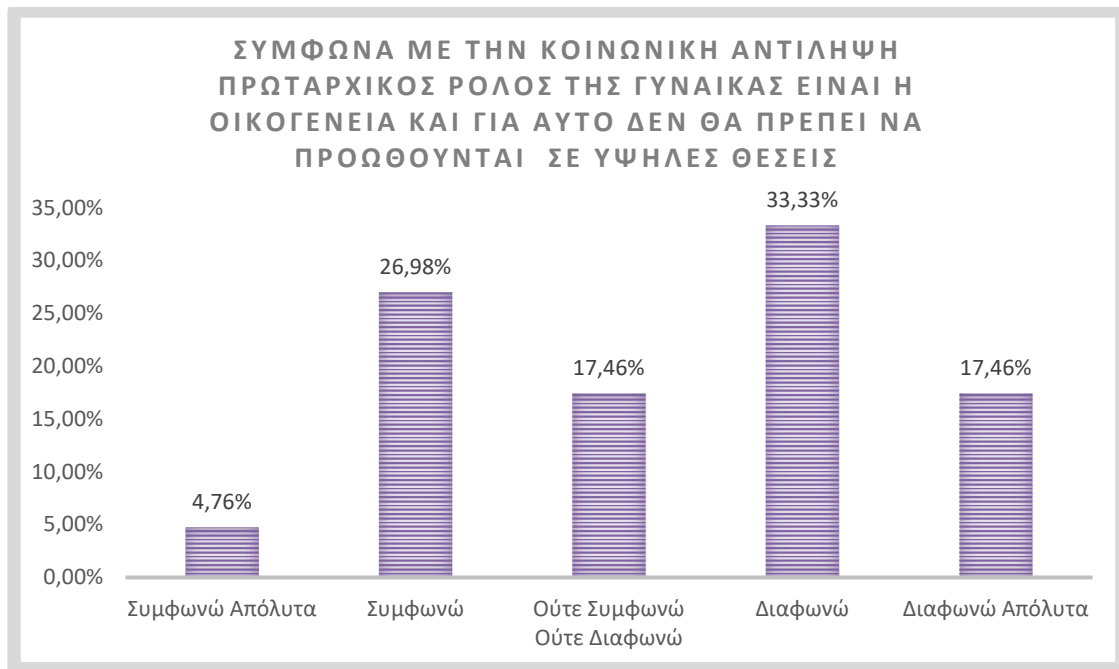
ΟΙ ΓΥΝΑΙΚΕΣ ΕΧΟΥΝ ΠΙΟ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗ ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΤΗΝ  
ΜΕΤΑ-ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ (ΛΟΓΩ  
ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΩΝ ΥΠΟΧΡΕΩΣΩΝ) ΜΕ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΝΑ  
ΜΗΝ ΕΧΟΥΝ ΙΣΕΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΑΝΕΛΙΞΗΣ

■ Συμφωνώ Απόλυτα ■ Συμφωνώ ■ Ούτε Συμφωνώ Ούτε Διαφωνώ ■ Διαφωνώ ■ Διαφωνώ Απόλυτα



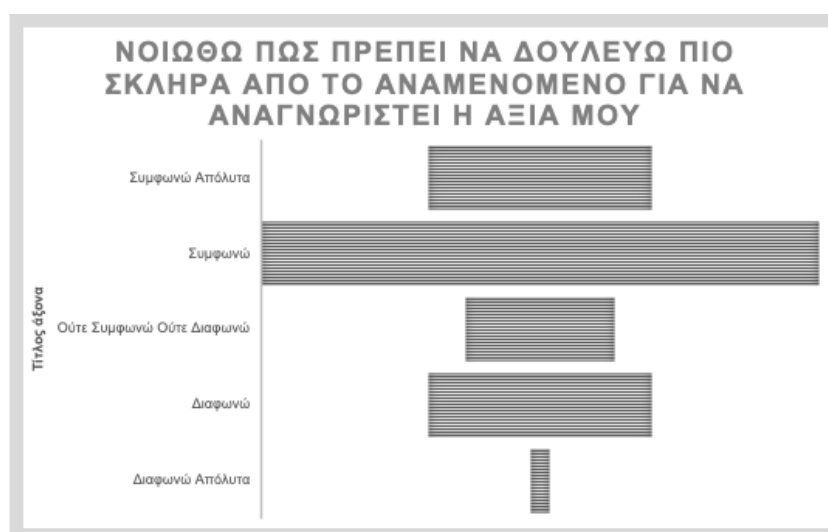
**Γράφημα 15: Άποψη ερωτηθέντων για την πρόσβαση των γυναικών στην μετα-πανεπιστημιακή εκπαίδευση**

Όπως έχει προαναφερθεί και στα παραπάνω κεφάλαια, στην κοινωνία μας είναι παγιωμένη η πεποίθηση πως ο κύριος ρόλος της γυναίκας, ακόμα και σήμερα, είναι η φροντίδα της οικογένειας. Το 4,76% του δείγματος Συμφωνεί Απόλυτα με την άποψη πως εξαιτίας αυτής παγιωμένης αντίληψης οι γυναίκες δεν προωθούνται σε υψηλόβαθμες θέσεις, το 26,98% Συμφωνεί και το 17,46% Ούτε Συμφωνεί, Ούτε Διαφωνεί. Ένα σημαντικό ποσοστό 33,33% Διαφωνεί με την προαναφερθείσα άποψη και το 17,46% Διαφωνεί Απόλυτα (Διάγραμμα 16).



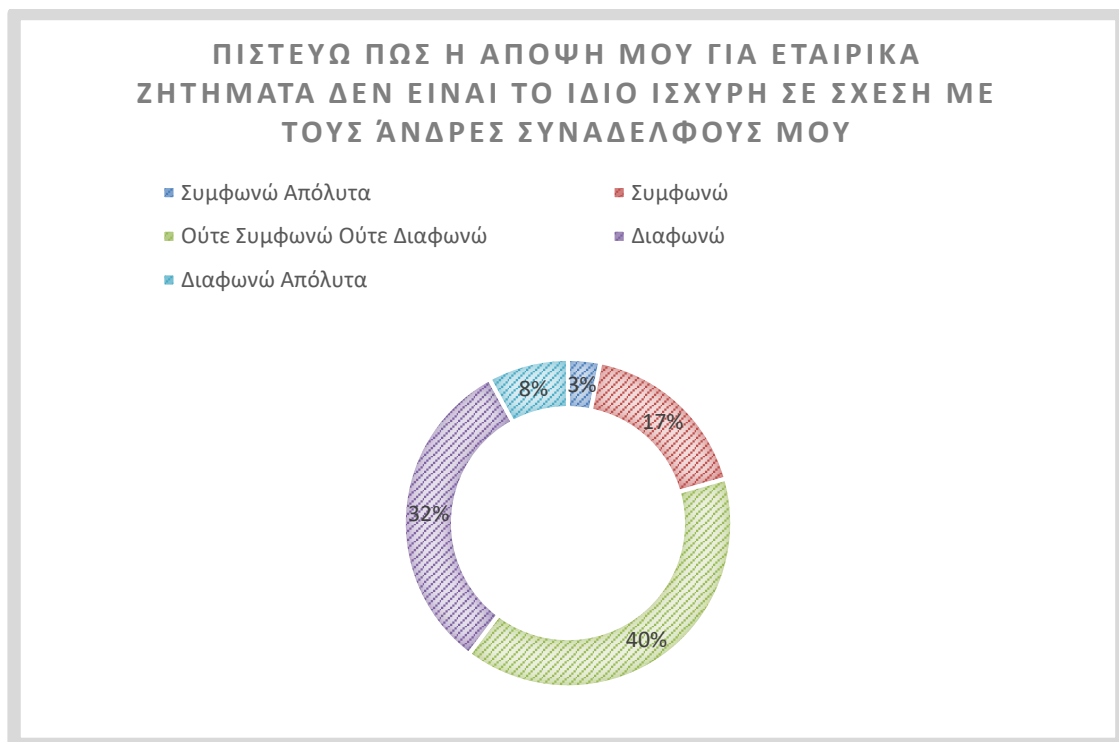
**Γράφημα 16: Άποψη ερωτηθέντων για την επαγγελματική εξέλιξη σε σχέση με την κοινωνική αντίληψη της θέσης της γυναίκας**

Το 19,05% του δείγματος Συμφωνεί Απόλυτα πως οι γυναίκες πρέπει να δουλεύουν πιο σκληρά σε σχέση με το αναμενόμενο για να αναγνωριστεί η αξία τους στον εργασιακό τους χώρο, το 47,62% Συμφωνεί και το 12,7% Ούτε Συμφωνεί, Ούτε Διαφωνεί. Αντίθετα το 19,05% Διαφωνεί με την παραπάνω άποψη και το 1,59% Διαφωνεί Απόλυτα (Γράφημα 17).



### Γράφημα 17: Άποψη ερωτηθέντων για την αναγνώριση της αξίας τους στον εργασιακό χώρο

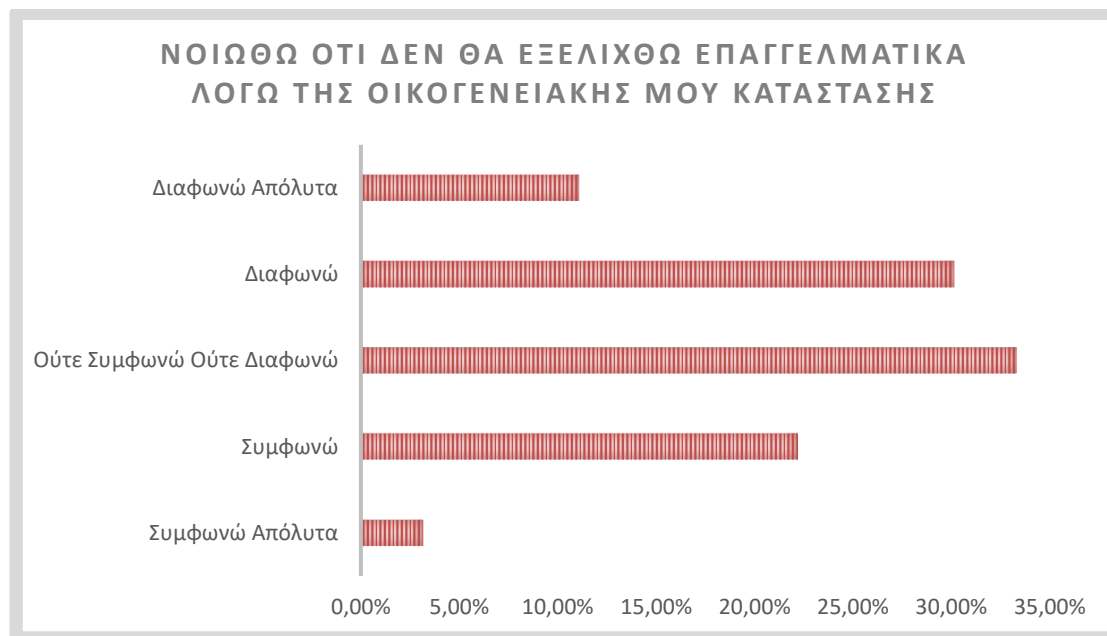
Στην συνέχεια οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν αν πιστεύουν πως η άποψη τους είναι το ίδιο ισχυρή σε σχέση με των αντρών στον επαγγελματικό τους χώρο. Το 3,17% του δείγματος Συμφωνεί Απόλυτα και το 17,46 Συμφωνεί πως η άποψη τους δεν λαμβάνεται το ίδιο ισχυρή σε σχέση με αυτή των αντρών άποψη σε σημαντικά επαγγελματικά ζητήματα. Το 39,68% Ούτε Συμφωνεί, Ούτε Διαφωνεί ενώ το 31,75% Διαφωνεί θεωρώντας πως η άποψη τους λαμβάνεται ως το ίδιο ισχυρή σε σχέση με των αντρών. Τέλος το 7,94% Διαφωνεί Απόλυτα (Γράφημα 18).



### Γράφημα 18: Άποψη ερωτηθέντων για το κατά πόσο λαμβάνεται η επαγγελματική τους γνώμη ως ισχυρή.

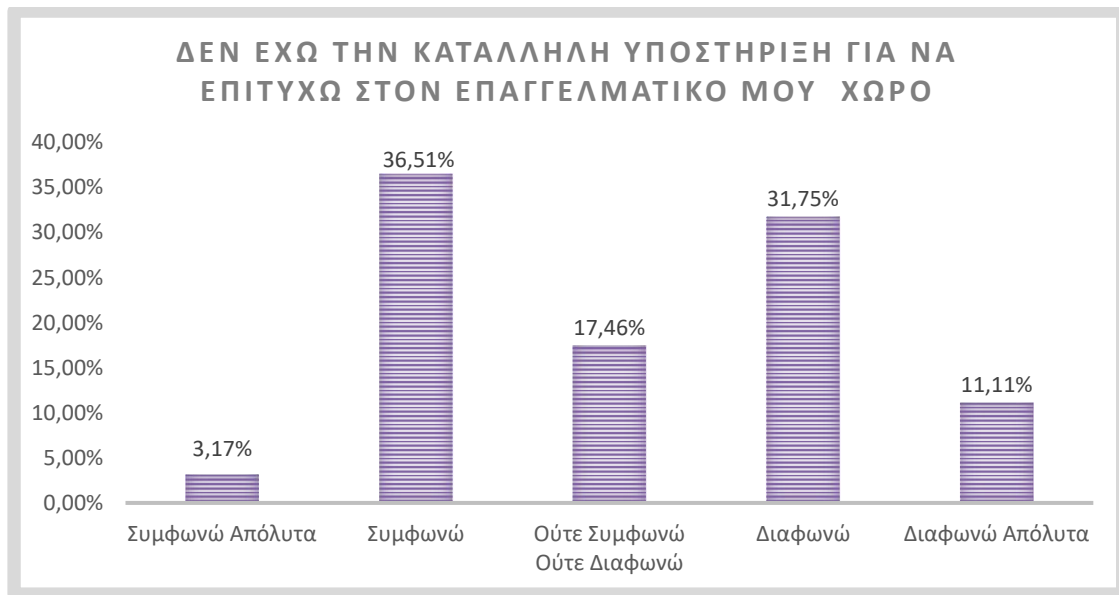
Στην συνέχεια, το 3,17% Συμφωνεί Απόλυτα με το γεγονός πως νοιώθουν πως δεν θα εξελιχθούν στην καριέρα τους λόγω της οικογενειακής τους κατάστασης, το 22,22% Συμφωνεί, το 33,33% Ούτε Συμφωνεί, Ούτε Διαφωνεί. Το 30,16% Διαφωνεί

θεωρώντας πως η ύπαρξη οικογένειας δεν θα αποτελέσει εμπόδιο στην επαγγελματική τους ανέλιξη και το 11,11% Διαφωνεί Απόλυτα. (Γράφημα 19).



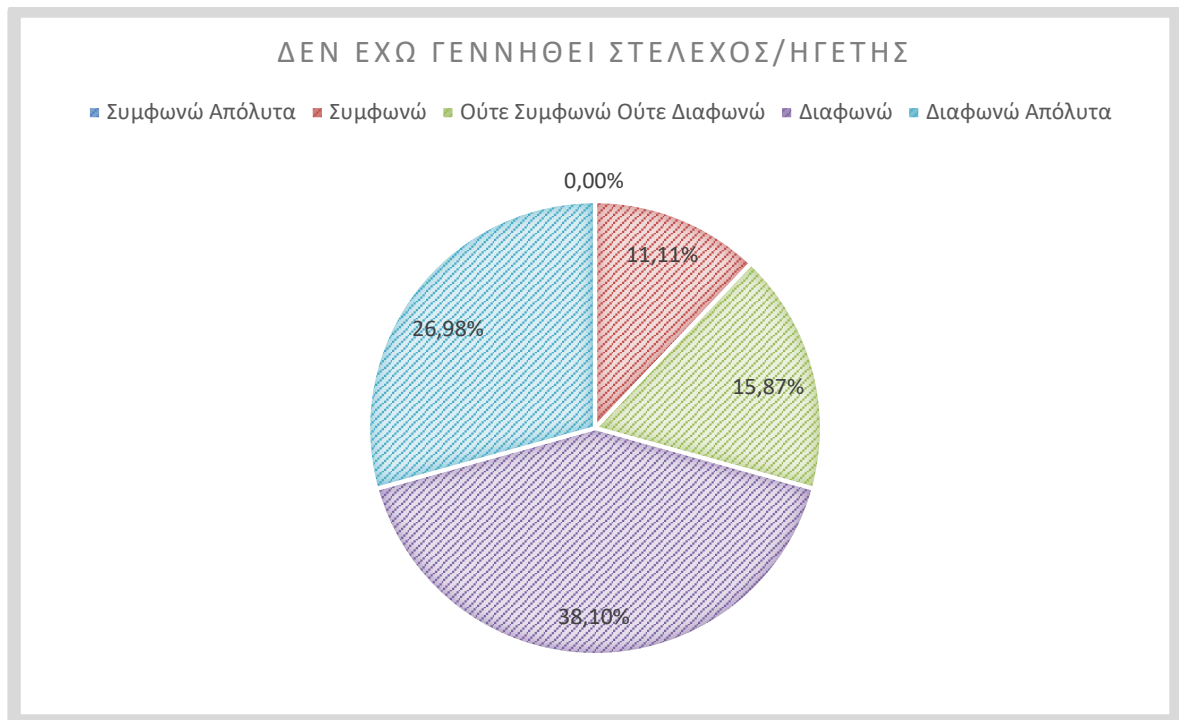
**Γράφημα 19: Άποψη ερωτηθέντων για την οικογένεια ως εμπόδιο στην επαγγελματική ανέλιξη.**

Η υποστήριξη από την οικογένεια, από τις εκάστοτε κυβερνήσεις και τέλος από την ίδια την εταιρεία-εργοδότη αποτελεί σημαντικό παράγοντά στην επαγγελματική εξέλιξη των γυναικών. Σύμφωνα με τις απαντήσεις του δείγματος, το 3,17% Συμφωνεί Απόλυτα με την άποψη πως δεν τους παρέχεται η κατάλληλη υποστήριξη για να μπορέσουν να επιτύχουν και να αναπτύξουν την καριέρα τους, το 36,51 Συμφωνεί και το 17,46% Ούτε Συμφωνεί, Ούτε Διαφωνεί. Αντίθετα το 31,75% Διαφωνεί και το 11,11% Διαφωνεί Απόλυτα (Γράφημα 20).



**Γράφημα 20: Άποψη ερωτηθέντων για την υποστήριξη ως κινητήρια δύναμη**

Η επόμενη ερώτηση αφορούσε την προσωπική άποψη του δείγματος για την ηγετικές του ικανότητες στον εργασιακό χώρο. Το 7,94% Συμφωνεί Απόλυτα με την άποψη πως δεν έχουν γεννηθεί στελέχη ή να ηγούνται μιας επιχείρησης, το 11,11% Συμφωνεί και το 15,87% Ούτε Συμφωνεί, Ούτε Διαφωνεί. Στην συνέχεια, το 38,10% Διαφωνεί και το 26,98% Διαφωνεί Απόλυτα θεωρώντας πως ανάμεσα στις ικανότητές τους η ηγεσία μιας επιχείρησης είναι μια από αυτές (Γράφημα 21).

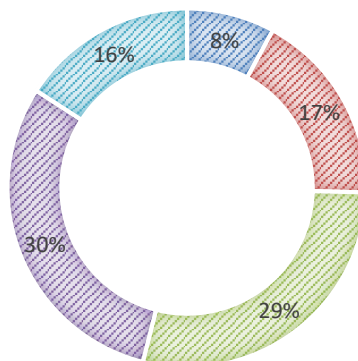


**Γράφημα 21: Άποψη ερωτηθέντων για τις ηγετικές τους ικανότητες**

Τελευταία ερώτηση του ερωτηματολογίου αποτέλεσε το αν οι άνδρες αμείβονται καλύτερα σε σχέση με τις γυναίκες συναδέλφους για την ίδια θέση εργασίας. Το 7,94% Συμφώνησε Απόλυτα, το 17,46% Συμφώνησε, το 28,57% Ούτε Συμφωνεί, Ούτε Διαφωνεί με την παραπάνω άποψη. Το 30,16% Διαφώνησε και το 15,87% Διαφώνησε Απολύτως θεωρώντας πως για την ίδια θέση εργασίας υπάρχει και η ίδια αμοιβή στον εργασιακό τους χώρο. (Γράφημα 22)

**ΟΙ ΑΝΔΡΕΣ ΣΥΝΑΔΕΦΛΟΙ ΑΜΟΙΒΟΝΤΑΙ ΚΑΛΥΤΕΡΑ ΑΠΟ  
ΕΜΕΝΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΙΔΙΑ ΘΕΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ.**

■ Συμφωνώ Απόλυτα ■ Συμφωνώ ■ Ούτε Συμφωνώ Ούτε Διαφωνώ ■ Διαφωνώ ■ Διαφωνώ Απόλυτα



**Γράφημα 22: Άποψη ερωτηθέντων για την ισότητα αμοιβής στην εργασία**

## Κεφάλαιο 5<sup>ο</sup>: Συμπεράσματα Έρευνας

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι να εξεταστεί το φαινόμενο της Γυάλινης Οροφής στον κλάδο του Τουρισμού σε Ελληνικές επιχειρήσεις. Το ερωτηματολόγιο ήταν χωρισμένο στις εξής κατηγορίες

- Χαρακτηριστικά δείγματος όπως ηλικία, εκπαίδευση, τομές εργασίας.
- Ερωτήσεις που σχετίζονται με παράγοντες που αφορούν με το εργασιακό περιβάλλον.
- Ερωτήσεις που σχετίζονται με παράγοντες κοινωνικούς και πολιτικούς.
- Προσωπικοί παράγοντες και προσωπικές αντιλήψεις των ερωτηθέντων.

Το δείγμα αποτελείται από γυναίκες εργαζόμενες στον κλάδο του Τουρισμού. Το 50% σχεδόν του δείγματος αποτελείται από γυναίκες ηλικίας 26 έως 45 ετών δηλαδή άτομα που βρίσκονται στην πιο παραγωγική και δημιουργική ηλικία. Επίσης ένα μεγάλο ποσοστό του δείγματος (σε ποσοστό περίπου 68%) διαθέτει ανώτατη εκπαίδευση καθώς έχουν δίπλωμα Ανώτατης σχολής και μεταπτυχιακές σπουδές. Το αποτέλεσμα αυτό δείχνει πως πλέον οι σύγχρονες εργαζόμενες γυναίκες φροντίζουν για την μόρφωση και την κατάρτιση τους. Πλέον οι γυναίκες έχουν ανεμπόδιστη πρόσβαση στο εκπαιδευτικό σύστημα και εισέρχονται στην εργασία ακόμα πιο δυναμικά.

Ένα πολύ σημαντικό εύρημα της έρευνας έδειξε πως οι τουριστικές επιχειρήσεις απασχολούν κυρίως γυναικείο προσωπικό καθώς το 41,27% του ερωτηθέντου πληθυσμού απάντησε πως εργάζεται σε επιχειρήσεις όπου αριθμητικά περισσότερες είναι οι γυναίκες ενώ μόνο το 22,22% εργάζεται σε επιχειρήσεις όπου υπάρχουν περισσότεροι εργαζόμενοι άνδρες. Αυτό επιβεβαιώνει την υπόθεση που είχε γίνει σε προηγούμενο κεφάλαιο πως ο Τουρισμός λόγω της φύσης του απασχολεί περισσότερες εργαζόμενες σε σχέση με άντρες. Αυτό ισχύει γιατί γυναίκες προτιμώνται σε θέσεις όπως υποδοχή, καθαριότητα κτλ που διαχρονικά θεωρούνται πιο «κατάλληλες» θέσεις εργασίες για γυναίκες.



Αρχικά, το πιο εντυπωσιακό εύρημα της έρευνας ήταν το γεγονός πως το σύνολο των ερωτηθέντων συμφώνησε με το γεγονός ότι το φαινόμενο της Γυάλινης Οροφής υφίσταται σε όλους τους επαγγελματικούς κλάδους και επιχειρησιακούς χώρους (25,4% Συμφωνώ Απόλυτα, 44,44% Συμφωνώ, 30,16% Ούτε Συμφωνώ ούτε Διαφωνώ)– και δεν υπήρξε καμία απάντηση Διαφωνίας. Αυτό σημαίνει πως το φαινόμενο είναι υπαρκτό, εμφανές και εμποδίζει τις γυναίκες να εξελιχθούν.

Όσο αφορά στους παράγοντες του φαινομένου της Γυάλινης, οι ερωτηθέντες κρατούν μια πιο ουδέτερη στάση προς αυτούς που εντοπίζονται στον επιχειρηματικό κόσμο, δηλαδή εμπόδια τα οποία δημιουργούνται από τις ίδιες τις επιχειρήσεις. Πιο συγκεκριμένα, παρατηρούμε πως παρουσιάζονται ουδέτεροι στο γεγονός πως οι γυναίκες κατέχουν διοικητικές θέσεις στις Τουριστικές επιχειρήσεις χωρίς αυξημένα καθήκοντα, ενώ οι άνδρες αντίθετα λαμβάνουν θέσεις στελεχών. Συγκεκριμένα μόλις το 11,11% συμφώνησε απόλυτα με την παραπάνω άποψη και το 33,33% διαφώνησε θεωρώντας πως και οι γυναίκες λαμβάνουν εξίσου θέσεις ισχύος. Επίσης ουδέτερη παρουσιάστηκε η γνώμη του δείγματος και στην μεταχείριση του εργοδότη μεταξύ των δυο φύλων με μόλις το 22,2% να συμφωνεί με την άποψη πως οι άνδρες συνάδελφοι αντιμετωπίζουν ευνοϊκότερη μεταχείριση από την εργοδοσία σε σχέση με τις γυναίκες ενώ το 36,51% απάντησε πως ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν.

Εν συνεχεία, επίσης ουδέτερη ήταν και η απάντηση τους στο ερώτημα, αν πιστεύουν πως στον εργασιακό τους χώρο προωθούνται πιο έντονα σε διευθυντικές θέσεις άντρες σε σχέση με γυναίκες. Το 32% κράτησε ουδέτερη στάση και μόλις το 29% Συμφώνησε.

Τέλος, επίσης ουδέτερες απαντήσεις λάβαμε σχετικά με την άνεση που νοιώθουν οι ερωτηθέντες εργαζόμενοι στην διεκδίκηση αύξηση μισθού. Το 31,75% απάντησε πως ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί, το 28,57% νοιώθει άνετα να αντιμετωπίσει τον εργοδότη και το 23,81% δεν αισθάνεται άνεση στο να ζητήσει επιπλέον χρήματα για την εργασία του. Αντιθέτως, οι περισσότεροι ερωτηθέντες πιστεύουν πως η επιχείρηση δεν τους προσφέρει ευκαιρίες εξέλιξης μέσω εκπαιδεύσεων (σεμινάρια, καταρτίσεις κτλ) με το 49% του δείγματος να διαφωνεί (14,29% Διαφωνεί Απόλυτα, 34,92% Διαφωνεί).

Οι ερωτηθέντες θεωρούν πως δεν υπάρχει χάσμα αμοιβής στον τουριστικό χώρο, καθώς το 46% διαφωνεί με την άποψη πως οι άνδρες συνάδελφοι αμείβονται καλύτερα με μόλις το 25,5% να συμφωνεί (7,94% Συμφωνώ Απόλυτα, 17,46% Συμφωνώ).

Απεναντίας, το αποτέλεσμα της έρευνας έδειξε πως το δείγμα θεωρεί πως η Κυβέρνηση είναι ένας σημαντικός παράγοντας ύπαρξης της Γυάλινης Οροφής. Το 82,5% θεωρεί πως η ίδια η κυβέρνηση δεν έχει λάβει τα αναγκαία μέτρα για να μπορέσει να επιτευχθεί η ισότητα στον επαγγελματικό χώρο (μόλις το 5% διαφώνησε με αυτή την άποψη) και το 94% θεωρεί πως είναι επιτακτική ανάγκη η κυβέρνηση να επιβάλλει στις επιχειρήσεις μέτρα για την απαλοιφή της Γυάλινης Οροφής.

Συμπερασματικά, οι εργαζόμενες στον κλάδο του Τουρισμού πιστεύουν πως είναι ευθύνη των κυβερνήσεων να βοηθήσουν την γυναίκα εργασία και να λάβουν και να επιβάλλουν μέτρα ώστε να μπορέσει να επιτευχθεί ισότητα στον επαγγελματικό κόσμο.

Οι κοινωνικές αντιλήψεις και παγιωμένες πεποιθήσεις είναι ένα φαινόμενο το οποίο παρατηρείται σε κάθε κοινωνία, ακόμα και τις πιο σύγχρονες. Οι ερωτηθέντες συμφωνούν με την άποψη πως υπάρχει ριζωμένη η κοινωνική πεποίθηση πως οι άνδρες είναι πιο ικανοί σε διαχείριση καταστάσεων και αυτό τους κάνει καλύτερα στελέχη. Το 51% θεωρεί πως η κοινωνία αντιμετωπίζει τους άνδρες ως πιο ικανούς και άρα έχουν περισσότερες πιθανότητες εξέλιξης.

Επιπλέον, σύμφωνα με το αποτέλεσμα της έρευνας, φαίνεται πως η χρόνια παγιωμένη πεποίθηση ότι η θέση της γυναίκας είναι η φροντίδα της οικογένειας τείνει να εξαλείφει και για αυτό ακριβώς το λόγο δεν υπάρχουν πλέον σημαντικοί περιορισμοί στην πρόσβαση των γυναικών στην εκπαίδευση. Γεγονός που επιβεβαιώνεται με το ότι το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος κατέχει μετα-λυκειακή εκπαίδευση.

Τέλος, σύμφωνα με το ερευνητικό αποτέλεσμα της διπλωματικής οι γυναίκες κρίνουν απαραίτητο πως πρέπει να δουλεύουν πιο σκληρά από το αναμενόμενο για να μπορέσει να αναγνωριστεί η αξία τους στον εργασιακό τους χώρο, κάτι το οποίο δεν παρατηρείτο τόσο συχνά με τους άνδρες, με το 67% του δείγματος να συμφωνεί με αυτή την άποψη (19,05% Συμφωνεί Απόλυτα , 47,62% Συμφωνεί). Οι γυναίκες αντιμετωπίζονται συχνά με καχυποψία όταν αναγκάζονται να λείψουν από τα επαγγελματικά τους καθήκοντα λόγω τοκετού ή όταν λαμβάνουν γονικές άδειες με αποτέλεσμα να πρέπει να εργάζονται ακόμα πιο σκληρά για να αναπληρώσουν τον χρόνο εκτός εταιρείας και να αποδείξουν την αξία τους.

Τα προσωπικά εμπόδια στο φαινόμενο της Γυάλινης Οροφής τείνουν να εκλείψουν καθώς οι εργαζόμενες νοιώθουν όλο και πιο δυνατές και σίγουρες για την αξία τους. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το γεγονός πως 65% του πληθυσμού πιστεύει

Μαρία Μπομπαντωνάκη, Χίος 2022.

πως έχει ηγετικές ικανότητες με σε αντίθεση με το 19% που δεν συμφωνεί με την άποψη αυτή και το 16% που παραμένει ουδέτερο.

## Προτάσεις

Σε θεωρητικό επίπεδο, οποιοδήποτε εργαζόμενος διαθέτει τις κατάλληλες γνώσεις και προσόντα, έχει την δυνατότητα να εξελιχθεί στον εργασιακό του χώρο. Η θεωρία όμως, διαφέρει από την πράξη και ενώ για κάποιους ανθρώπους η επαγγελματική εξέλιξη είναι φυσικό επακόλουθο της εργασίας τους, για τις γυναίκες δεν μπορεί να ειπωθεί το ίδιο.

Η «γυάλινη οροφή» αποτελεί ένα μεταφορικό όρο που χρησιμοποιείται για να χαρακτηρίσει όλες τις δυσκολίες και τα εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες όταν προσπαθούν να προσχωρήσουν σε διευθυντικές ιεραρχίες. (Powell, Butterfield, 2015). Αποτελεί ένα γεγονός που υφίσταται σχεδόν σε όλους τους επαγγελματικούς χώρους, μικρούς ή μεγάλους και σε όλες τις χώρες του κόσμου.

Για την εξάλειψη του φαινομένου αυτού πρέπει να υπάρχουν λύσεις τόσο από την κοινωνία, όσο και από το κράτος και τις επιχειρήσεις. Οι προσπάθειες πιθανόν να είναι μακρόχρονες και θα πρέπει να συμμετέχουν τόσο άνδρες όσο και γυναίκες.

Αρχικά, οι κοινωνίες θα πρέπει να εξαλείψουν την αναχρονιστική αντίληψη πως υπάρχουν γυναικεία και ανδρικά επαγγέλματα. Αυτό είναι πιθανόν να υλοποιηθεί με την κατάλληλη εκπαίδευση των παιδιών από την προσχολική ηλικία ακόμα ώστε να αποκτήσουν υγιείς απόψεις για τα δυο φύλα. Τα σχολεία θα πρέπει να καταρτίσουν εκπαιδευτικά προγράμματα που μαθαίνουν στους μαθητές την ισότητα των δυο φύλων και την σημασία της αξίας της γυναίκας τόσο στην κοινωνία όσο και στον επαγγελματικό χώρο.

Επιπλέον, οι γυναίκες θα πρέπει να σταματήσουν να αυτό-περιορίζονται και να θέτουν οι ίδιες όρια στον εαυτό τους όσο αφορά στην επαγγελματική τους καριέρα. Θα πρέπει, οι ίδιες εργαζόμενες γυναίκες να καταλάβουν πως η Γυάλινη οροφή είναι -σε τελική ανάλυση- γυάλινη και αυτό σημαίνει ότι μπορεί να σπάσει.

Στην συνέχεια, είναι γεγονός, πως το κράτος αποτελεί τον μεγαλύτερο αρωγό στην εξάλειψη του φαινομένου της Γυάλινης Οροφής, δεδομένο που επιβεβαίωσε και το αποτέλεσμα της έρευνας που πραγματοποιήθηκε στην παρούσα εργασία. Είναι πολύ σημαντικό, η εκάστοτε κυβέρνηση να βοηθήσει την μητρότητα αλλά και την επανένταξη των μητέρων στον εργασιακό χώρο.

Η μητρότητα πρέπει να προστατεύεται αρχικώς οικονομικά. Επιπλέον, παιδικοί/βρεφονηπιακοί σταθμοί θα πρέπει να επιδοτούνται σε όλες τις εργαζόμενες μητέρες ώστε να μπορούν να ανταπεξέλθουν στις επαγγελματικές τους υποχρεώσεις.

Επίσης, θα πρέπει να δημιουργηθούν κοινωνικοί μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί χρηματοδοτούμενοι από τις κυβερνήσεις, οι οποίοι θα παρακολουθούν το φαινόμενο της Γυάλινης Οροφής, και θα μπορούν να προσφέρουν συμβουλευτική. Κατά την διάρκεια εκπόνησής της διπλωματικής, παρατηρήθηκε πως δεν υπάρχουν κρατικοί φορείς ή οργανισμοί που θα μπορούσαν να απευθυνθούν οι γυναίκες στην περίπτωση που αντιμετωπίζουν το φαινόμενο της Γυάλινης Οροφής στον εργασιακό τους τομέα για συμβουλή ή βοήθεια.

Τέλος, κρίνεται σημαντικό οι επιχειρήσεις να συμμετέχουν και αυτές στην εξάλειψη αυτού του φαινομένου. Θα πρέπει να δημιουργηθούν και να εφαρμοστούν εσωτερικές πολιτικές που εξαλείφουν οποιαδήποτε άνιση μεταχείριση μεταξύ των εργαζομένων αντίθετου φύλου. Το μισθολογικό χάσμα (wagegap) θα πρέπει να καταργηθεί από όλες επιχειρήσεις και να αντικατασταθεί με πολιτικές ίσης μισθολογικής μεταχείρισης. Οι μισθοί θα πρέπει να βασίζονται πάνω στις ικανότητες, την προϋπηρεσία, τις δεξιότητες και όχι πάνω στο φύλο ενός εργαζομένου. Επίσης, το τμήμα Προσωπικού (HR) είναι νευραλγικής σημασίας για την εξάλειψη του φαινομένου από τον εργασιακό χώρο. Θα πρέπει να καταρτίζεται από άτομα τα οποία είναι κατάλληλα εκπαιδευμένα και μπορούν να διακρίνουν τις επαγγελματικές ικανότητες των εργαζομένων χωρίς να κάνουν διακρίσεις μεταξύ ανδρών και γυναικών για την προώθησή τους σε διευθυντικές θέσεις. Τελικώς, η δημιουργία και λειτουργία παιδικών σταθμών εντός των επιχειρήσεων αποτελεί ένα μέτρο που θα βοηθήσει σημαντικά στην καταπολέμηση της Γυάλινης οροφής καθώς οι γυναίκες-μητέρες θα μπορούν να εργάζονται και να αποδίδουν καλύτερα στον εργασιακό τους χώρο χωρίς το άγχος της φροντίδας των παιδιών τους.

# Βιβλιογραφία

## Ξενόγλωσση

- Alon, T., Doepke, M., Olmstead-Rumsey, J., and Tertilt, M. (2020), «The Impact of Covid-19 on Gender Equality», National Bureau Of Economic Research, 1050 Massachusetts Avenue Cambridge, MA 02138.
- Lindsey, L. L. (2015), *Gender Roles: A Sociological Perspective*, 6<sup>th</sup> Edition, New York: Routledge.
- Russo, N. F., and Pirlott, A. (2006), “Gender-based violence: concepts, methods, and findings”, *Ann N Y Acad Sci*, **1087**, pp. 178-205.
- Ortner, S. B., (1972), “Is Female to Male as Nature Is to Culture?”, *Feminist Studies*, **1**(2), pp. 5-31.
- PološkiVokić, N., Obadić, A., and SinčićČorić, D. (2019), “Gender Inequality: General Areas of Gender Segregation”, *Gender Equality in the Workplace*, PalgravePivot, Cham, pp. 7-36.
- Efthymiou, I., Vitsilakis, C., and Cakis, D. (2012), “Horizontal and Vertical Gender Segregation in the ICT Sector: A Greek Case Study”, *Journal of Critical Studies in Business & Society*, **3**(1), pp. 77–111.
- Weinberger, C. J. (2011), “In Search of the Glass Ceiling: Gender and Earnings Growth among US College Graduates in the 1990s”, *Industrial and Labor Relations Review*, **64**(5), pp. 949-980.
- Schnabel, L., (2018), “More religious, less dogmatic: Toward a general framework for gender differences in religion”, *Social Science Research*, **75**, pp. 58-72.
- Vargas, T. (2018) “She coined the term ‘glass ceiling.’ She fears it will outlive her”, *The Washington post*, URL: <https://www.washingtonpost.com/news/retropolis/wp/2018/03/01/she-coined-the-phrase-glass-ceiling-she-didnt-expect-it-to-outlive-her/>, Accessed 13/08/2022.
- Bastida Domínguez, M., Rivo-López, E., and Villanueva-Villar, M. (2019), «‘The glass ceiling’: Myth or reality? An expatriation perspective», *Organizational Dynamics*, **48**(4), pp. 1-7.

- Costa, C., Bakas, F. E., Breda, Z., Durão, M., Carvalho, I., and Caçador S. (2017), "Gender, flexibility and the 'ideal tourism worker'", *Annals of Tourism Research*, **64**, pp. 64-75.
- Russen, M., Dawson, M., and Madera, J. M. (2021), "Gender diversity in hospitality and tourism top management teams: A systematic review of the last 10 years", *International Journal of Hospitality Management*, **95**, pp. 1-11.
- Stavrinoudis, T., Maroudas, L., Doumi, M., Kyriakaki, A., and Vlassi, E. (2021), "Corporate Climate and Glass Ceiling in the Hospitality Industry: The Women's Point of View", in Valeri, M., and Katsoni, V. (eds), *Gender and Tourism*, Emerald Publishing Limited, Bingley, pp. 183-203.
- Marinakou, L. (2014), "The Glass Ceiling and Women in Management in the Middle East: Myth or Reality?", *The Journal of American Business Review*, **3**(1), pp. 294-301.
- Bazazo, I., Nasseef, M. A., Mukattesh, B., Kastero, D., and Al-Hallaq, M. (2017), "Assessing the Glass Ceiling Effect for Women in Tourism and Hospitality", *Journal of Management and Strategy*, **8**(3), pp 51-66.
- Carvalho, I., Costa, C., Lykke, N., and Torres, A. (2018), "Agency, structures and women managers' views of their careers in tourism", *Women's Studies International Forum*, **71**, pp. 1-11.
- McKinsey & Company, (2019), "Women in the workplace", URL: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/diversity-and-inclusion/women-in-the-workplace>, Accessed 13/08/2022.
- Freund, D., and Hernandez-Maskivker, G. (2021), "Women managers in tourism: Associations for building a sustainable world", *Tourism Management Perspectives*, **38**, pp. 1-12.
- Johns, M. L. (2013), "Breaking the glass ceiling: structural, cultural, and organizational barriers preventing women from achieving senior and executive positions", *Perspectives in Health Information Management*, **10**(Winter), pp. 1-11.
- Britannica, "The 2017 election of Jacinda Ardern", URL: <https://www.britannica.com/biography/Jacinda-Ardern/The-2017-election>, Accessed 13/08/2022.
- Truman, I. (2019), "12 Women Who Absolutely Shattered the Glass Ceiling", URL: <https://www.marieclaire.com.au/women-who-broke-glass-ceiling>, Accessed 13/08/2022.

- Schreiber, C. T., Price K. F., and Morrison, A. (1993), "Workforce diversity and the Glass Ceiling: Practices, Barriers, Possibilities", *Human Resource Planning*, **16**(2), pp. 51-69.
- Cook, M. (2004), *Personnel selection: adding value through selection*, John Wiley & Sons Ltd., Sussex.
- Marmer Solomon C. (2000), "Cracks in the Glass Ceiling", *Workforce*, **79**(9),pp. 87-93.
- Brief, A. P. (2008), *Diversity at Work*, Cambridge University Press, Cambridge.
- GaryN. Powell, D. Anthony Butterfield (2015). "The glass ceiling: what have we learned 20 years on?Journal of Organizational Effectiveness: People and PerformanceISSN: 2051-6614"

## Ελληνική

- Γκασούκα, Μ. (2013), "Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις του Φύλου", *Ζητήματα Εξουσίας και Ιεραρχίας*, Γ' έκδ. Αθήνα: Διάδραση.
- Καρακούνα, Σ. Μ. (2021), "Το φαινόμενο της γυναικοκτονίας στην Ελλάδα(2015-2020). Η τραγική κατάληξη της έμφυλης βίας στη χώρα", Πανεπιστήμιο Αιγαίου.
- Σαμίου, Δ. (2006), «Γυναίκες, Φύλο, και Πολιτική (τέλη 18ου – αρχές 21ου αι.) - Ιστοριογραφικές και πολιτολογικές βιβλιογραφικές προσεγγίσεις: μια εισαγωγή», Πανεπιστήμιο Αιγαίου.
- Παπαδημητρίου, Μ., Σάσσαλου,Μ. (2018), *Φύλο, ετεροπατριαρχία, διακρίσεις και οργάνωση του χώρου της πόλης: διαχρονική προσέγγιση και εννοιολογικές αποσαφηνίσεις: Εισαγωγή θεωρητικές έννοιες και μεθοδολογία*, Πτυχιακή Εργασία, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης.
- Μάμαλη, Χ.(2019), «Το Φαινόμενο Της "ΓυάλινηςΟροφής"», Πτυχιακή Εργασία, Πανεπιστήμιο Αιγαίου.
- Ραφαηλίδου, Κ. Μ. (2011), «Η Γυάλινη Οροφή στο χώρο των επιχειρήσεων υπό το πρίσμα της θεσμικής θεωρίας», Διδακτορική Διατριβή, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.



# Παράρτημα

## Ερωτηματολόγιο

**1. Ανήκετε στην εξής ηλικιακή κατηγορία.**

- 18 ΕΩΣ 25 ΕΤΩΝ
- 25 ΕΩΣ 35 ΕΤΩΝ
- 35 ΕΩΣ 45 ΕΤΩΝ
- 45 ΕΩΣ 55 ΕΤΩΝ
- ΠΑΝΩ ΑΠΟ 55 ΕΤΩΝ

**2. Παρακαλώ επιλέξτε μορφωτικό επίπεδο.**

- ΛΥΚΕΙΟ
- ΑΕΙ / ΤΕΙ
- ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ
- ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΟ
- ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΣΧΟΛΗ/ΑΛΛΟ

**3. Σε ποιον κλάδο του τουρισμού απασχολείστε.**

- ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ
- ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ/HR
- BACKOFFICE
- ΞΕΝΑΓΟΣ, TOURLEADER
- ΑΛΛΟ

**4. Στην επιχείρηση που εργάζομαι νοιώθω πως υπάρχει διακριτική μεταχείριση μεταξύ ανδρών και γυναικών.**

- ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ
- ΣΥΜΦΩΝΩ
- ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ
- ΔΙΑΦΩΝΩ
- ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ

**5. Στην επιχείρηση που εργάζομαι προωθούνται σε Διευθυντικές θέσεις περισσότερες άντρες σε σχέση με γυναίκες.**

- ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ
- ΣΥΜΦΩΝΩ
- ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ
- ΔΙΑΦΩΝΩ
- ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ

**6. Στην επιχείρηση που εργάζομαι οι γυναίκες έχουν κυρίως διοικητικές θέσεις (γραμματεία, υποδοχή κτλ) ενώ οι άντρες κατέχουν θέσεις στελεχών.**

- ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ
- ΣΥΜΦΩΝΩ
- ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ
- ΔΙΑΦΩΝΩ
- ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ

**7. Η επιχείρηση στην οποία εργάζομαι προσφέρει συνεχώς ευκαιρίες εκπαίδευσης (σεμινάρια, ημερίδες, εκπαιδεύσεις).**

- ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ
- ΣΥΜΦΩΝΩ
- ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ
- ΔΙΑΦΩΝΩ
- ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ

**8. Νοιώθω άνετα να διεκδικήσω αύξηση από την εργασία μου.**

- ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ
- ΣΥΜΦΩΝΩ
- ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ
- ΔΙΑΦΩΝΩ
- ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ

**9. Νοιώθω ότι η επιχείρηση που εργάζομαι εκτιμά την συνεισφορά μου και θα εξελιχθώ σε στέλεχος μέσα στην επιχείρηση.**

- ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ
- ΣΥΜΦΩΝΩ
- ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ
- ΔΙΑΦΩΝΩ
- ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ

**10. Πιστεύω ότι το φαινόμενο της γυάλινης οροφής υφίσταται σε όλους τους εργασιακούς χώρους /επαγγελματικούς κλάδους.**

- ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ
- ΣΥΜΦΩΝΩ
- ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ
- ΔΙΑΦΩΝΩ
- ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ

**11. Η κυβέρνηση δεν έχει λάβει τα απαραίτητα μέτρα για να επιτευχθεί επαγγελματική ισότητα.**

- ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ
- ΣΥΜΦΩΝΩ
- ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ
- ΔΙΑΦΩΝΩ
- ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ

**12. Η κυβέρνηση πρέπει να δημιουργήσει υποχρεωτικά μέτρα τα οποία πρέπει να ακολουθούν οι επιχειρήσεις προκειμένου να αντιμετωπίσει το φαινόμενο Γυάλινης Οροφής (πχ παιδικοί σταθμοί εντός επιχειρήσεων, ισότητα μισθών κτλ).**

- ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ
- ΣΥΜΦΩΝΩ
- ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ
- ΔΙΑΦΩΝΩ
- ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ

**13. Υπάρχει η κοινωνική αντίληψη πως οι άντρες είναι πιο ικανοί στον επαγγελματικό χώρο από τις γυναίκες (καλύτερες αποφάσεις, καλύτερη διοίκηση κτλ).**

- ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ
- ΣΥΜΦΩΝΩ
- ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ
- ΔΙΑΦΩΝΩ
- ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ

**14. Οι γυναίκες έχουν πιο περιορισμένη πρόσβαση στην μετα-πανεπιστημιακή εκπαίδευση (λόγω οικογένειας, κτλ) με αποτέλεσμα να μην έχουν ίσες ευκαιρίες ανέλιξης.**

- ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ
- ΣΥΜΦΩΝΩ
- ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ
- ΔΙΑΦΩΝΩ
- ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ

**15. Σύμφωνα με την υπάρχουσα κοινωνική αντίληψη πως πρωταρχικός ρόλος της γυναίκας είναι η οικογένεια και για αυτό δεν θα πρέπει να προωθούνται σε υψηλές θέσεις.**

- ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ
- ΣΥΜΦΩΝΩ
- ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ
- ΔΙΑΦΩΝΩ
- ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ

**16. Πρέπει να δουλεύω πιο σκληρά από το αναμενόμενο για να αναγνωριστεί η αξία μου.**

- ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ
- ΣΥΜΦΩΝΩ
- ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ
- ΔΙΑΦΩΝΩ
- ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ

**17. Πιστεύω πως η άποψη μου δεν είναι το ίδιο ισχυρή σε σχέση με τους άνδρες συναδέλφους μου.**

- ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ
- ΣΥΜΦΩΝΩ
- ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ
- ΔΙΑΦΩΝΩ
- ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ

**18. Νοιώθω ότι δεν θα εξελιχθώ λόγω της οικογενειακής μου κατάστασης.**

- ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ
- ΣΥΜΦΩΝΩ
- ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ
- ΔΙΑΦΩΝΩ
- ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ

**19. Δεν έχω την κατάλληλη υποστήριξη για να επιτύχω στον επαγγελματικό μου χώρο.**

- ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ
- ΣΥΜΦΩΝΩ
- ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ
- ΔΙΑΦΩΝΩ
- ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ

**20. Δεν έχω γεννηθεί στέλεχος/ηγέτης.**

- ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ
- ΣΥΜΦΩΝΩ
- ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ
- ΔΙΑΦΩΝΩ
- ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ