



**A.E.I. ΠΕΙΡΑΙΑ Τ.Τ.**

**ΑΝΩΤΑΤΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΕΙΡΑΙΑ  
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ**

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ  
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ  
«ΔΙΕΘΝΗΣ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΕ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΕΙΣ  
ΣΤΟ MARKETING & ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ»

Μεταπτυχιακή Εργασία

Η γυναικεία εκπροσώπηση ως έκφραση  
άνισης μεταχείρισης στον χώρο εργασίας  
Το φαινόμενο της γυάλινης οροφής

Female representation as an expression of  
unequal treatment at work  
The effect of the glass ceiling

ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

Dr. Κυριαζόπουλος Παναγιώτης

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ

Μάργια Λιβιτσάνου



## Περιεχόμενα

Περίληψη .....	vii
Abstract .....	ix
1: Εισαγωγή .....	1
1.1: Σημαντικότητα του θέματος και διατύπωση του προβλήματος .....	1
1.2: Βασικές θεωρητικές προσεγγίσεις του προβλήματος .....	3
1.3: Πεδίο εφαρμογής της έρευνας .....	4
1.4: Σκοπός & Στόχοι .....	4
1.4.1: Θεωρητικοί στόχοι .....	5
1.4.2: Ερευνητικοί στόχοι.....	6
1.5: Διατύπωση ερωτήσεων που προκύπτουν από τους στόχους .....	6
1.5.1: Ερευνητικά ερωτήματα θεωρητικών στόχων .....	6
1.5.2: Ερευνητικά ερωτήματα ερευνητικών στόχων .....	7
2: Θεωρητική προσέγγιση.....	9
2.1: Διαχωρισμός των φύλων και η άνιση μεταχείριση των γυναικών στην εργασία 9	
2.1.1: Η έννοια του κοινωνικού φύλου.....	9
2.1.2: Επαγγελματικός διαχωρισμός των φύλων .....	10
2.1.3: Συνθήκες γυναικείας εργασίας.....	13
2.1.4 Έλλειψη ίσων ευκαιριών .....	16
2.1.5: Συνωστισμός σε χαμηλόμισθα επαγγέλματα .....	17
2.1.6: Μισθολογικό χάσμα.....	18
2.1.7: Μορφές άνισης μεταχείρισης .....	20

2.1.8: Κατηγοριοποίηση έμφυλων διακρίσεων .....	21
2.1.9: Διαφορές των δύο φύλων.....	23
2.2: Στερεότυπα και προκαταλήψεις .....	24
2.2.1: Στερεότυπα .....	24
2.2.2: Ενεργοποίηση στερεοτύπων.....	26
2.2.3 Στερεότυπα σχετικά με τα φύλα στο χώρο εργασίας.....	26
2.2.5 Προκαταλήψεις.....	30
2.2.6 Αίτια προκαταλήψεων .....	31
2.2.7 Μείωση προκαταλήψεων .....	32
2.3: Το φαινόμενο της «γυάλινης οροφής».....	32
2.3.1: Αίτια του φαινομένου .....	37
1) Mentoring .....	37
2) Διαδικασίες αξιολόγησης.....	39
3) Συνδυασμός Οικογενειακής-Επαγγελματικής ζωής .....	40
2.3.2: Επιπτώσεις Γυάλινης Οροφής.....	41
2.3.3: Λύσεις φαινομένου .....	41
3: Έρευνες σχετικά με το θέμα τεκμηριωμένες με δευτερογενή στοιχεία.....	44
B. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ .....	50
4. Μεθοδολογία της Έρευνας .....	50
4.1: Φιλοσοφία της έρευνας.....	51
4.2: Ερευνητική Προσέγγιση .....	55
4.3: Ερευνητική Στρατηγική .....	57
4.4: Είδη έρευνας .....	59

4.5: Ερευνητική Μέθοδος .....	60
4.6: Τεχνικές έρευνας.....	63
4.7: Σχεδιασμός ερωτηματολογίου.....	63
4.8: Δειγματοληψία.....	67
4.9: Αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος.....	70
5: Αποτελέσματα μέσω στατιστικής ανάλυσης .....	71
5.1: Ανάλυση δημογραφικών στοιχείων της έρευνας .....	71
5.1.α: Φύλο .....	71
5.1.β: Ηλικία .....	72
5.1.γ: Οικογενειακή κατάσταση και ύπαρξη παιδιών .....	73
5.1.δ: Μορφωτικό επίπεδο .....	75
5.1.ε: Έτη απασχόλησης στην εταιρεία και ειδικότητα .....	76
5.1.ζ: Γενικά συμπεράσματα δημογραφικών στοιχείων .....	77
5.2: Ανάλυση αξιοπιστίας μέσω δείκτη εσωτερικής συνέπειας alpha του Cronbach για κάθε ερώτηση .....	79
5.3: Ανάλυση εγκυρότητας .....	84
5.4: Ανάλυση και δικαιολόγηση αποτελεσμάτων που αφορούν τους στόχους με παράλληλη δικαιολόγηση ή απόρριψη των υποθέσεων (με Advanced Statistics).....	85
5.5: Καταρτισμός πίνακα θεματοποίησης για την επιβεβαίωση/ απόρριψη των υποθέσεων που αφορούν κάθε στόχο .....	90
6: Εξαγωγή Συμπερασμάτων.....	120
6.1: Συζήτηση (ερμηνεία των ευρημάτων και σύνδεση τους με την θεωρία) .....	120
6.2: Πρακτική εφαρμογή των αποτελεσμάτων (managerial Implications).....	125
6.3: Συστάσεις (για μελλοντική έρευνα) .....	126

6.4: Περιορισμοί της έρευνας.....	127
Βιβλιογραφία .....	128
Παράρτημα.....	134

## Ευχαριστίες

Η παρούσα διπλωματική εργασία εκπονήθηκε στα πλαίσια του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών, «Διεθνής Διοικητική των Επιχειρήσεων με εξειδικεύσεις σε Marketing & Διαχείριση Ανθρώπινων Πόρων» του τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων.

Πριν την παρουσίαση των αποτελεσμάτων, θα ήθελα να ευχαριστήσω ορισμένους ανθρώπους που γνώρισα, συνεργάστηκα μαζί τους αλλά και όλους όσους συνέβαλαν με οποιονδήποτε τρόπο στην επιτυχή ολοκλήρωση της.

Ιδιαίτερα θέλω να ευχαριστήσω θερμά τον επιβλέποντα της διπλωματικής μου, Δρ Παναγιώτη Κυριαζόπουλο, για την πολύτιμη βοήθεια του και για την άμεση και ουσιαστική επιστημονική καθοδήγηση που μου παρείχε κατά τη διάρκεια εκπόνησής της.

Επίσης, ευχαριστώ όλους τους καθηγητές του προγράμματος για την αποτελεσματική συνεργασία και συμβολή τους και την ενθάρρυνση που μου προσέφεραν σε όλη τη διάρκεια των σπουδών μου.

Τέλος, το μεγάλο ευχαριστώ το οφείλω στην οικογένειά μου ιδιαίτερα στη μητέρα μου, της οποίας η ηθική υποστήριξη, η απεριόριστη αγάπη και η πίστη στις δυνατότητες μου έδωσε δύναμη να συνεχίσω και να ολοκληρώσω τους στόχους που είχα θέσει.

## Περίληψη

Η εργασία αυτή έχει ως σκοπό την μελέτη της γυναικείας απασχόλησης σε ηγετικές θέσεις στη χώρα μας και διεθνώς μέσα από το πρίσμα του φαινομένου της γυάλινης οροφής και ειδικά στο χώρο των επιχειρήσεων. Για τον λόγο αυτό αρχικά χρησιμοποιήθηκε η ελληνική μα και διεθνής βιβλιογραφία των τελευταίων ετών ώστε να αναλυθεί ο όρος, να προσεγγισθούν έννοιες ηγεσίας, management, κ.ά.

Εν συνεχεία της βιβλιογραφικής ανασκόπησης ακολουθεί το ερευνητικό μέρος αυτής της εργασίας όπου καλύπτεται με την δημιουργία ενός ερωτηματολογίου που περιλαμβάνει τρεις βασικές υποθέσεις/ ερευνητικούς στόχους. Στην προσπάθεια συμπλήρωσης αυτών των ερωτηματολογίων γίνεται συλλογή απόψεων από εργαζόμενους σε όμιλο εμπορίας αυτοκινήτων και η ανάλυση των αποτελεσμάτων είναι αποτέλεσμα χρήσης στατιστικού προγράμματος.

Τα γενικότερα ευρήματα της έρευνας παρουσιάζουν σύμφωνα με τους ερευνητικούς στόχους τα εξής:

-Οι εργαζόμενοι του ομίλου αποδέχονται σε μεγαλύτερο ποσοστό από το ότι δεν αποδέχονται τις γυναίκες σε διοικητικές θέσεις.

-Οι ερωτηθέντες εάν και διακατέχονται από διάφορες στερεοτυπικές αντιλήψεις αναφορικά με την γυναίκα και την εργασία σε διοικητική θέση, στο μεγαλύτερο σύνολό τους δεν τις αποδέχονται και δεν τις υιοθετούν.

-Οι συνέπειες του φαινομένου της γυάλινης οροφής μπορούν να δημιουργήσουν προβλήματα από την μη άμεση αντιμετώπισή του.

Στη βιβλιογραφία συναντάμε αρκετές έρευνες που αναφέρουν το φαινόμενο αυτό της γυάλινης οροφής και ιδιαίτερα στην εκπαίδευση όλων των επιπέδων, στην ιατρική, σε επιχειρήσεις διαφόρων ειδών όμως αντίστοιχη έρευνα σε όμιλο εμπορίας αυτοκινήτων δεν έχει καταγραφεί ξανά.

Λέξεις Κλειδιά: Φαινόμενο Γυάλινης Οροφής, Διαχωρισμός Φύλων, Στερεότυπα , Προκαταλήψεις.



## **Abstract**

This work aims to study women's employment in leading positions in our country and internationally, through the prism of the phenomenon of the glass ceiling, especially in business. For this reason, first used Greek but also international literature to analyze the term, the approached concepts of leadership, management, etc.

After the literature review follows the research of this work which is covered by creating a questionnaire comprising three basic cases/ research goals. An effort of completion of these questionnaires is gathering the views from workers in auto marketing group and the analysis of the results by a statistical program.

The general findings of the survey are as follows:

- The employees of the group accept a greater proportion of their non-acceptance of women in management positions.
- The respondents even if they are possessed by various stereotypes regarding the woman and work in an administrative position, in larger proportion does not accept and does not apply.
- The consequences of the phenomenon of the glass ceiling in this group too, can create problems by not directly addressing it.

In the literature we find several investigations mentioned the phenomenon of the glass ceiling, especially in education at all levels, in medicine, in companies of different species but similar research in automotive marketing group was not recorded again.

Key Words: The Glass Ceiling Effect , Sex Segregation, Stereotypes , Discriminations.

# 1: Εισαγωγή

## 1.1: Σημαντικότητα του θέματος και διατύπωση του προβλήματος

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

Τα στοιχεία αυτά μπορεί να φαίνονται πολύ ενθαρρυντικά για την επαγγελματική εξέλιξη των γυναικών, ωστόσο δεν είναι. Παρά το γεγονός ότι έχει σημειωθεί πρόοδος κατά τις τελευταίες δεκαετίες, τα εμπόδια στην ανέλιξη των γυναικών εξακολουθούν να υφίστανται και ο χώρος εργασίας εξακολουθεί να αποτελεί ένα ιδιαίτερως εχθρικό μέρος γι' αυτές.

Σε παγκόσμια κλίμακα, οι γυναίκες αντιπροσωπεύουν μια σχετικά ανεκμετάλλευτη πηγή ταλέντων στο χώρο εργασίας. Ένας μεγάλος αριθμός ερευνών υπογραμμίζουν το φαινόμενο της "γυάλινης οροφής", που έχει δημιουργηθεί και αναφέρεται στις γυναίκες οι οποίες έρχονται αντιμέτωπες με μια σειρά εμποδίων, προκαταλήψεων, διακρίσεων, αρνητικών στερεοτύπων, καθώς και φραγμών που υψώνονται στον δρόμο τους. (Dimitrios Mihail, 2006)

Όλα τα παραπάνω προβλήματα δυσχεραίνουν την σταδιοδρομία των γυναικών, μειώνοντας τις προοπτικές για την εν γένει εξέλιξή τους. Καθλώνονται στις χαμηλές και μεσαίες θέσεις εργασίας χωρίς να καταφέρνουν να σπάσουν το αόρατο αυτό φράγμα, όπως έχει επικρατήσει διεθνώς η γυάλινη οροφή. Όσες πάλι καταφέρνουν να το σπάσουν, ένα πολύ μικρό ποσοστό, καταλαμβάνει διοικητικές θέσεις με μικρότερη ισχύ και πολύ χαμηλότερο μισθό από τον αντίστοιχο των αντρών συναδέλφων τους. (Athena Petraki Kottis, 1993)

Χαρακτηριστικά αναφέρεται πως οι γυναίκες απόφοιτοι διοικητικών και οικονομικών σχολών αναλαμβάνουν διοικητικές θέσεις σε διάστημα 5 έως 10 χρόνια από την λήψη του πτυχίου τους, κάτι το οποίο δεν παρατηρείται στους άντρες συναδέλφους τους. Παρά τα πολλά εφόδια που λαμβάνουν οι γυναίκες από την εκπαίδευση, τις περισσότερες φορές αυτά μένουν αναξιοποίητα. (Athena Petraki Kottis, 1996)

Η υπό εκπροσώπηση των γυναικών στις ανώτερες διοικητικές θέσεις καθώς και η μειονεκτική τους θέση έναντι των αντρών, έρχεται σε αντίφαση με όσα νομοθετικά κείμενα έχουν θεσπιστεί σχετικά με το ζήτημα της ισότιμης μεταχείρισης των δύο φύλων και σε όσα ισχύουν στην καθημερινή πρακτική.

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 πρωτοτυπία της παρούσας έρευνας έγκειται στο γεγονός, ότι διερευνά ένα τόσο σημαντικό φαινόμενο σε έναν παραδοσιακά ανδροκρατούμενο κλάδο, αυτόν της εμπορίας αυτοκινήτων. Οι μέχρι τώρα έρευνες έχουν πραγματοποιηθεί κυρίως στον κλάδο της εκπαίδευσης ερευνώντας διεξοδικά το πρόβλημα της γυάλινης οροφής στα ανώτερα κλιμάκια της εκπαίδευσης. Ακόμα το φαινόμενο έχει διερευνηθεί, σε κλάδους της μεταποιητικής βιομηχανίας, σε κλάδους παροχής ηλεκτρικού ρεύματος, φυσικού αερίου και ύδατος, στο χονδρεμπόριο αλλά και στο λιανεμπόριο, σε ξενοδοχεία και σε εστιατόρια ενώ τέλος έρευνες έχουν γίνει και στον κλάδο των επικοινωνιών και σε ενδιάμεσους χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς, παρουσιάζοντας σημαντική ένταση.

## 1.2: Βασικές θεωρητικές προσεγγίσεις του προβλήματος

Η περιορισμένη συμμετοχή των γυναικών στις ανώτερες διοικητικές θέσεις έχει συνδεθεί με τον όρο «γυάλινη οροφή». Η μεταφορά αυτή παρουσιάστηκε για πρώτη φορά από τους δημοσιογράφους της The Wall Street Journal, Carol Hymowitz & Timothy Schellhard, το 1986, προκειμένου να περιγραφεί το δυσμενές περιβάλλον της τότε εποχής, με τις ισχυρές εταιρικές παραδόσεις να εμποδίζουν την αναρρίχηση των γυναικών στη σκάλα των επιχειρήσεων. (Paul Smith et al, 2012)

Όπως αναφέρει ο Mavin (2000) ο όρος «γυάλινη οροφή» χρησιμοποιείται για να περιγράψει όλες τις απογοητεύσεις που συναντούν οι γυναίκες σε όλα τα επίπεδα διοίκησης και επιθυμούν να ξεπεράσουν, αλλά εμποδίζονται από ένα αόρατο εμπόδιο. Το εμπόδιο είναι τόσο λεπτό αλλά παράλληλα είναι και τόσο δυνατό και ισχυρό που εμποδίζει τις γυναίκες και τις μειονότητες να ανέβουν την σκάλα της ιεραρχίας. Αυτό τον ορισμό φαίνεται να χρησιμοποιούν πλήθος συγγραφέων της διεθνούς βιβλιογραφίας όπως Janet Cooper Jackson (2001), Hamid R. Tavakolian (1993), Dominguez (1991), Dr Margaret Linehan & Professor Hugh Scullion (2001), κ.ά.

Η έλλειψη των γυναικών στις ηγετικές και ανώτερες διευθυντικές θέσεις παρατηρείται σε πολλούς τομείς, αλλά ιδιαίτερα στις επιχειρήσεις και στην πολιτική (Okimoto-Brescoll, 2010).

Η απουσία αυτή, είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τα στερεότυπα και τις προκαταλήψεις που προέρχονται όχι μόνο από το αντρικό φύλο αλλά και από το γυναικείο. Όπως χαρακτηριστικά έχει αναφέρει ο Mihail (2007) η «γυάλινη οροφή» δεν σχετίζεται μόνο με την μεροληπτική στάση των εργοδοτών ή την ανδρική κυριαρχία, αλλά σχετίζεται και με τις γυναίκες που δίνουν περισσότερο βάρος στην οικογένεια και τα παιδιά. Ο Conley (2005) προγενέστερα του Mihail (2007) είχε αναφέρει, ότι τα εμπόδια συνεχίζουν να υπάρχουν ακόμα και αν οι γυναίκες δεν έχουν ως πρώτη προτεραιότητα την οικογένεια, γιατί οι κοινωνικές προσδοκίες θέλουν την επαγγελματική ανέλιξη του συζύγου και όχι της συζύγου και τα στερεότυπα και οι προκαταλήψεις έχουν συνδυάσει την γυναικεία και όχι την αντρική φύση με την φροντίδα των

παιδιών. Η έλλειψη της εφαρμογής ποσοτώσεων σε όλες τις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς, καθώς και η έλλειψη δομών για την συμφιλίωση της επαγγελματικής με την οικογενειακή ζωή φαίνεται να διαιωνίζουν το φαινόμενο.

### **1.3: Πεδίο εφαρμογής της έρευνας**

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε έναν από τους μεγαλύτερους ομίλους εμπορίας αυτοκινήτων. Ο όμιλος είναι ένας από τους 50 μεγαλύτερους στην Ελλάδα και η κυριότερη δραστηριότητά του είναι η εισαγωγή και εμπορία αυτοκινήτων, μοτοσικλετών και ανταλλακτικών, καθώς και των φορτηγών και των λεωφορείων. Στον τομέα της λιανικής η δραστηριοποίηση του ομίλου περιλαμβάνει την εμπορία αυτοκινήτων, μεταχειρισμένων αυτοκινήτων, φορτηγών και λεωφορείων. Η φιλοσοφία του Ομίλου στηρίζεται στην ποιοτική διαφοροποίηση, στις μοναδικές προσφερόμενες υπηρεσίες και στην αναζήτηση νέων πεδίων επιχειρηματικής δράσης.

Η παρουσία των γυναικών, ως μεσαία στελέχη είναι ιδιαίτερως μεγάλη, αλλά μόνο 3 γυναίκες κατέχουν διευθυντικές θέσεις. Η έρευνα βρίσκει πρόσφορο έδαφος, γιατί το ποσοστό υπό εκπροσώπησης των γυναικών στα ανώτερα κλιμάκια της διοίκησης είναι ιδιαίτερως μεγάλο και ως εκ τούτου ο βαθμός αξιοπιστίας και εγκυρότητας της έρευνας είναι μεγάλος.

### **1.4: Σκοπός & Στόχοι**

Η παρούσα διπλωματική εργασία σκοπό έχει να διερευνήσει και να ερμηνεύσει τους παράγοντες και τους μηχανισμούς παρεμπόδισης των γυναικών από την ίση συμμετοχή τους στις ανώτερες διοικητικά θέσεις. Καθίσταται αναγκαία η ανάδειξη του παγιωμένου φαινομένου της υπό εκπροσώπησης των γυναικών σε θέσεις ευθύνης, λόγω στερεοτυπικών-παραδοσιακών αντιλήψεων, όπως επίσης και των μη ορατών εμποδίων, με αποτέλεσμα τον αποκλεισμό των γυναικών από την διοικητική ιεραρχία.

Τα αποτελέσματα είναι σημαντικά, γιατί θα μπορέσουμε να κατανοήσουμε τα προβλήματα που δημιουργεί το φαινόμενο της γυάλινης οροφής στους οργανισμούς. Η έρευνα πραγματοποιείται για να αναδείξει πως το παρόν φαινόμενο έχει ακόμα ισχύ και μέσω των αποτελεσμάτων να διευκολύνει την άρση των διακρίσεων που συμβαίνουν εις βάρος των γυναικών και δείχνουν πως το φύλο εξακολουθεί να αποτελεί αρνητικό παράγοντα στην ίση κατανομή της εξουσίας, των θέσεων ακόμα και των χρηματικών πόρων που δεν συνάδουν με τους αντίστοιχους των αντρών.

Προκειμένου να εντοπιστούν και να αποδειχθούν οι έμφυλες ανισότητες και οι στερεοτυπικές αντιλήψεις κατά των γυναικών στον χώρο εργασίας, θα γίνει ο προσδιορισμός των θεωρητικών και των ερευνητικών στόχων, έτσι ώστε να τεκμηριωθεί το θέμα όσο το δυνατόν ακριβέστερα.

#### **1.4.1: Θεωρητικοί στόχοι**

##### 1<sup>ος</sup> Θεωρητικός στόχος

Θεωρητική προσέγγιση της έννοιας του διαχωρισμού των φύλων και της άνισης μεταχείρισης των γυναικών στην εργασία.

##### 2<sup>ος</sup> Θεωρητικός στόχος

Βιβλιογραφική επισκόπηση των στερεοτύπων και των προκαταλήψεων κατά των γυναικών στον χώρο εργασίας.

##### 3<sup>ος</sup> Θεωρητικός στόχος

Βιβλιογραφική επισκόπηση του φαινομένου της γυάλινης οροφής.

## **1.4.2: Ερευνητικοί στόχοι**

### 1<sup>ος</sup> Ερευνητικός στόχος

Να εξεταστούν οι απόψεις των εργαζομένων αναφορικά με την αποδοχή των γυναικών σε διευθυντικές θέσεις.

### 2<sup>ος</sup> Ερευνητικός στόχος

Να διερευνηθούν τα εμπόδια που προκαλούν οι στερεοτυπικές αντιλήψεις στην ανέλιξη των γυναικών στον εργασιακό χώρο.

### 3<sup>ος</sup> Ερευνητικός στόχος

Να διερευνηθούν οι επιπτώσεις για τον οργανισμό, από την ύπαρξη του φαινομένου της γυάλινης οροφής.

## **1.5: Διατύπωση ερωτήσεων που προκύπτουν από τους στόχους**

### **1.5.1: Ερευνητικά ερωτήματα θεωρητικών στόχων**

#### 1<sup>ος</sup> Θεωρητικός στόχος

- Ποια είναι η έννοια του κοινωνικού φύλου;
- Τι είναι ο επαγγελματικός διαχωρισμός των φύλων και σε τι διακρίνεται;
- Ποιες είναι οι γυναικείες συνθήκες εργασίας σήμερα;
- Γιατί οι γυναίκες δεν έχουν ίσες ευκαιρίες;
- Γιατί οι γυναίκες συνωστίζονται σε χαμηλόμισθα επαγγέλματα;
- Υπάρχει μισθολογικό χάσμα μεταξύ αντρών και γυναικών;
- Ποιες είναι οι μορφές άνισης μεταχείρισης των γυναικών;
- Πως κατηγοριοποιούνται οι έμφυλες διακρίσεις;
- Ποιες είναι οι σημαντικότερες διαφορές των δύο φύλων;

### 2<sup>ος</sup> Θεωρητικός στόχος

- Τι είναι τα στερεότυπα;
- Πως ενεργοποιούνται τα στερεότυπα;
- Ποια είναι τα στερεότυπα σχετικά με τα φύλα στο χώρο εργασίας;
- Τι είναι οι προκαταλήψεις;
- Ποια είναι τα αίτια των προκαταλήψεων;
- Πως μπορούν να μειωθούν οι προκαταλήψεις;

### 3<sup>ος</sup> Θεωρητικός στόχος

- Τι είναι το φαινόμενο της «γυάλινης οροφής»;
- Ποια είναι τα αίτια του φαινομένου;
- Ποιο είναι το κόστος του φαινομένου της γυάλινης οροφής;
- Ποιες λύσεις προτείνονται για το φαινόμενο της γυάλινης οροφής;

## **1.5.2: Ερευνητικά ερωτήματα ερευνητικών στόχων**

### 1<sup>ος</sup> Ερευνητικός στόχος

- Η επιχειρηματική κοινότητα δέχεται τις γυναίκες σε θέσεις κλειδιά;
- Υπάρχει διαφορά στη στάση των εργαζομένων για την επιλογή των γυναικών στις ανώτερες διοικητικές θέσεις;
- Υπάρχει διαφορά μεταξύ αντρών και γυναικών διοικητικών στελεχών στον τρόπο άσκησης διοίκησης, λήψης αποφάσεων και διαχείρισης διαφόρων καταστάσεων;

### 2<sup>ος</sup> Ερευνητικός στόχος

- Ποια εμπόδια αντιμετωπίζουν οι γυναίκες κατά την επαγγελματική τους εξέλιξη;
- Αντιμετωπίζουν τα ίδια εμπόδια οι άντρες και οι γυναίκες στην επαγγελματική τους εξέλιξη;



- Οι γυναίκες αντιμετωπίζουν επιπρόσθετα εμπόδια στην επαγγελματική τους προώθηση;
- Ποιοι παράγοντες δρουν ανασταλτικά στην διεκδίκηση θέσεων στη διοικητική ιεραρχία με συνέπεια τη σημαντική υπό εκπροσώπηση των γυναικών;

### 3<sup>ος</sup> Ερευνητικός στόχος

- Υπάρχουν επιπτώσεις στον οργανισμό από την παρουσία του φαινομένου της «γυάλινης οροφής» και αν ναι, ποιες είναι ;
- Μια επιχείρηση λειτουργεί πιο αποτελεσματικά μόνο με την παρουσία αντρικών μυαλών ή χρειάζεται και το γυναικείο στοιχείο;
- Η έλλειψη ισότιμης εκπροσώπησης μέσα στην επιχείρηση μειώνει την ανταγωνιστικότητα;

## **2: Θεωρητική προσέγγιση**

### **2.1: Διαχωρισμός των φύλων και η άνιση μεταχείριση των γυναικών στην εργασία**

#### **2.1.1: Η έννοια του κοινωνικού φύλου**

Ο όρος «βιολογικό φύλο» (sex) αναφέρεται στην βιολογική διάκριση ανάμεσα στο αρσενικό και το θηλυκό καθώς και στη διαφορά των αναπαραγωγικών τους λειτουργιών. Το «κοινωνικό φύλο» (gender) κατηγοριοποιείται σε γυναικείο και ανδρικό και αφορά όχι μόνο την σεξουαλικότητα αλλά και άλλους παράγοντες όπως το ντύσιμο, τον τρόπο ομιλίας, την κίνηση του σώματος, το επάγγελμα κ.α. Με βάση αυτές τις προκείμενες το βιολογικό φύλο χαρακτηρίζεται ως φυσικό και κατ'επέκταση σταθερό, ενώ το κοινωνικό φύλο είναι κοινωνικά προσδιορισμένο και ευμετάβλητο. (Connell, 2006)

Επιπλέον ο όρος «κοινωνικό φύλο» δεν αναφέρεται μόνο στο ατομικό επίπεδο αλλά αφορά ένα σύνολο ατόμων και εμπεριέχει ως όρος πολιτισμικά ιδεώδη και στερεότυπα που αφορούν την αρρενωπότητα και την θηλυκότητα. Πιο συγκεκριμένα ο ρόλος του κοινωνικού φύλου ορίζεται ως ένας συγκεκριμένος τρόπος συμπεριφοράς των ανδρών ή των γυναικών, οι οποίοι ανήκουν σε ένα συγκεκριμένο σύστημα ή μία ομάδα. Για παράδειγμα οι γυναίκες είναι αυτές που θα μείνουν σπίτι προκειμένου να αναλάβουν εξολοκλήρου την ανατροφή των παιδιών, ενώ οι άντρες δουλεύουν για να εξασφαλίσουν χρήματα στην οικογένεια. Σύμφωνα με τον Connell(2006) κάθε χειρονομία, κίνηση, συνήθεια και δραστηριότητα ταξινομήθηκε ως ανδρική και ως γυναικεία. Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω οι οικιακές ασχολίες, η ανατροφή των παιδιών, το συναίσθημα και η γενικότερη συναισθηματική αφοσίωση εμφιλοχωρήθηκε στη γυναικεία σφαίρα ενώ η μυϊκή δύναμη, ο ανταγωνισμός, ο ορθολογισμός κ.α. εισχώρησαν στη σφαίρα των ανδρών και του ανδρισμού. Η διχοτομική σκέψη, όπως αναφέρει ο Connell(2006), είναι τόσο έντονη στη δυτική κουλτούρα που οποιαδήποτε παρέκκλιση από αυτές τις δίπολες στερεοτυπικές αντιλήψεις δημιουργεί καχυποψία και περιθωριοποίηση των υποκειμένων.

Κατά τη δεκαετία του 1970, πραγματοποιήθηκαν αρκετές κοινωνιολογικές και ψυχολογικές έρευνες, οι οποίες προσπάθησαν να αποδείξουν πως οι διαφορές και οι διακρίσεις μεταξύ ανδρών και γυναικών δεν μπορούν να ερμηνευθούν με βάση το βιολογικό φύλο καθώς ευθύνονται οι πολιτισμικά κυρίαρχες ιδέες για αρρενωπότητα και τη θηλυκότητα, οι οποίες αποτελούν στερεότυπα. Στη δεκαετία του '80 και του '90 ο γαλλικός φεμινισμός αμφισβήτησε αυτό το δίπολο μεταξύ βιολογικού και κοινωνικού φύλου γιατί αυτό φαίνεται να δαιωνίζει και αναπαραγάγει την έμφυλη διαφορά. (Delphy, C, 1993)

### **2.1.2: Επαγγελματικός διαχωρισμός των φύλων**

Ο κατά φύλο επαγγελματικός διαχωρισμός ή αλλιώς η εργασιακή κατανομή ανά φύλο είναι η τάση των αντρών και των γυναικών να συγκεντρώνονται σε διαφορετικούς τομείς δραστηριοτήτων και να απασχολούνται σε διαφορετικά επαγγέλματα. Αν η εργασία τους είναι σε τελείως διαφορετικά επαγγέλματα τότε παρατηρείται ο απόλυτος επαγγελματικός διαχωρισμός. Όταν η αναλογία των δύο φύλων σε κάθε επάγγελμα είναι ίδια με τη αναλογία στη συνολική απασχόληση, τότε δεν υφίσταται επαγγελματικός διαχωρισμός. (N.Ντερμανάκης,2005)

Ο επαγγελματικός διαχωρισμός κατηγοριοποιείται σε οριζόντιο και κάθετο. Ο οριζόντιος επαγγελματικός διαχωρισμός περιλαμβάνει την κατά φύλο σύνθεση της απασχόλησης στα διάφορα επαγγέλματα. Κάποια επαγγέλματα συγκροτούνται μόνο από άντρες ή μόνο από γυναίκες, διαχωρίζοντας με αυτόν τον τρόπο τα επαγγέλματα και τους κλάδους σε γυναικείους ή αντρικούς αντίστοιχα. Η κατά φύλο επαγγελματική συγκέντρωση οφείλεται στο γεγονός πως οι άντρες, έχουν επιλέξει να συγκεντρώνονται σε επαγγέλματα με μεγαλύτερη καταξίωση και αποδοχές, ενώ οι γυναίκες έχουν περιοριστεί σε επαγγέλματα με χαμηλότερες αποδοχές και εν γένει λιγότερο προνομιούχα.

Ο κάθετος επαγγελματικός διαχωρισμός αφορά στην συγκέντρωση των γυναικών στα χαμηλότερα στρώματα της ιεραρχίας, σε αντίθεση με τους

άντρες που βρίσκονται στα ανώτερα στρώματα. (Καραμεσίνη-Ιωακείμογλου,2003)

Το φαινόμενο του διαχωρισμού είναι πολύ σημαντικό να μελετηθεί όχι μόνο γιατί είναι μια σημαντική μορφή ανισότητας των φύλων, αλλά και γιατί είναι μια σημαντική πηγή ακαμψίας της αγοράς εργασίας. (Anker, 1997) Η εκδήλωσή του διαχωρισμού προκαλεί αρκετά στεγανά και δυσκαμψίες στην αγορά εργασίας, ελαχιστοποιώντας αρκετά τη δυνατότητά της να ανταποκρίνεται άμεσα στις ανάγκες που προκύπτουν. Δυσκολίες αντιμετωπίζουν και οι άνεργοι, οι οποίοι αναζητούν μιας νέα θέση εργασίας σε κλάδους που υπάρχει έντονη η παρουσία του διαχωρισμού. Η παρατήρηση και η ελαχιστοποίηση του φαινομένου μπορούν να οδηγήσουν στην συγκράτηση ή ακόμα και τη μείωση της ανεργίας.

Παρόλα αυτά, η αγορά εργασίας εξακολουθεί να είναι διχοτομημένη με βάση το φύλο χωρίζοντας τα επαγγέλματα σε αντρικά και γυναικεία. Τα γυναικεία έχουν χαμηλότερες αποδοχές, λιγότερες ευκαιρίες για επαγγελματική ανέλιξη και λιγότερο κοινωνικό κύρος από εκείνα των αντρών. Οι γυναίκες εργάζονται κυρίως σε ανειδίκευτες και χειρωνακτικές εργασίες, ή σε χαμηλόβαθμες θέσεις. Στις ανώτατες θέσεις όπως για παράδειγμα διευθυντές τραπεζών, πρόεδροι εταιριών, διευθύνοντες σύμβουλοι αλλά και εν γένει σε επαγγέλματα κύρους όπως γιατροί, δικηγόροι, καθηγητές πανεπιστημίων κ.α. παρατηρούμε περισσότερους άντρες. Οι γυναίκες υπερεκπροσωπούνται σε πέντε μεγάλες κατηγορίες απασχόλησης: α) στους τομείς της υγείας, β) στην εκπαίδευση, γ) στις υπηρεσίες, δ) στις υπαλληλικές θέσεις και ε) στις πωλήσεις (χονδρική και λιανική). (Barbara Poggio, 2010)

Παραδείγματα «γυναικείων επαγγελμάτων» είναι δασκάλα, γραμματέας, υπάλληλος, αεροσυνοδός, κομμώτρια, νοσοκόμα, καθαρίστρια, μοδίστρα, πωλήτρια, ταμίας, κ.α. Υπάρχουν πολλοί λόγοι που δικαιώνεται το φαινόμενο αυτό του διαχωρισμού και έχει αποδειχθεί από αρκετές μελέτες. Στο παρελθόν δόθηκε έμφαση στις βιολογικές και λειτουργικές διαφορές των δύο φύλων, φανερώνοντας την τάση που είχαν οι άντρες να δίνουν βάση και να επενδύουν σε επαγγέλματα με υψηλό κύρος και ρίσκο, έχοντας στραμμένη

την προσοχή τους στην επαγγελματική τους εξέλιξη και σταδιοδρομία σε αντίθεση με τις γυναίκες που ήταν πάντα προσανατολισμένες σε υπηρεσίες φροντίδας. (Barbara Roggio, 2010) Άλλες μελέτες έχουν ερμηνεύσει την ασυμμετρία μεταξύ ανδρών και γυναικών υπό το φως των δύο διαφορετικών τύπων προσωπικότητας που παράγονται από τις διαδικασίες κοινωνικοποίησης και δεν προξενεί έκπληξη το γεγονός ότι τα γυναικεία επαγγέλματα σχετίζονται με το σερβίρισμα, τη φροντίδα, την καθαριότητα κ.α. γιατί στην ουσία αυτά είναι προεκτάσεις των παραδοσιακών ενδοοικογενειακών τους ρόλων, που παραδοσιακά προσφέρουν μέσα στο σπίτι.

Επιπλέον, ο επαγγελματικός διαχωρισμός έχει επιφέρει σημαντικές επιπτώσεις στο επίπεδο της ισότητας των φύλων μιας και πολλές γυναίκες αποκλείονται από συγκεκριμένα επαγγέλματα. Διακρίσεις εκδηλώνονται τόσο από τους εργοδότες όσο και από και από τους καταναλωτές. Οι καταναλωτές μπορούν να πραγματοποιήσουν διαχωρισμό κατά την επιλογή των επαγγελματιών, οι οποίοι θα τους προσφέρουν αγαθά ή υπηρεσίες. Ωστόσο οι επιλογές των εργοδοτών είναι εκείνες που δημιουργούν σοβαρό επαγγελματικό διαχωρισμό. Ο επαγγελματικός διαχωρισμός είναι αποτέλεσμα επιλογών των εργοδοτών στο επίπεδο των προσλήψεων, της αξιολόγησης καθώς και των προαγωγών.

Ο νόμος περί διακρίσεων φύλου διακρίνει 3 είδη: α)την άμεση διάκριση, β)την έμμεση διάκριση, γ)την θυματοποίηση.

Η άμεση διάκριση γίνεται, όταν ένα πρόσωπο αντιμετωπίζει λιγότερο ευνοϊκά μία γυναίκα από ότι έναν άντρα. Οι διακρίσεις βέβαια δεν είναι πάντα άμεσες αλλά μπορούν να λάβουν μια ύπουλη μορφή. Σε αυτή την περίπτωση μιλάμε για μία έμμεση διάκριση, κατά την οποία τα θύματα δεν μπορούν να αποδείξουν τι πραγματικά αντιμετωπίζουν. Υπάρχει και μία τρίτη μορφή διάκρισης, η οποία προβλέπεται ρητά από το νόμο και είναι, όταν ένα άτομο πλέον γίνεται θύμα και αντιμετωπίζει ανοιχτά ζητήματα διαχωρισμού.(Carby-Hall,1986)

Οι παράνομες διακρίσεις δεν αφορούν μόνο αυτές που συμβαίνουν κατά τη διάρκεια της εργασίας αλλά ο Carby-Hall(1986) διακρίνει πέντε τρόπους, οι οποίοι αφορούν τις διακρίσεις πριν και μετά την εργασία.

#### 1. Διακρίσεις πριν αρχίσει η εργασία.

✚ Ο εργοδότης συνάπτει κάποιες συμφωνίες ως προς το ποιος θα πρέπει να προσφέρεται για απασχόληση.

✚ Ο εργοδότης πραγματοποιεί διακρίσεις ως προς τους όρους εργασίας των γυναικών.

✚ Ο εργοδότης αρνείται ή παραλείπει ηθελημένα να προσφέρει εργασία σε γυναίκες.

#### 2. Διακρίσεις κατά τη διάρκεια της εργασίας

✚ Ο εργοδότης αρνείται την πρόσβαση, την μεταφορά και την κατάρτιση σε ευκαιρίες προαγωγής με αποτέλεσμα οι γυναίκες, να μην απολαμβάνουν οφέλη.

#### 3. Διακρίσεις στο τέλος της εργασίας

✚ Ο εργοδότης προβαίνει σε απόλυση των γυναικών και την ηθική βλάβη αυτών.

Επομένως το φαινόμενο του επαγγελματικού διαχωρισμού είναι ιδιαίτερα σύνθετο και απαιτεί ανάλογη αντιμετώπιση κατά τη μελέτη του και την ανάλυση του.

### **2.1.3: Συνθήκες γυναικείας εργασίας**

Τη δεκαετία του 1981-1990 παρατηρείται αύξηση των γυναικών στο εργατικό δυναμικό και αυτό γιατί μια σειρά από νομοθετικές ρυθμίσεις κατοχύρωσαν τα δικαιώματα της γυναίκας. Η αύξηση της συμμετοχής των γυναικών στο εργατικό δυναμικό οφείλεται στις αλλαγές των κοινωνικών αντιλήψεων, των καταναλωτικών συνηθειών, στην άνοδο του μορφωτικού επιπέδου καθώς και

στις νέες πολιτικές πρακτικές, οι οποίες προωθούν το ζήτημα της ισότητας. Στις ίδιες έρευνες παρατηρείται πως αν και η συμμετοχή των γυναικών στο εργατικό δυναμικό τις τελευταίες δεκαετίες έχει αυξηθεί, παρόλα αυτά η ανεργία σε αυτές παραμένει σε υψηλά επίπεδα ειδικά στις νέες ηλικίες. Έχει παρατηρηθεί πως η συμμετοχή των γυναικών στο εργατικό δυναμικό είναι πολύ στενά συνδεδεμένη με τα γεγονότα του κύκλου ζωής. Στην Ελλάδα οι γυναίκες εργάζονται μέχρι ένα σημαντικό γεγονός, που θα έρθει στη ζωής τους, όπως γάμος, γέννηση, να τους απομακρύνει από την αγορά εργασίας. (ΚΕΘΙ,2001)

Επιπλέον, υπάρχει ο καταμερισμός εργασίας κατά φύλο, όπου ο άντρας δεν εμπλέκεται στα οικιακά καθήκοντα του σπιτιού και η γυναίκα γι' αυτό το λόγο δεν μπορεί να έχει ίση πρόσβαση και ίσους όρους στη μισθωτή εργασία. Συνήθως ασκείται έλεγχος από το αντρικό φύλο προκειμένου η γυναίκα να μην μπορεί να αναλάβει προσοδοφόρο εργασία. Κατά αυτόν τον τρόπο η γυναίκα προσφέρει εργασία αλλά όχι την παραγωγική, η οποία και αποτελεί πρότυπο εργασιών. Η γυναίκα προσφέρει οικογενειακή και μη αμειβόμενη εργασία άρα άτυπη και μη παραγωγική εργασία αφού η τελευταία θεωρείται παρέκκλιση της παραγωγικής.(ΚΕΘΙ,2001) Έτσι η άμισθη οικιακή εργασία εξακολουθεί να μην αναγνωρίζεται ως πραγματική και επιφέρει χαμηλό κοινωνικό κύρος και κοινωνική θέση, γιατί δεν ακολουθείται από το μορφωτικό επίπεδο που τα τελευταία χρόνια φαίνεται να είναι απαραίτητο στην έμμιση εργασία.

Στη δεκαετία 1991-2000 χαρακτηρίζεται από επιπλέον αλλαγές στην επαγγελματική απασχόληση των γυναικών φτάνοντας να αποτελούν το 36% του εργατικού δυναμικού ενώ το ποσοστό των ανέργων αγγίζει το 60%. Την τελευταία δεκαετία το συνολικό ποσοστό απασχόλησης των γυναικών στην Ευρώπη φτάνει το 63%, την ίδια ώρα που το αντίστοιχο των ανδρών είναι περίπου 75% στην ηλικιακή ομάδα 20-64 ετών. Πλέον οι γυναίκες παρουσιάζουν ρεκόρ συμμετοχής στην μερική απασχόληση στην χώρα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, με ποσοστό 34,9% έναντι 8,6% των ανδρών. (Υπηρεσία Εκδόσεων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, 2014)

Σύμφωνα με τη Hakim, όπως αναφέρει η Susan Corby Celia Stanworth, (2009), οι προτιμήσεις του τρόπου ζωής των γυναικών έχουν αιτιακές δυνάμεις. Η Hakim μοιράζει τη γυναίκα σε τρεις ιδανικούς τύπους: α) τη γυναίκα με επίκεντρο το σπίτι, β) τη γυναίκα με επίκεντρο την εργασία, και γ) την προσαρμοστική γυναίκα. Ισχυρίζεται πως οι γυναίκες με επίκεντρο το σπίτι δεν εργάζονται ή εναλλακτικά θα εργαστούν με μερική απασχόληση και θα προτιμήσουν τις εργασίες, οι οποίες απέχουν μικρή απόσταση από το σπίτι ή ακόμα θα προτιμήσουν την εργασία από το σπίτι. Αν οι γυναίκες που ανήκουν στην κατηγορία, που έχουν ως επίκεντρο το σπίτι και εργάζονται σε πλήρες ωράριο για λόγους οικονομικούς επιλέγουν να μην αναλάβουν απαιτητικές θέσεις εργασίας προκειμένου να μην επιβαρυνθούν, δίνοντας προτεραιότητα στο σπίτι τους. Αντίθετα η γυναίκες, οι οποίες έχουν ως επίκεντρο την εργασία φαίνεται πως σε μεγάλο ποσοστό παραμένουν άτεκνες. Η Hakim αναπτύσσει περαιτέρω την έννοια της προσαρμοστικής γυναίκας, η οποία προτιμά να μην δώσει προτεραιότητα ή στην οικογένεια ή στην εργασία αλλά να ασχολείται και με τα δύο εξίσου καλά. Γι' αυτό το λόγο παρατηρούμε επαγγέλματα περισσότερο ελκυστικά για τις γυναίκες, τα οποία θα τους προσφέρουν την αρμονία της προσωπικής ζωής με την εργασία. (Corby, 2009)

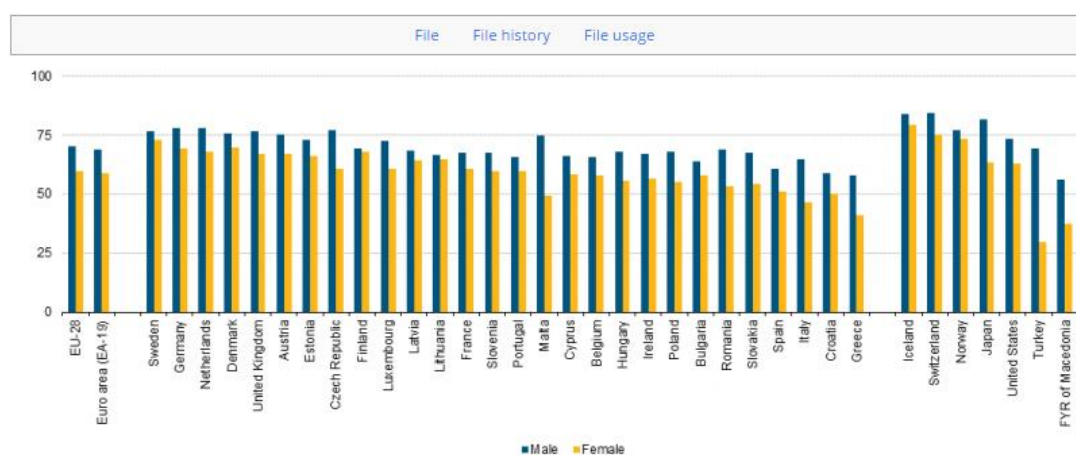
Σύμφωνα με κοινωνιολογικές έρευνες οι γυναίκες που ανήκουν στην πρώτη κατηγορία, αναλώνουν κατά μέσο όρο 77 ώρες εβδομαδιαίως για ενδο-οικιακή εργασία δηλαδή πολύ περισσότερες από την εβδομαδιαία έμμισθη απασχόληση χωρίς κανένα από τα προνόμια που προσφέρει η αμειβόμενη εργασία. Η ανεργία, η μερική απασχόληση ακόμα και η αποκλειστική ασχολία των γυναικών με την οικογένεια οδηγούν σε πολλές ελλείψεις όπως αυτές των ευκαιριών κατάρτισης, η μετ' εμποδίων συμμετοχή σε συνταξιοδοτικά προγράμματα και επιδόματα ανεργίας και φυσικά την ατέρμονη μισθολογική διαφορά των δύο φύλων.



## 2.1.4 Έλλειψη ίσων ευκαιριών

Σε λίγους τομείς έχουν επιτύχει την ισοτιμία τους οι γυναίκες με τους άντρες. Το 2014, το ποσοστό απασχόλησης για τους άνδρες ήταν 70,1% σε σύγκριση με 59,6% για τις γυναίκες. Η διαφορά της απασχόλησης μεταξύ των δύο φύλων στην Ευρωπαϊκή Ένωση ανέρχεται περίπου στο 10%, ενώ στην Ελλάδα η διαφορά είναι περίπου στο 20%.

### File:Employment rates by sex, age group 15–64, 2014 (<sup>1</sup>) (%) YB16.png



(<sup>1</sup>) The figure is ranked on the overall employment rate.  
Source: Eurostat (online data code: ifsi\_emp\_a)

Στα περισσότερα βιομηχανικά κράτη, οι γυναίκες έχουν πλέον νομική ισότητα με τους άνδρες (τυπική ισότητα). Ωστόσο, δεν έχει ακόμη επιτευχθεί η κοινωνική ισότητα με το άλλο φύλο (δηλ. η ουσιαστική ισότητα). Πιο απλά, θα λέγαμε ότι το δίκαιο άλλαξε αλλά η κοινωνία όχι. Η αμοιβή των γυναικών είναι μικρότερη από αυτή των αντρών, για ίδια ή ίσης αξίας εργασία. Επιπρόσθετα, οι γυναίκες παρά την τυπική ισότητα δεν είναι ενσωματωμένες στην αγορά εργασίας όσο οι άντρες. Αυτό συμβαίνει, γιατί επιβαρύνονται κυρίως με την ανατροφή των παιδιών και άλλων εξαρτώμενων προσώπων, που αυτό αυτομάτως δημιουργεί σοβαρά προβλήματα. Μέχρι και πολύ πρόσφατα, σε πολλές περιπτώσεις οι γυναίκες είχαν ταυτιστεί με τις δουλειές στο χώρο του σπιτιού. Αυτές οι επιλογές εργασίας είχαν σχεδόν εξαφανίσει κάθε πιθανότητα να κατακτήσουν οι γυναίκες θέσεις ευθύνης. Ταυτόχρονα είχαν σημαντικά

λιγοστεύει τις πιθανότητες για εξέλιξη και διαχείριση της δύναμης που κατέχουν οι γυναίκες.

Οι γυναίκες εξ αρχής δεν έχουν ίσες ευκαιρίες με τους άντρες αφού έχουν να διαχειριστούν τον πόλεμο ανάμεσα στην επαγγελματική τους ζωή και ανάμεσα στο φύλο και στις ευθύνες που έχουν αποδοθεί στη γυναικείο φύλο. Υπάρχει ο ισχυρισμός πως οι γυναίκες έχουν την εξουσία ως μάνατζερς όχι όμως και ως γυναίκες. Σε αντίθεση με τους άντρες, η κοινωνία από πολύ μικρή ηλικία τους ετοιμάζει πως θα πρέπει να διαχειριστούν τη δύναμη που έχουν και πως θα διαχειριστούν τόσο το επαγγελματικό-οικονομικό κομμάτι, όσο και το οικογενειακό. Όσες γυναίκες έχουν ονειρευτεί καριέρα, φτάνουν να αντιμετωπίζουν αρκετά εμπόδια και θα πρέπει να επαναπροσδιορίσουν τον εαυτό τους κοινωνικά κάτι που απαιτεί διπλάσιο κόπο και προσπάθεια από έναν άντρα. (Kottis,1993)

Για να υπάρξουν ίσες ευκαιρίες τόσο στον εργασιακό χώρο όσο και στην ευρύτερη κοινωνία θα πρέπει να υπάρξει δίκαιη και αμερόληπτη αντιμετώπιση των γυναικών. Θα πρέπει να ενθαρρύνεται και να διασφαλίζεται ο σεβασμός προς τις γυναίκες αντιμετωπίζοντας παράλληλα λανθασμένες καταστάσεις του παρελθόντος αποφεύγοντας τις διακρίσεις.

### **2.1.5: Συνωστισμός σε χαμηλόμισθα επαγγέλματα**

Υπάρχουν μια σειρά από εξηγήσεις για το συνωστισμό των γυναικών στα χαμηλόμισθα επαγγέλματα. Οι γυναίκες θα πρέπει να συνδυάσουν την αμειβόμενη εργασία που προσφέρουν με την άτυπη εργασία δηλαδή τις οικιακές ευθύνες. Τόσο οι άντρες όσο και οι γυναίκες κοινωνικοποιούνται μαθαίνοντας την παραδοσιακή κατανομή των ρόλων, που θέλουν τον άντρα να εργάζεται και τη γυναίκα να είναι νοικοκυρά. Οι οικιακές εργασίες και η φροντίδα των παιδιών είναι η πρωταρχική ευθύνη των γυναικών κάτι που τους απορροφά μεγάλο μέρος από το χρόνο τους και την ενεργητικότητα τους, λιγοστεύοντας τα περιθώρια για να αναζητήσουν επαγγελματικές ευκαιρίες και να συναγωνιστούν τους άντρες με ίσους όρους. Αυτό τις

εμποδίζει από το να εξασφαλίσουν την οικονομική τους ανεξαρτησία. (Χιου, Gunderson, 2014)

Οι διακρίσεις και ο διαχωρισμός των γυναικών κυριαρχούν στην αγορά εργασίας μολονότι παρουσιάζουν καλύτερες επιδόσεις από τους άντρες στις σπουδές τους.(Υπηρεσία Εκδόσεων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, 2014) Οι εργοδότες συμβάλλουν στον συνωστισμό αυτό καθώς μεταχειρίζονται τις εργαζόμενες γυναίκες με τρόπους που αντιβαίνουν στο νόμο ειδικά όταν συντρέχουν σοβαροί λόγοι όπως για παράδειγμα μία εγκυμοσύνη. (J.R. Carby-Hall, (1986)

Πολλές γυναίκες διακόπτουν την καριέρα τους για να αποκτήσουν παιδιά και να τα αναθρέψουν. Η σύγχρονη νομοθεσία προβλέπει την παροχή άδειας τοκετού και γονικής άδειας αλλά αυτά δεν επαρκούν για να καλύψουν τις ανάγκες τους. Για να μπορέσουν να επιστρέψουν στην εργασία τους οι γυναίκες θα πρέπει να μπορούν να βρουν χώρους φύλαξης των παιδιών τους, παιδικούς ή βρεφονηπιακούς σταθμούς, κοντά στο εισόδημά τους. Η έλλειψη των προσιτών αυτών σταθμών για όλες τις γυναίκες τις εξωθεί στην επιλογή της μερικής απασχόλησης. (Paul Smith, Peter Caputi Nadia Crittenden, (2012)

Για όλους τους παραπάνω λόγους, παρατηρούμε πως οι γυναίκες έχουν λιγότερες ευκαιρίες για επαγγελματική επιμόρφωση και κατάρτιση, λιγότερη υποστήριξη, άρα και σαφώς μεγαλύτερη ανεργία.

### **2.1.6: Μισθολογικό χάσμα**

Μια συζήτηση έχει κυκλοφορήσει γύρω από το μισθολογικό χάσμα μεταξύ των δύο φύλων, η οποία είναι γνωστή ως το «χάσμα των μισθών των φύλων», το «χάσμα των φύλων στα κέρδη» ή «αρσενικό- θηλυκό-εισοδηματικές διαφορές», και η οποία συχνά αναφέρεται στη μισθολογική διαφορά μεταξύ των δύο φύλων δηλαδή μεταξύ των αποδοχών των ανδρών και των γυναικών, με βάση τη μέση διαφορά των ακαθάριστων ωριαίων αποδοχών όλων των εργαζομένων.(Violetta Khoreva,2011)

Η ίση μεταχείριση ανδρών και γυναικών στην αγορά εργασίας έχει καθιερωθεί στο βρετανικό δίκαιο για σχεδόν 20 χρόνια. Το Equal Pay Act τέθηκε σε πλήρη ισχύ κατά την ίδια χρονική στιγμή με την ψήφιση του νόμου Sex Discrimination το 1975 και τροποποιήθηκε το 1983 για να επιτρέψει την ισότητα των αμοιβών πρέπει να ζητείται σε συγκρίσιμες όχι ταυτόσημες θέσεις εργασίας. Από τη δεκαετία του 1990, ως εκ τούτου, οι μισθολογικές διακρίσεις σε βάρος των γυναικών θα έπρεπε να έχουν γίνει ένα πράγμα του παρελθόντος. Η οριζόντια ισότητα στην αγορά εργασίας απαιτεί εξίσου παραγωγικούς εργαζόμενους προκειμένου να λαμβάνουν ίση αμοιβή, ανεξάρτητα από τα προσωπικά χαρακτηριστικά, όπως το φύλο, την ηλικία ή τη φυλή. Επιπλέον, η κατανομή πόρων απαιτεί οι εργαζόμενοι προκειμένου να λάβουν ένα μισθό ίσο με το προϊόν της αξίας τους, έτσι ώστε η αγορά εργασίας να λειτουργεί αποτελεσματικά, να λαμβάνουν ίση αμοιβή. Σε αντίθετη περίπτωση, θα πρέπει να ενισχύεται κάθε ομάδα η οποία εργάζεται με αμειβόμενη και μη αμειβόμενη εργασία, για την απόκτηση δεξιοτήτων και τη συσσώρευση ανθρώπινου κεφαλαίου. (Jennifer Leutwiler, Brian H. Kleiner, 2003)

Η γυναικεία εργασία στερείται υλικό αντίκρισμα σε σχέση με την αντρική. Οι ερευνητές που μελετούν μισθολογικές μελέτες διαπιστώνουν ένα τεράστιο χάσμα ανάμεσα στη γυναικεία και αντρική εργασία. Παρότι εκτελούν την ίδια εργασία πολλές φορές οι γυναίκες υφίστανται απροκάλυπτα λιγότερο ευνοϊκή μεταχείριση με άμεσες διακρίσεις. (Ευρωπαϊκή Ένωση, 2014)

Αυτό είναι αποτέλεσμα μιας σειράς παραγόντων, όπως εργοδοτικών πρακτικών αλλά και συλλογικών διαπραγματεύσεων, που καθορίζουν τους βασικούς μισθούς στα επαγγέλματα και στους κλάδους. Υπάρχουν ακόμα αντιλήψεις, σύμφωνα με τις οποίες η γυναικεία εργασία θεωρείται κατώτερης αξίας από την αντρική. Ακόμα το χάσμα των αμοιβών μεταξύ των φύλων έγκειται στη μικρή εργασιακή εμπειρία και στην μικρότερη προϋπηρεσία των γυναικών σε σχέση με εκείνη των αντρών. Το γυναικείο εργατικό δυναμικό είναι νεότερο και αυτό οφείλεται στο γεγονός πως οι γυναίκες διακόπτουν την σταδιοδρομία τους για οικογενειακούς λόγους. (Pierella Paci et al, 1995)

Οι γυναίκες εργάζονται κυρίως σε θέσεις εργασίας, οι οποίες είναι συμβατές με την φροντίδα των παιδιών και έτσι τείνουν να εργάζονται λιγότερες ώρες, ίσως και με μερική απασχόληση κάτι που τους αποκλείει αυτόματα από τις υψηλόμισθες διευθυντικές θέσεις. Η ψαλίδα του μισθολογικού χάσματος παραμένει μεγάλη καθώς θεωρείται ότι οι γυναίκες έχουν μικρότερη ισχύ σε επίπεδο διαπραγμάτευσης των μισθών χωρίς να μπορούν να προβούν στο κλείσιμο αυτής.

Προκειμένου να κλείσει αυτή η ψαλίδα μεταξύ των αντρών και των γυναικών θα πρέπει να δοθούν λύσεις σε βασικά ζητήματα των γυναικών. Θα πρέπει να μπορούν να μην διακόπτουν την επαγγελματική τους δραστηριότητα, να μπορούν να επανενταχθούν στην αγορά εργασίας χωρίς καμία υποβάθμιση του μισθού τους και φυσικά να υπάρξει βελτίωση της επαγγελματικής τους εξέλιξης, έχοντας προοπτικές προαγωγής. (D. Jamali, Y. Sidani, A. Kobeissi, 2008)

### **2.1.7: Μορφές άνισης μεταχείρισης**

Η ισότητα των φύλων αποτελεί στόχο για κάθε σύγχρονη δημοκρατία. Παρόλο που η ισότητα αποτελεί θεμελιώδες δικαίωμα, δυστυχώς οι ανισότητες ανάμεσα στις γυναίκες και στους άντρες δεν έχουν σταματήσει να κυριαρχούν. Συνήθως η κοινωνία κατακρίνει την σεξουαλική ελευθεριότητα των γυναικών και χαρακτηρίζει τις δραστήριες έφηβες με αρκετά προσβλητικούς όρους. Αντίθετα ένας ιδιαίτερα δραστήριος νεαρός ενθαρρύνεται για την έντονη σεξουαλική του δραστηριότητα και αποτελεί αντικείμενο θαυμασμού και από συνομηλίκους και από άτομα μεγαλύτερης ηλικίας. Αυτό αποτελεί έναν άδικο διπλό κοινωνικό κανόνα, ο οποίος διαιωνίζει τις διακριτές ταυτότητες, σε αντρικές και γυναικείες, καθώς και τα στερεότυπα. (Τσαούση, 2006)

Η άνιση μεταχείριση των γυναικών ενισχύεται και από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης που διαρκώς παρουσιάζουν τις γυναίκες είτε ως σύμβολα του σεξ με προκλητικό ντύσιμο είτε ως πλάσματα ρομαντικά και αβοήθητα που πάντα έχουν τον ρόλο της μητέρας και ταυτόχρονα της νοικοκυράς. Οι

διαφημίσεις, τα περιοδικά, η τηλεόραση, το διαδίκτυο απευθύνονται αμιγώς σε αυτές τις δύο κατηγορίες γυναικών είτε προωθώντας πληροφορίες σχετικές με μόδα, διατροφή, δίαιτα και lifestyle για την μία κατηγορία, είτε προωθώντας πληροφορίες σχετικές με την φροντίδα του σπιτιού, του κήπου, τη διοργάνωση γάμων καθώς και τη μαγειρική. Προωθώντας αυτές τις δύο εικόνες δημιουργούνται στερεοτυπικές αντιλήψεις, οι οποίες αποτυπώνονται πολύ εύκολα στη μνήμη των ανθρώπων και δύσκολα μπορεί να αντιστραφεί η εικόνα αυτή, που προωθείται μέσω των ΜΜΕ που τόσο έχουν εισβάλλει στη ζωή μας. (Τσαούση, 2006)

Οι γυναίκες σε σύγκριση με τους άντρες είναι αυτές που κατά κύριο λόγο δέχονται σεξουαλική παρενόχληση στο χώρο εργασίας. Σεξουαλική παρενόχληση αναφέρεται και σε λεκτική και σε σωματική συμπεριφορά, ανεπιθύμητη από το πρόσωπο, στο οποίο απευθύνεται. Πρόκειται για ένα φαινόμενο, το οποίο παρατηρείται συνήθως από άτομα με θέσεις ισχύος, όπως διευθυντές, προϊστάμενοι κλπ, επιβάλλοντας την ισχύ τους κυρίως σε γυναίκες με αντάλλαγμα την πρόσληψη ή την προαγωγή τους σε μία καλύτερη θέση. Τα άτομα αυτά μπορούν να επηρεάσουν τις συνθήκες εργασίας των υφισταμένων τους, χρησιμοποιώντας, σε περίπτωση άρνησης εκ μέρους των θυμάτων, εκφοβισμούς, εκβιασμούς, απειλές και πιέσεις. (Τσαούση, 2006)

### **2.1.8: Κατηγοριοποίηση έμφυλων διακρίσεων**

Πολλοί συγγραφείς υποστηρίζουν πως η απουσία των γυναικών από θέσεις ευθύνης ή η μη προώθηση τους αποδίδονται σε διακρίσεις που γίνονται εις βάρος τους. Οι διακρίσεις αυτές συμβαίνουν για πολλούς λόγους και κυρίως αποδίδονται στους διαφορετικούς ρόλους των φύλων, στις διαφορετικές γνωστικές ικανότητες, στις διαφορετικές κοινωνικές δεξιότητες και στο διαφορετικό διοικητικό στυλ των δύο φύλων.

Σε έρευνες υποστηρίζεται πως στην αγορά εργασίας κυριαρχεί το διοικητικό στερεότυπο. Το διοικητικό στερεότυπο είναι μία στερεοτυπική αντίληψη ότι ένας διοικητής είναι και απαραίτητα άντρας. Οι γυναίκες παρόλο που

εμφανίζονται ιδιαίτερα αποτελεσματικές ως διοικητικά στελέχη αντιμετωπίζονται αρνητικά όχι μόνο από τους άντρες αλλά και από τις γυναίκες. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι πως οι υφιστάμενες δυσανασχετούν να εκτελέσουν εντολές από μία γυναίκα θεωρώντας πως μόνο οι άντρες πρέπει να έχουν διοικητικούς ρόλους. Οι γυναίκες, οι οποίες αναλαμβάνουν υψηλόβαθμες θέσεις δέχονται πιέσεις και από τους ανώτερους και από τους υφιστάμενους τους και σε περίπτωση που αποτύχουν στους ρόλους τους δέχονται ισχυρή κριτική και πολλές φορές και επίθεση. (Mihail,2006)

Αυτό το στερεότυπο είναι που εμποδίζει την ανέλιξη των γυναικών σε ανώτερες διοικητικές θέσεις. Η απουσία τους αυτή από αυτές τις θέσεις έχει ως αποτέλεσμα την έλλειψη διασύνδεσης με πρόσωπα εξουσίας, τα οποία θα μπορούσαν να τους δώσουν τη δυνατότητα για μια μελλοντική προαγωγή, για την συμμετοχή τους ή τη γενικότερη εξέλιξη τους στη διοικητική ιεραρχία. Συνεπώς οι γυναίκες μέσω του διοικητικού στερεότυπου στερούνται όλων των θετικών συνεπειών και πολλές φορές αποθαρρύνονται ειδικά όταν δεν υπάρχει η ενθάρρυνση από το ίδιο φύλο.

Διακρίσεις παρατηρούνται και στο διοικητικό στυλ των ανδρών και των γυναικών διοικητικών στελεχών. Σύμφωνα με τον Cooper (1992) σε έρευνα που διεξήγαγε επισήμανε πως οι άντρες διοικούν με όργανο την τιμωρία, ενώ οι γυναίκες με την επιβράβευση. Εξηγεί πως η ηγεσία των γυναικών χαρακτηρίζεται ως μετασχηματιστική, η οποία ενθαρρύνει τη συμμετοχή, την αμφίδρομη επικοινωνία, την στήριξη των συνεργατών, την ενεργοποίηση των κινήτρων, τη διανομή της εξουσίας και την συλλογική αναζήτηση λύσεων σε προβλήματα που προκύπτουν. Αντίθετα η ηγεσία των αντρών χαρακτηρίζεται ως διεκπεραιωτική ηγεσία, η οποία αναφέρεται στην απονομή ανταμοιβών ή τιμωριών ανάλογα με την απόδοση και γενικά γίνεται η χρήση της εξουσίας αναλόγως με τη θέση που κατέχουν. (Gill,2003)

Η διαχρονική κυριαρχία των αντρών στη διοίκηση έχει συμβάλλει στην ταύτιση της διοίκησης με το αντρικό πρότυπο και στην εντύπωση πως μια πετυχημένη και αποτελεσματική διοίκηση συνδέεται με το στερεότυπο think manager-think

male. Οι γραφειοκρατικές δομές των οργανώσεων είναι τόσο ισχυρές που αν κάποια στελέχη δεν θέλουν να εφαρμόσουν αυτόν τον τρόπο διοίκησης και αναζητούν ένα πιο δημοκρατικό στυλ, το οποίο είναι και πιο αποτελεσματικό, θεωρείται ότι υπονομεύουν και υποσκάπτουν τις αξίες του συστήματος. Τα άτομα αυτά, που αναζητούν αυτό τον πιο δημοκρατικό τρόπο διοίκησης, συνήθως δεν προωθούνται προκειμένου να πάρουν μια προαγωγή. Ακριβώς επειδή οι γυναίκες προωθούν αυτό το στυλ διοίκησης γίνεται φανερό ότι δεν τους δίνεται η ευκαιρία να συμμετέχουν στη διοίκηση. (Mihail,2006)

### **2.1.9: Διαφορές των δύο φύλων**

Ένας επιτυχημένος manager προκειμένου να επιτύχει χρειάζεται να διαθέτει έναν συνδυασμό χαρακτηριστικών όπως αυξημένες φιλοδοξίες, θέληση για επιτυχία, απουσία του φόβου καθώς και το κατάλληλο διοικητικό στυλ. Υποστηρίζεται η άποψη, ότι ο μικρός αριθμός των γυναικών σε διοικητικές θέσεις οφείλεται στις διαφορές των δύο φύλων.

Ένα απαραίτητο ατομικό χαρακτηριστικό προκειμένου να επιτύχει ένα άτομο είναι οι προσωπικές φιλοδοξίες του. Όσο πιο πολλές φιλοδοξίες και θέληση για επιτυχία έχει το άτομο τόσο πιο πολύ επιδιώκει να κατακτήσει μία ανάλογη θέση.

Οι γυναίκες και οι άντρες στην πραγματικότητα δεν διαφέρουν ως προς τα παραπάνω χαρακτηριστικά. Κατά κύριο λόγο οι διαφορές τους εντοπίζονται στις διαφορές των δύο φύλων. Πέρα από το γεγονός ότι οι γυναίκες κατηγορούνται ότι ακολουθούν ηγεσία προσανατολισμένη στους ανθρώπους και συνεπώς αναποτελεσματική, ενώ οι άντρες σε μια αποτελεσματική ηγεσία, παρατηρείται πως η ανδρική πλειοψηφία στην διοίκηση και η μικρή παρουσία των γυναικών σε αυτή, βασίζεται στην ταύτιση των διοικητικών ικανοτήτων με την αρρενωπότητα, η οποία αποτελεί και κριτήριο διοικητικής ανέλιξης.

Η αρρενωπότητα έχει ταυτιστεί με την επιθετικότητα ενός ατόμου. Έτσι οι γυναίκες κατηγορούνται πως δεν είναι επιθετικές ή ότι δεν μάχονται για να επιτύχουν τους στόχους τους. Αυτό χρεώνεται κατά κύριο λόγο στις γυναίκες



και είναι ένας λόγος που αποτυγχάνουν να ανελιχθούν με τον ίδιο ρυθμό στη σκάλα της ιεραρχίας των επιχειρήσεων. Αποδίδεται στις γυναίκες ότι έχουν διάθεση για αυτοπροβολή και δεν γίνονται προσπάθειες για επιδίωξη των στόχων τους. Σε έρευνες που έχουν γίνει δεν αναδεικνύονται σημαντικές διαφορές των γυναικών και των αντρών μάνατζερ αντίθετα προκύπτει πως δεν πρέπει να υπερτονίζονται οι διαφορές στις ικανότητες τους ή στις συμπεριφορές τους. (Gill,2003)

H1.0: Οι γυναίκες είναι αποδεκτές σε διευθυντικές θέσεις σύμφωνα με τις απόψεις των εργαζομένων.

H1: Οι γυναίκες δεν είναι αποδεκτές σε διευθυντικές θέσεις σύμφωνα με τις απόψεις των εργαζομένων.

## **2.2: Στερεότυπα και προκαταλήψεις**

### **2.2.1: Στερεότυπα**

Με τον όρο στερεότυπα περιγράφουμε γενικεύσεις που κάνουμε για πρόσωπα, τα οποία δεν γνωρίζουμε ή ομάδες ανθρώπων που έχουν κοινά χαρακτηριστικά.(Βακόλα,2012)Τα στερεότυπα είναι γνωστικές αναπαραστάσεις που αφορούν πολύ γενικές πεποιθήσεις ατόμων ή ομάδων για συγκεκριμένα άτομα ή για άλλες ομάδες ατόμων. Τα στερεότυπα διαφέρουν ως προς την ευνοϊκότητά τους έχοντας άλλα θετικό και άλλα αρνητικό προσανατολισμό. Συχνότερα όμως, οι πεποιθήσεις αυτές είναι αρνητικές και δημιουργούν ορατές διαφορές μεταξύ των ομάδων.

Ο όρος στερεότυπο χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά από τον Lippmann στο βιβλίο του "Κοινή γνώμη" το 1922. Ο Lippmann υποστήριξε πως τα στερεότυπα είναι "εικόνες", οι οποίες "δρουν μέσα στο κεφάλι μας" και αποτελούν γνωστικές διαδικασίες, που εκφράζονται και δομούνται ανάλογα με την προσωπική άποψη του κάθε προσώπου (Δραγώνα,2004)

Στην πραγματικότητα τα στερεότυπα είναι μία ανάγκη του ανθρώπου, για την κατηγοριοποίηση του κοινωνικού του περιγυρου, όπου και η δική μας

προσωπική ταυτότητα αλλά και η ταυτότητα των άλλων ανθρώπων προσδιορίζεται με βάση τη συμμετοχή μας σε μία ομάδα. Όπως αναφέρεται και στη θεωρία της κοινωνικής ταυτότητας, όλοι οι άνθρωποι έχουν όχι μόνο την ανάγκη να είναι μέλη μιας κοινωνικής ομάδας αλλά επιζητούν να διακρίνονται και να ξεχωρίζουν από άλλα άτομα. (Βακόλα,2012)

Η έννοια στερεότυπο δημιουργεί ένα αίσθημα αποδοχής ή απόρριψης μιας ομάδας ή ενός ατόμου με παράλληλη δημιουργία συγκινησιακής αντίδρασης. Ταυτόχρονα δημιουργούνται και άλλες διεργασίες όπως αυθαίρετη κατηγοριοποίηση.(Κοκκινάκη,2006)

Τα στερεότυπα διαδραματίζουν ένα σημαντικό ρόλο στη ζωή όλων των ανθρώπων αφού επηρεάζουν τον τρόπο που αντιλαμβανόμαστε τον κόσμο και τους γύρω μας. Πέρα από την τάση που έχει ο άνθρωπος να κατηγοριοποιεί τους γύρω του και να προσπαθεί ο ίδιος να ξεχωρίσει φαίνεται πως υπάρχει η τάση τα στερεότυπα να επιβεβαιώνονται και από τις ίδιες τις ομάδες, οι οποίες βρίσκονται υπό στερεοτυπική απειλή. Για παράδειγμα αν κάποιος, που βρίσκεται σε μια ομάδα στερεοτυπικά απειλούμενη, κάνει μια πράξη που επιβεβαιώνει το στερεότυπο τότε τείνουμε και εμείς αλλά και ο ίδιος να ενισχύουμε το στερεότυπο. Αν πάλι η πράξη δεν ταιριάζει με το στερεότυπο τότε την αγνοούμε και τείνουμε να το αποδίδουμε σε τρίτα χαρακτηριστικά για να το βασίσουμε κάπου.(Βακόλα,2012)

Το πρόβλημα που δημιουργούν τα στερεότυπα είναι πως μας στερούν ευελιξία και ευκαιρίες να γνωρίσουμε καλύτερα τους ανθρώπους που βρίσκονται γύρω μας, γιατί μόλις τους παρατηρήσουμε τους κατηγοριοποιούμε αυτόματα χωρίς να τους δώσουμε την ευκαιρία να αποδείξουν την πραγματική τους προσωπικότητα. Αν κάποιος υιοθετήσει με πάθος ένα συγκεκριμένο στερεότυπο χωρίς να το αμφισβητεί καθόλου το πιθανότερο είναι να οδηγηθεί σε σοβαρές εκδηλώσεις μίσους.(Βακόλα,2012)

### **2.2.2: Ενεργοποίηση στερεοτύπων**

Τα στερεότυπα εκφράζουν τις κοινές πεποιθήσεις των μελών μιας ομάδας για άλλα άτομα τα οποία δεν ανήκουν σε αυτή. Όταν θα ειπωθεί ένα στερεότυπο, πως για παράδειγμα οι γυναίκες δεν μπορούν να διοικήσουν σωστά, ακόμα και αν κάποιος που ανήκει στην ομάδα δεν είναι προκατειλημμένος σίγουρα θα είναι σε θέση να γνωρίζει τις συλλογικές πεποιθήσεις της ομάδας του. Έτσι λοιπόν η ενεργοποίηση των στερεοτύπων γίνεται με βάση τις γνωστικές διεργασίες, οι οποίες μπορεί να είναι είτε ελεγχόμενες είτε αυτόματες. Οι αυτόματες δημιουργούνται ασυνείδητα, δηλαδή το άτομο μπορεί να σκεφτεί το στερεότυπο αυτό χωρίς να το έχει επιδιώξει. Αντίθετα οι ελεγχόμενες είναι σκόπιμες και χρησιμοποιούνται από τα άτομα πολύ συνειδητά. (Κοκκινάκη,2006)

### **2.2.3 Στερεότυπα σχετικά με τα φύλα στο χώρο εργασίας**

Τα στερεότυπα που μας ενδιαφέρουν άμεσα και αυτά δηλαδή που συνδέονται με το φαινόμενο της γυάλινης είναι αυτά που σχετίζονται με τα δύο φύλα. Υπάρχουν συγκεκριμένα στερεότυπα, τα οποία αποδίδονται στις γυναίκες και είναι πιο αρνητικά από εκείνα που αποδίδονται στους άντρες τουλάχιστον στον επιχειρησιακό χώρο. Τα στερεότυπα αυτά είναι πολύ ισχυρά και για τα δύο φύλα, που πολλές φορές και οι ίδιες οι γυναίκες αντί να προσπαθήσουν να τα καταπολεμήσουν φτάνουν στο σημείο να τα ενστερνίζονται και οι ίδιες.

Παραδοσιακά ο άντρας στον χώρο εργασίας θεωρείται πολύ ικανός, επιθετικός, ανεξάρτητος, κρύβει καλά τα συναισθήματα του, αντικειμενικός, επηρεάζεται πολύ δύσκολα, λιγομίλητος, κυρίαρχος, λιγομίλητος και απόμακρος. Αντίθετα η γυναίκα δεν θεωρείται ιδιαίτερα ικανή, είναι όμως φιλική, υποκειμενική, δεν κρύβει τα συναισθήματα της, επηρεάζεται πολύ εύκολα παρασύρεται, εκδηλωτική, τρυφερή και δίνει βάση στα συναισθήματα των άλλων μιας και τα αντιλαμβάνεται σε αντίθεση με τον άντρα ο οποίος δεν δίνει σημασία στα συναισθήματα των άλλων.

Με βάση τα παραπάνω χαρακτηριστικά που αποδίδονται στα δύο φύλα, οι γυναίκες στελέχη δεν θεωρούνται το ίδιο ικανές με τους άντρες συναδέλφους τους και θεωρείται πως έχουν μειωμένες διοικητικές ικανότητες. Πιο συγκεκριμένα, στις ελληνικές επιχειρήσεις υπάρχει μια ισχυρή σειρά αρνητικών στερεοτύπων και προκαταλήψεων σχετικά με τον ρόλο των γυναικών στη διοίκηση.

Τα φυλετικά στερεότυπα έχουν περιγραφικές και ρυθμιστικές ιδιότητες. Κάθε μία από αυτές τις διαστάσεις των φυλετικών στερεοτύπων αυξάνουν τις προκαταληπτικές αντιλήψεις που μπορούν να θίξουν τόσο την αξιολόγηση των γυναικών όσο και τις αποφάσεις που σχετίζονται με την καριέρα τους. (Heilman,2015)

Τα περιγραφικά στερεότυπα μας δείχνουν πώς οι γυναίκες και οι άντρες μοιάζουν. Αντίθετα τα ρυθμιστικά στερεότυπα μας υποδεικνύουν πώς οι άντρες και οι γυναίκες θα μπορούσαν να είναι. Η ικανότητα των γυναικών να κερδίζουν αποδοχή και να κατακτούν υψηλότερες διοικητικές θέσεις στη διοίκηση επηρεάζονται και από τα ρυθμιστικά αλλά και από τα περιγραφικά στερεότυπα. Απόψεις για το πως οι γυναίκες και οι άντρες διαφέρουν είναι γνωστά ως περιγραφικά στατιστικά. Το γραφείο χρειάζεται τα χαρακτηριστικά των αντρών ενώ η δημόσια ζωή χρειάζεται εκείνα των γυναικών. Στους άντρες αποδίδονται χαρακτηριστικά όπως ανεξάρτητοι, δυναμικοί, αποφασιστικοί ενώ στις γυναίκες αποδίδονται χαρακτηριστικά όπως ανιδιοτέλεια, φιλικότητα κ.α. Αυτά τα διαφορετικά χαρακτηριστικά, που αποδίδονται στα δύο φύλα χαρακτηρίζονται ανταγωνιστικά και φιλικά. (Fiske, 1998)

Για τις γυναίκες υπάρχει η αντίληψη ότι είναι λιγότερο ανταγωνιστικές αλλά καλές ενώ οι άντρες θεωρούνται ανταγωνιστικοί αλλά λιγότερο καλοί. Τα χαρακτηριστικά των αντρών και των γυναικών, τα οποία προέρχονται από τα περιγραφικά στερεότυπα είναι συνεπή με τα κοινωνικά. Αντικείμενα που σχετίζονται με το γραφείο όπως κυριαρχία, αυτονομία, επίτευξη κ.α. είναι πιο πιθανά να εφαρμοστούν από τους άντρες ενώ η υποχώρηση, οι συναισθηματικοί δεσμοί και η τρυφερότητα είναι χαρακτηριστικά των γυναικών.

Ακόμα και με τις αλλαγές που έχουν επέλθει στους ρόλους των φύλων και στις στάσεις αυτών κατά καιρούς τα περιγραφικά στερεότυπα μένουν αξιοσημείωτα σταθερά. Τα περιγραφικά στερεότυπα επηρεάζουν το πως οι γυναίκες και οι άντρες χαρακτηρίζονται όχι μόνο στον χώρο εργασίας αλλά και στην κοινωνία και το οικιακό περιβάλλον. Παρόλο τον αυξανόμενο αριθμό των γυναικών στην αγορά εργασίας, όπως και της παρουσίας τους σε θέσεις ισχύος και διοίκησης, δεν έχουν μειωθεί οι στερεοτυπικές παραδοχές για το πως οι γυναίκες είναι. Αυτές οι εκτενώς διαδεδομένες απόψεις για τις γυναίκες και τους άντρες μπορούν να έχουν ευρείες επιπτώσεις. Τα περιγραφικά δεδομένα χρησιμεύουν ως συντομεύσεις για τη δημιουργία εντυπώσεων για τα άτομα. Τα στερεότυπα ασκούν επιρροή χωρίς να αντιλαμβάνονται τον αντίκτυπο (Heilman,2015)

Υπάρχει η απόδειξη ότι τα στερεότυπα ενεργοποιούνται αυτόματα για ένα άτομο, το οποίο ανήκει σε ένα στερεοτυπικό γκρουπ χωρίς να είναι δεδομένο ότι θα ενεργήσει κατά αυτού του ατόμου. Οι άνθρωποι συχνά είναι απληροφόρητοι για τον αντίκτυπο που έχουν τα στερεότυπα στις απόψεις τους για ένα μέλος μιας συγκεκριμένης κατηγορίας και το αποτέλεσμα αυτών των απόψεων στην κριτική τους όπως και στην ερμηνεία των διαφορούμενων συμπεριφορών. Επειδή τα στερεότυπα είναι ευρέως αποδεκτά, ενεργοποιούνται αυτόματα και ασκούν μεγάλη επιρροή και πιο συγκεκριμένα τα περιγραφικά στερεότυπα έχουν αξιοσημείωτη ικανότητα να κυριαρχήσουν στην εικόνα του ατόμου. Υποστηρίζεται ότι τα περιγραφικά χαρακτηριστικά είναι πάντοτε επικριτικά με τις γυναίκες παρόλα αυτά πρέπει να σημειωθεί πως οι χαρακτηρισμοί που προέρχονται από τα στερεότυπα δεν προκαλούν πάντοτε αρνητικές επιπτώσεις. Στην πραγματικότητα αποδεικνύεται πως οι γυναίκες λαμβάνουν όλα αυτά τα χαρακτηριστικά που τους αποδίδονται όχι μόνο από τα περιγραφικά στερεότυπα αλλά γενικά.

Τα περιγραφικά στερεότυπα για τις γυναίκες μπορούν να δημιουργήσουν προβλήματα στο εργασιακό περιβάλλον επειδή υπάρχει η αντίληψη ότι υπάρχει έλλειψη προσαρμογής ανάμεσα στις δυνατότητες των γυναικών και των υποτιθέμενων απαιτήσεων της θέσης.

Αυτό δημιουργεί πολύ συγκεκριμένα προβλήματα στις γυναίκες προκειμένου να κερδίσουν πρόσβαση σε υψηλές διοικητικές θέσεις. Οι ιδιότητες αυτές είναι απαραίτητες για δουλειές που είναι ανώτερες στην σκάλα της ιεραρχίας και επηρεάζουν το στερεότυπο think manager-think male. (Heilman,2015)

Χαρακτηριστικά απαραίτητα για την επιτυχία σε αυτές τις θέσεις είναι η αποφασιστικότητα, η αντοχή, και οι ηγετικές ικανότητες - τα χαρακτηριστικά αυτά είναι σύμφωνα με τα στερεότυπα των ανδρών, αλλά όχι με τα στερεότυπα των γυναικών. Κατά συνέπεια, οι γυναίκες συχνά πιστεύεται ότι είναι ατελείς στα προσόντα που απαιτούνται για την επιτυχία σε θέσεις ανώτερου επιπέδου (Schein, 2001)

Τα στερεότυπα των φύλων δεν είναι μόνο περιγραφικά, μπορούν επίσης να είναι και ρυθμιστικά-περιοριστικά. Δηλαδή, όχι μόνο να παρέχουν πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο πώς είναι οι γυναίκες και οι άνδρες, αλλά επίσης να παρέχουν πληροφορίες σχετικά με το πώς θα έπρεπε να είναι. Τα ρυθμιστικά στερεότυπα υπαγορεύουν τι χαρακτηριστικά και συμπεριφορές είναι κατάλληλα για άτομα από συγκεκριμένες ομάδες. Υπάρχει μια καλή συμφωνία της επικάλυψης μεταξύ του περιεχομένου των περιοριστικών και περιγραφικών στοιχείων των στερεοτύπων των φύλων, με τα χαρακτηριστικά και τις συμπεριφορές που προβλέπονται για κάθε φύλο να είναι τα μόνα που αποτιμώνται θετικά.

Οι μη παραδοσιακές συμπεριφορές και κατά επέκταση οι γυναίκες αξιολογούνται λιγότερο ευνοϊκά από ότι εκείνες, οι οποίες κατηγοριοποιούνται σε έναν πιο παραδοσιακό τρόπο, όπως "νοικοκυρές" ή "φεμινίστριες". Έτσι, οι γυναίκες που παραβιάζουν τους κανόνες σχετικά με περιοριστική θηλυκότητα με την ευρύτερη έννοια, αντιμετωπίζουν ποινές που είναι πιθανό να μεταφέρουν στο χώρο εργασίας. Όταν μια γυναίκα ανταγωνίζεται επιθετικά για μια διευθυντική θέση στον οργανισμό της, ενεργεί ανεξάρτητα και ανταγωνιστικά, κάτι που παραβιάζει τα καθοδηγητικά στερεότυπα των φύλων για τις γυναίκες. Στη συνέχεια, είναι πιθανό να βιώσει την αποδοκιμασία και τις επακόλουθες κοινωνικές κυρώσεις για αυτή τη συμπεριφορά και αντιδράσεις που δυνητικά μπορεί να επηρεάσουν την εξέλιξη της σταδιοδρομίας της. Οι

γυναίκες που εμφανίζουν αποκλίνουσα συμπεριφορά όσον αφορά το στυλ ηγεσίας, επικοινωνίας και αυτοπροβολής βρέθηκε να υποστούν κυρώσεις στο χώρο εργασίας. Όποιες έχουν αυταρχικό στυλ ηγεσίας, το οποίο αποκλίνει από τα καθορισμένα πρότυπα που θέλουν τις γυναίκες να είναι μη-επιθετικές έχουν υποστεί επίσης κυρώσεις. Ένα αυταρχικό στυλ ηγεσίας προορίζεται για τους άνδρες και όχι για τις γυναίκες οι οποίες χρησιμοποιούν ένα πιο δημοκρατικό στυλ. Μια άλλη πτυχή του στυλ ηγεσίας είναι ο τρόπος με τον οποίο πειθαρχούν τα δύο φύλα. Οι γυναίκες ηγέτες είναι πιο αποτελεσματικές να πειθαρχούν τους υφισταμένους. Και οι δύο αυτές συμπεριφορές δείχνουν ότι οι γυναίκες τιμωρούνται για την άσκηση ηγεσίας ενώ οι άντρες ανταμείβονται. (Heilman,2015)

Οι γυναίκες, με απλά λόγια, δεν πρέπει να υπερέχουν σε θέσεις εργασίας και στα καθήκοντα από τους άντρες. Αυτό σημαίνει ότι παρά την επιτυχία τους μπορεί να είναι σε μειονεκτική θέση σε σχέση με τους άνδρες σε οργανωτικό επίπεδο, όταν παρθούν οι αποφάσεις σταδιοδρομίας.

### **2.2.5 Προκαταλήψεις**

Η προκατάληψη ορίζεται ως μία αρνητική στάση απέναντι στα μέλη μιας κοινωνικής ομάδας, η οποία βασίζεται αποκλειστικά στη συμμετοχή τους στη συγκεκριμένη ομάδα.( Κοκκινάκη,2006) Αυτή η αρνητική στάση βασίζεται στις φήμες και όχι στην πραγματικότητα και αλλάζουν κάθε φορά που έρχονται αντιμέτωπες με καινούριες πληροφορίες. Οι προκαταλήψεις είναι άλλοτε ευνοϊκές και άλλοτε εξαιρετικά αρνητικές. Οι ευνοϊκές αφορούν ομάδες οι οποίες συνδέονται πολύ στενά, ενώ οι αρνητικές αφορούν άλλες ομάδες.

Σύμφωνα με τον Allport οι προκαταλήψεις είναι βασισμένες σε μια παγιωμένη και λανθασμένη εικόνα και μεταφράζεται ως αντιπάθεια. Οι αντιπάθειες αυτές, μπορούν να εκφραστούν από ένα άτομο απέναντι σε άτομα ή ομάδες που είναι διαφορετικές. (Dovinio,1996)

Το φαινόμενο κατά το οποίο όλα ή περισσότερα χαρακτηριστικά κάποιου στερεοτύπου έχουν αρνητική συναισθηματική φόρτιση ονομάζεται από τους

κοινωνικούς ψυχολόγους ως προκατάληψη.(Κοκκινάκη,2006) Ένα προκατειλημμένο άτομο με μια κοινωνική ομάδα θεωρεί πως όλα τα μέλη της έχουν κοινά και ομοιογενή χαρακτηριστικά και τα αξιολογεί πάντοτε αρνητικά με συνέπεια να τους φέρεται εχθρικά.

Το άτομο που έχει υιοθετήσει την προκατάληψη την διατηρεί, τη διαδίδει και την αιτιολογεί. Αντίθετα τα άτομα που υφίστανται τις προκατειλημμένες συμπεριφορές δεν μπορεί να ανατρέψει το αρνητικό κλίμα που επικρατεί και την επιθετικότητα του κοινωνικού συνόλου. Οι προκαταλήψεις συμβαίνουν συνειδητά σε αντίθεση με τα στερεότυπα τα οποία συμβαίνουν κάτω από ασυνείδητες διεργασίες.

### **2.2.6 Αίτια προκαταλήψεων**

Κάποιες ομάδες γίνονται ευκολότερα θύματα προκαταλήψεων, γιατί σχηματίζονται από έντονες κοινωνικές κατηγοριοποιήσεις ενώ ταυτόχρονα έχουν χαμηλή θέση ισχύος στην κοινωνία. Τέτοιες ομάδες για παράδειγμα είναι αυτές που βασίζονται στο φύλο, στην ηλικία, τις σεξουαλικές προτιμήσεις κλπ. Οι περισσότερες προκαταλήψεις βασίζονται στην εθνότητα και στο φύλο. Μια σοβαρή προκατάληψη είναι και αυτή του σεξισμού. Οι διακρίσεις με βάση το φύλο που συμβαίνουν στο χώρο εργασίας αποδίδουν χαρακτηριστικά στους άντρες όπως ικανότητα, αποφασιστικότητα και ανεξαρτησία ενώ στις γυναίκες ευαισθησία, μεγαλύτερη εκφραστικότητα και εκφραστικότητα κάτι που προκαταλαμβάνει πως οι γυναίκες δεν είναι κατάλληλες για την διοίκηση. (Κοκκινάκη,2006)

Ψυχολόγοι υποστηρίζουν πως οι προκαταλήψεις σχετίζονται και με την προσωπικότητα του ατόμου ενώ κάποιοι άλλοι υποστηρίζουν πως είναι θέμα μάθησης και παιδείας. Οι γονείς, το σχολείο και ο πολιτισμικός περίγυρος είναι βασικότεροι πυλώνες προκειμένου ένα άτομο να μην αναπτύσσει προκαταλήψεις απέναντι σε μέλη άλλων ομάδων.



### **2.2.7 Μείωση προκαταλήψεων**

Η μείωση των προκαταλήψεων μπορεί να επιτευχθεί με την αλλαγή των στερεοτύπων και με την επαφή των ομάδων με άλλες ομάδες. Η αλλαγή όμως των στερεοτύπων είναι μία πολύ δύσκολη διαδικασία, αφού τα στερεότυπα δημιουργούν προσδοκίες και επηρεάζουν τον τρόπο που σκεφτόμαστε.

Ένας ακόμα τρόπος να μειωθούν οι προκαταλήψεις είναι με την επαφή των μελών από διαφορετικές ομάδες. Οι λανθασμένες ή ελλιπείς πληροφορίες για τα μέλη άλλων ομάδων αποτελούν μονόδρομο και για τα στερεότυπα και για τις προκαταλήψεις. Πολλές φορές όμως η επαφή των ομάδων δεν οδηγεί πάντοτε στα επιθυμητά αποτελέσματα αφού έχει παρατηρηθεί πως μπορεί να υπάρξει όξυνση σχέσεων. Η μείωση των προκαταλήψεων προϋποθέτει την συνεργασία της κοινωνίας και των θεσμών, την συνεργασία των μελών κάθε ομάδας καθώς και την δυνατότητα γνωριμίας τους. (Κοκκινάκη,2006)

H2.0: Οι στερεοτυπικές αντιλήψεις εμποδίζουν την ανέλιξη των γυναικών στον εργασιακό χώρο.

H2: Οι στερεοτυπικές αντιλήψεις δεν εμποδίζουν την ανέλιξη των γυναικών στον εργασιακό χώρο.

### **2.3: Το φαινόμενο της «γυάλινης οροφής»**

Η «γυάλινη οροφή» έγινε ένας δημοφιλής όρος μετά τη χρήση του στην εφημερίδα *The Wall Street Journal* από τους δημοσιογράφους Carol Hymowitz και Timothy Schellhardt το 1986. Είναι μια καθημερινή μεταφορά που χρησιμοποιείται για να περιγράψει το αόρατο εμπόδιο μπροστά από τις γυναίκες που επιδιώκουν να κινηθούν προς τα επάνω στις οργανωτικές ιεραρχίες (Powell, 2012). Οι Hymowitz και Schellhardt έγραψαν ότι οι λίγες εκείνες γυναίκες που σταθερά ανέρχονται στις βαθμίδες της ιεραρχίας, ξαφνικά λίγο πριν πατήσουν την κορυφή “συντρίβονται” και σταματούν επάνω σε ένα αόρατο εμπόδιο σαν μια “γυάλινη οροφή”, αν και βλέπουν τι τις εμποδίζει να κατακτήσουν την κορυφή. Στόχος αυτών είναι να περιγράψουν τα τεχνητά ή αόρατα εμπόδια βασισμένα σε απόψεις και προκαταλήψεις, που επιβραδύνουν ή σταματούν την

επαγγελματική ανέλιξη των γυναικών στις ανώτερες και ανώτατες θέσεις της ιεραρχίας των επιχειρήσεων.

Εκτός από τον όρο «γυάλινη οροφή», κατά καιρούς έχουν προταθεί και άλλες ονομασίες όπως «ολισθηρός στύλος», «προστατευτική ασπίδα», «τσιμεντένια οροφή», «φράγμα στην κορυφή ». Παρά τις διαφορετικές προσεγγίσεις στην ονομασία του φαινομένου όλοι οι συγγραφείς κάνουν μια κοινή παραδοχή και αυτή είναι η υποεκπροσώπηση των γυναικών στις ανώτερες ιεραρχικά θέσεις. Αυτό δεν συμβαίνει από λάθος προσωπικές επιλογές των γυναικών ή αποτυχιών αλλά είναι αποτέλεσμα κοινωνικών και διαρθρωτικών φραγμών που ορθώνονται μπροστά στις γυναίκες. (Korac-Kakabadse & Kouzmin, 1997)

Οι κοινωνικοί επιστήμονες χρησιμοποιούν τον όρο «γυάλινη οροφή» (glass ceiling) για να περιγράψουν τα αόρατα εμπόδια που μπλοκάρουν την πρόσληψη, την προαγωγή και την επαγγελματική κατάρτιση ατόμων που κατά τα άλλα διαθέτουν τα τυπικά προσόντα, αλλά δεν προωθούνται εξαιτίας του γένους τους, της φυλής τους ή της εθνικής τους προέλευσης.

Συγκεκριμένα «γυάλινη οροφή» αποκαλείται η διακοπή στην εξέλιξη της καριέρας των γυναικών, ακριβώς πριν φθάσουν στην κορυφή της ηγεσίας, εξαιτίας των εμποδίων που ορθώνονται και καθιστούν άنيση την περαιτέρω πρόοδό τους. Ο υπολογισμός του εύρους της «γυάλινης οροφής» αποτυπώνει το βαθμό δυσκολίας που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες προκειμένου να καταφέρουν να προωθήσουν την καριέρα τους σε επίπεδα αντίστοιχα με αυτά των ανδρών συναδέλφων τους (Ντερμανάκης, 2004).

Το φαινόμενο αυτό είναι υπεύθυνο για την έλλειψη γυναικών που κατέχουν ηγετικές και ανώτερες διευθυντικές θέσεις σε πολλούς τομείς, αλλά ιδιαίτερα στις επιχειρήσεις και την πολιτική (Okimoto και Brescoll, 2010). Μια δημοφιλής πεποίθηση είναι ότι η ηγεσία και η επιτυχία είναι συνδεδεμένη με ένα άτομο που έχει την «σωστή ουσία». Οι Eagly και Carli υποστηρίζουν ότι με το να κατηγορούμε τις διαφορές των φύλων για την ύπαρξη του φαινομένου της γυάλινης οροφής σε οργανισμούς οδηγεί στην απaráδεκτη

άποψη ότι οι γυναίκες είναι τα "λάθος πράγματα" και οι λάθος ουσίες για τις ηγετικές θέσεις.

Οι γυναίκες στην Ευρώπη εξακολουθούν να μην έχουν πρόσβαση στις ανώτατες βαθμίδες της ιεραρχίας τόσο στην πολιτική όσο και στις επιχειρήσεις, παρά τη μαζική τους είσοδο. Στον ιδιωτικό τομέα, τα εννέα δέκατα των μελών των διοικητικών συμβουλίων είναι άνδρες, όπως εξάλλου και τα δύο τρίτα των επικεφαλής των επιχειρήσεων.

Όπως αναφέρει ο Mavin (2000) ο όρος «γυάλινη οροφή» χρησιμοποιείται για να περιγράψει όλες τις απογοητεύσεις που δοκιμάζουν οι γυναίκες σε όλα τα επίπεδα διοίκησης και επιθυμούν να ξεπεράσουν, αλλά εμποδίζονται από ένα αόρατο εμπόδιο. Οι στάσεις της κοινωνίας, οι ομαδικές και οι ατομικές προκαταλήψεις, η έλλειψη υποστήριξης των γυναικών αποτελούν μερικούς από τους παράγοντες που δημιουργούν και ενισχύουν τα εμπόδια γύρω και πάνω από την επαγγελματική εξέλιξη των γυναικών. Ως εμπόδια στην εξέλιξη της σταδιοδρομίας των γυναικών μπορεί να θεωρηθούν οι πολιτιστικές προκαταλήψεις, τα στερεότυπα των φύλων και οι στάσεις ενάντια στις γυναίκες. Επιπλέον η ύπαρξη ανεπίσημων δικτύων ανδρών τείνουν να αποκλείουν τις γυναίκες από τις ανώτερες θέσεις της διοικητικής ιεραρχίας είναι ένα ακόμα εμπόδιο.

Παράλληλα, η Davidson και η Burke (1994) αναφέρουν σχετικά με τη χαμηλή αντιπροσώπευση των γυναικών στη διοίκηση ότι προκαλείται και από τις διαφορές μεταξύ των ανδρών και γυναικών που αφορούν στην έλλειψη των κατάλληλων στάσεων, συμπεριφορών, δεξιοτήτων και εκπαίδευσης των γυναικών για διοικητικές και επαγγελματικές εργασίες και στην προκατάληψη, στη διάκριση και στα στερεότυπα των γυναικών ως διοικητικά και διευθυντικά στελέχη. Το δικαίωμα προώθησης των γυναικών στα ανώτερα διοικητικά σχήματα, δεν αναγνωρίζεται στο βαθμό που αναλογεί στις εργαζόμενες, με αποτέλεσμα να μην έχουν την ίδια αντιμετώπιση από τους μάνατζερ όταν έρχεται η στιγμή της προαγωγής τους. Η δικαιολογία που συνήθως προβάλλεται, είναι ότι οι γυναίκες εργαζόμενες, είναι υπεύθυνες για την οικογένεια αλλά δεν έχουν το ίδιο μερίδιο ευθύνης ως προς το βιοποριστικό

κομμάτι, το οποίο κατά κύριο λόγο βαραίνει τους άντρες. Η αντίληψη αυτή, φαίνεται να ενισχύεται από τη συνεχή διαμάχη των γυναικών με τους άνδρες, σχετικά με το ποιος έχει τον πρωταγωνιστικό ρόλο. Αν και πρόκειται για μια λανθασμένη αντίληψη, παρόλα αυτά αυτό οδηγεί τους μάντζερ να βλέπουν αρνητικά την αναρρίχηση των γυναικών στην ιεραρχία των επιχειρήσεων. Οι γυναίκες έχουν να αποδείξουν την ικανότητα τους στο επαγγελματικό κομμάτι, να είναι σωστές απέναντι στις οικογενειακές τους υποχρεώσεις και ταυτόχρονα να ανταγωνίζονται και τους άντρες συναδέλφους τους σε ενδεχόμενη προαγωγή.

Ορισμένοι μελετητές υποστηρίζουν ότι η γυάλινη οροφή ως μεταφορά δεν είναι πλέον κατάλληλη, καθώς οι γυναίκες έχουν επιτύχει μια σειρά από ανώτερες θέσεις ηγεσίας, συμπεριλαμβανομένων των θέσεων ηγεσίας σε εθνικό επίπεδο. Κατά συνέπεια, οι πιο ακριβείς μεταφορές θεωρούνται ο «Λαβύρινθος» όπως χαρακτηριστικά αναφέρουν οι Eagly και Carli ενώ οι Bendl και Schmidt ονομάζουν τη μεταφορά αυτή ως «φλεγόμενος τοίχος». Ο Browne (1998), υπέρμαχος της εξελικτικής ψυχολογίας διατυπώνει την άποψη ότι οι γυναίκες γενικά δεν έχουν την προδιάθεση για ηγεσία και υποστηρίζει ότι η πιο κατάλληλη ετικέτα θα είναι "αραχνοϋφαντο ταβάνι" επειδή το εμπόδιο στο χώρο εργασίας υφίσταται μόνο για τις γυναίκες που δεν είναι διατεθειμένες να το σπάσουν. Μερικές φορές, μια νέα μεταφορά χρησιμοποιείται ανάλογα με τον επαγγελματικό τομέα. Για παράδειγμα, το «πλεξιγκλάς ταβάνι» χρησιμοποιήθηκε από την Αυστραλιανή Βιομηχανία το 2011, το οποίο χρησιμοποιήθηκε αναφερόμενο στις γυναίκες στον χώρο της βιομηχανίας. Το «ταβάνι χόρτο» περιγράφει τη σπανιότητα των γυναικών ηγετών στις γεωργικές οργανώσεις. Κάποιες άλλες προσαρμογές της μεταφοράς «γυάλινη οροφή» εστιάζουν στα προβλήματα που υπάρχουν για τις γυναίκες σε ένα ευρύ φάσμα της σταδιοδρομίας τους. (Smith et al,2012)

Αυτές οι θεωρίες και οι μεταφορές, ενδεχομένως, να νομιμοποιήσουν και να συμβάλλουν στη διαιώνιση του φαινομένου της γυάλινης οροφής. Οι Buzzanell και Goldzwig (1991) υποστηρίζουν ότι οι μεταφορές διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην ανακάλυψη και περιγραφή προτύπων συμπεριφοράς και σταδιοδρομίας και μπορεί να βοηθήσει στην τόνωση νέων ιδεών.

Μια μεταφορά που χρησιμοποιείται συνήθως λιγότερο στις θεωρίες εξέλιξης της σταδιοδρομίας είναι η «γυάλινη σκάλα». Με αυτή τη μεταφορά περιγράφονται οι διακρίσεις που γίνονται εις βάρος των γυναικών σε επαγγέλματα όπου οι άντρες υπερισχύουν σε σχέση με τις γυναίκες.

«Γυάλινο πάτωμα» είναι ένας άλλος όρος που χρησιμοποιείται για να περιγράψει ένα φαινόμενο, που μπορεί να συμβεί σε χαμηλότερα επίπεδα και οργανισμούς όπου το προσωπικό είναι πιθανό να έχει χαμηλό εκπαιδευτικό υπόβαθρο. Οι Barnet-Verzat και Wolff αναφέρουν ότι η ανισότητα των φύλων σε αυτό το επίπεδο μπορεί να είναι πιο σοβαρή από ό, τι στα υψηλότερα επίπεδα οργανώσεων όπου υπάρχει η γυάλινη οροφή. Οι Guillaume και Rochic (2009) ερεύνησαν την ύπαρξη του οριζόντιου διαχωρισμού της σταδιοδρομίας με βάση το φύλο. Βρήκαν ισχυρά αποδεικτικά στοιχεία για την ανισότητα, η οποία είναι γνωστή ως «γυάλινος τοίχος». Τέλος, υπάρχει η μεταφορά «Γυάλινη πόρτα», η οποία περιγράφει το αρχικό εμπόδιο προσλήψεων που μπορεί να υπάρχει για τις γυναίκες που επιθυμούν να εισέλθουν σε έναν οργανισμό. Μελέτες έχουν δείξει πως η γυάλινη πόρτα είναι πιο πιθανό να ανοίξει για τις γυναίκες από τις οργανώσεις, που απασχολούνται ήδη. (Smith et al, 2012)

Αντίθετα υπάρχουν και όροι και ετικέτες όπως «βελούδινη γκέτο» οι οποίες αναφέρεται στις γυναίκες που κυριαρχούν και μπορούν να κάνουν καριέρα. Οι γυναίκες όμως, που θεωρούνται ηγέτες μπορεί να υπόκεινται σε αυξημένο έλεγχο και να αντιμετωπίζουν τον σκεπτικισμό και τις αντιδράσεις παρόμοιες με εκείνες που δέχεται ένας μετανάστης. Οι κοινωνικές και οικονομικές κυρώσεις εναντίον φιλόδοξων και επιτυχημένων γυναικών χαρακτηρίζονται ως «ασυνέχεια» (Phelan et al., 2008). Μια πειραματική μελέτη έδειξε ότι οι γυναίκες που εκφράζουν διεκδικητικά χαρακτηριστικά στις συνεντεύξεις εργασίας είναι πιθανό να βρεθούν σε μειονεκτική θέση.

Τέλος υποστηρίζεται πως όταν επιλέγονται γυναίκες σε ηγετικές θέσεις αδικούνται οι άνδρες οι οποίοι έχουν εκ φύσεως τη δυνατότητα να διοικούν, αν και αναγνωρίζεται ότι οι γυναίκες που επιλέγονται για μια ηγετική θέση ήταν πράγματι ο καλύτερος υποψήφιος (Eagly και Carli, 2007).

Οι εκφράσεις και οι προσχηματικοί λόγοι, όπως γυάλινες σκάλες, γυάλινα βράχια, γυάλινα πατώματα, θέσεις εργασίας σκιά, γυάλινοι τοίχοι, γυάλινες πόρτες, γυάλινες οροφές, οροφές από μπετόν, είναι προφανές ότι διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στις αντιλήψεις των ανθρώπων για τις απαιτήσεις της επαγγελματικής και οικογενειακής ζωής για τις γυναίκες.

### **2.3.1: Αίτια του φαινομένου**

Ένα πολύ σημαντικό βήμα στην προσέγγιση της γυάλινης οροφής είναι να γίνει ο προσδιορισμός των αιτιών που προκαλούν την ύπαρξη του φαινομένου. Το στάδιο αυτό φαίνεται καθοριστικό καθώς πολλοί ερευνητές έχουν προτείνει αρκετά αίτια, τα οποία πρέπει να ταξινομηθούν.

Φαίνεται δύο να είναι οι μεγάλες κατηγορίες αιτιών που έχουν προταθεί στη διεθνή βιβλιογραφία. Η πρώτη αναφέρεται στις διαφορές των δύο φύλων σε ατομικό επίπεδο και η δεύτερη κατηγορία αναφέρεται σε κοινωνικά και οργανωσιακά αίτια.

Στην πρώτη κατηγορία υπάρχουν διαφορές στο χαρακτήρα, στην ιδιοσυγκρασία, στη φύση και στις δεξιότητες που καθιστούν τους άντρες πιο ικανούς από τις γυναίκες. Η δεύτερη κατηγορία αφορά το συλλογικό επίπεδο και επεκτείνεται και στο οργανωσιακό. Με βάση αυτή την κατηγορία η ύπαρξη της γυάλινης οροφής υπάρχει γιατί ενυπάρχουν στερεοτυπικές αντιλήψεις και προκαταλήψεις. Τα στερεότυπα αυτά επηρεάζουν την εξέλιξη των γυναικών με πολλούς τρόπους ιδιαίτερα όμως μέσα από αδικίες που συμβαίνουν κατά τις διαδικασίες της προσέλκυσης τους και επιλογής, στα προβλήματα που δημιουργούνται με την ανάπτυξη σχέσεων μέντορινγκ, έλλειψη ισορροπίας οικογενειακής και επαγγελματικής ζωής κ.α.

#### **1) Mentoring**

Η έλλειψη διασύνδεσης και δικτύωσης με πρόσωπα εξουσίας συνεπάγεται και έλλειψη καθοδήγησης με αποτέλεσμα να μην λειτουργεί ο ρόλος του μέντορα.

Ο όρος μέντορινγκ ως έννοια μπορεί να αποτυπωθεί ως σημασία με τους όρους συμβουλευτική ή καθοδήγηση. Το μέντορινγκ ανήκει στην κατηγορία των αναπτυξιακών σχέσεων που αναπτύσσονται στο χώρο εργασίας. Οι αναπτυξιακές σχέσεις βασίζονται σε ανεπίσημες διαπροσωπικές σχέσεις (Ragins,1996).

Ο όρος «μέντορας» είναι συνώνυμος με τη σωστή καθοδήγηση και έχει δημιουργηθεί τα τελευταία χρόνια από τις οργανώσεις με στόχο την ενθάρρυνση των διοικητικών στελεχών, τα οποία έχουν εμπειρία, να γίνουν μέντορες των υπαλλήλων τους, έτσι ώστε αυτοί να αποκτήσουν σημαντικές επαφές και αξιόλογες ικανότητες και δεξιότητες και να κινηθούν επιτυχημένα στους επαγγελματικούς τους τομείς.

Η καθοδήγηση θεωρείται ως μία από τις πιο σημαντικές διαδικασίες στη σταδιοδρομία των ατόμων που επιδιώκουν υψηλότερες θέσεις στον επαγγελματικό τους τομέα. Οι σχέσεις μεταξύ μέντορα και προστατευόμενου αποτελούν συνήθως προσωπική επιλογή των συμμετεχόντων, εκτός και αν υπάρχει κάποιο επίσημο πρόγραμμα μέντορινγκ. Ο προστατευόμενος απολαμβάνει κάποιες ωφέλειες από μία σχέση μέντορινγκ όπως είναι η εκπαίδευση και η ανάπτυξη των εργασιακών δεξιοτήτων ενώ ταυτόχρονα δέχεται και ψυχολογική υποστήριξη. Η αυξημένη προσοχή, οι συμβουλές για την προώθηση σε υψηλότερες θέσεις όπως και η γνωριμία του με ανώτερα στελέχη μέσω του καθοδηγητή του είναι κάποια παραδείγματα ωφελειών που δέχεται ο προστατευόμενος. Παρατηρείται το φαινόμενο ότι οι άνδρες έχουν πιο εύκολη πρόσβαση στα δίκτυα των μεντόρων τους, γεγονός που αποδίδεται στα δίκτυα των μεντόρων, στα οποία κυριαρχούν οι άνδρες, οπότε επιλέγουν ως προστατευόμενους τους άνδρες και σπάνια τις γυναίκες παρόλο που οι γυναίκες δεν στερούνται τις ικανότητες που απαιτούνται για την ανάπτυξη τέτοιων σχέσεων. Οι άντρες επιλέγουν μόνο άντρες κυρίως γιατί αισθάνονται πιο άνετα με τους άντρες. Μπορούν πιο εύκολα να συνάψουν ανεπίσημες κοινωνικές σχέσεις όπως για παράδειγμα να βγουν για ένα ποτό να διασκεδάσουν ή ακόμα και να επιλέξουν να αθληθούν σε ένα κοινό άθλημα. Αν οι άντρες μέντορες επιλέξουν μια γυναίκα ως προστατευόμενη, το πιο πιθανό είναι να καταλήξουν να συνάψουν σεξουαλική σχέση. Όλα αυτά

έχουν ως αποτέλεσμα οι γυναίκες να έχουν περιορισμένη πρόσβαση ή να αποκλείονται από τα δίκτυα υποστήριξης ή να είναι λιγότερο εξοικειωμένες με αυτά, γιατί προσπαθούν να συνάψουν σχέσεις με μέντορες του αντίθετου φύλου. (Kottis, 1993) Σημαντικό εμπόδιο στην προσπάθεια των γυναικών να απολαμβάνουν σχέσεις και οφέλη μέντορινγκ, αποτελεί η σημαντική έλλειψη ικανοποιητικού αριθμού γυναικών στις ανώτερες διοικητικές θέσεις.

## **2) Διαδικασίες αξιολόγησης**

Από τα σημαντικότερα προβλήματα που καλούνται να αντιμετωπίσουν οι γυναίκες στην προσπάθεια τους να ξεπεράσουν τη «γυάλινη οροφή», είναι αυτά που παρουσιάζονται στις επιχειρησιακές λειτουργίες όπως προσέλκυση, επιλογή και προαγωγές.

Πιο συγκεκριμένα η διαδικασία της προσέλκυσης γίνεται πολλές φορές με τέτοιο τρόπο, ώστε εμμέσως να αποκλείονται συγκεκριμένες ομάδες από τους υποψήφιους παρόλο που μπορεί να διαθέτουν τα απαραίτητα προσόντα και δεξιότητες για την εκάστοτε θέση. Η ομάδα που κατεξοχήν πλήττεται είναι αυτή των γυναικών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν οι αγγελίες, οι οποίες στόχο έχουν να ενημερώσουν για τις διαθέσιμες θέσεις εργασίας. Με τον τρόπο που συχνά διατυπώνονται δημιουργούν έμμεσα διακρίσεις με αποτέλεσμα να αποκλείουν τις γυναίκες από την δεξαμενή των υποψηφίων.

Στην διαδικασία της επιλογής η οποία δεν σχεδιάζεται πάντοτε ορθολογικά, μπορούν να συμβούν διακρίσεις κατά των ευάλωτων ομάδων. Οι διακρίσεις σε αυτή τη φάση δεν είναι πάντοτε εσκεμμένες αλλά οι ανισότητες που λειτουργούν εις βάρος των γυναικών μπορεί να οφείλονται σε λανθασμένη επιλογή μεθόδων μέτρησης της αξιολόγησης και σε κακό σχεδιασμό εκ μέρους της επιχείρησης.

Στην διαδικασία της αξιολόγησης, για την προώθηση των γυναικών στις ανώτερες διευθυντικές θέσεις, παρατηρούνται σε πολλές περιπτώσεις κάποια εμπόδια και αυτό φαίνεται σε τρεις πτυχές της διαδικασίας.



1. Τα κριτήρια τίθενται σε επαγγελματικό και διευθυντικό επίπεδο από άνδρες.
2. Οι τεχνικές και τα όργανα (όπως η συνέντευξη) συνδέονται συχνά με το ανδρικό περιεχόμενο των διευθυντικών κέντρων αξιολόγησης.
3. Οι αξιολογητές είναι σχεδόν αποκλειστικά άνδρες με συγκεκριμένες αντιλήψεις για την καταλληλότητα των γυναικών στη διοίκηση.

Στις λειτουργίες αυτές συχνά παρατηρούνται βαθιά ριζωμένες προκαταλήψεις, αρνητικά στερεότυπα και λανθασμένες εταιρικές πρακτικές, που φράζουν το δρόμο των γυναικών προς την κορυφή και συμβάλλουν στο στην διεύρυνση του φαινομένου της «γυάλινης οροφής»

### **3) Συνδυασμός Οικογενειακής-Επαγγελματικής ζωής**

Οι γυναίκες αντιμετωπίζουν τον υπερβολικό φόρτο εργασίας προκειμένου να αποδείξουν πόσο ικανές είναι στο περιβάλλον εργασίας τους αλλά ταυτόχρονα έχουν να επωμιστούν και τις οικιακές και οικογενειακές ευθύνες. Η «δεύτερη βάρδια» είναι ένα από τα παραδείγματα που διαδόθηκε από Hochschild το 1989 προκειμένου να περιγράψει εργαζόμενες γυναίκες, οι οποίες έχουν σαφώς μεγαλύτερη ανάμιξη στην οικογένεια και στο σπίτι από ότι οι σύζυγοι. Η εφαρμογή της μεταφοράς έχει επεκταθεί για να συμπεριλάβει όχι μόνο οι μητέρες, αλλά και τον υπερβολικό φόρτο εργασίας όλων των γυναικών και την έλλειψη χρόνου. Αυτή η μεταφορά έχει συνδεθεί με υψηλά επίπεδα κατάθλιψης, παχυσαρκίας και άλλων χρόνιων ασθενειών. Μία άλλη μεταφορά η οποία χρησιμοποιείται συχνά είναι ο λεγόμενος «μητρικός τοίχος». Ο μητρικός τοίχος δίνει μία σαφή εικόνα για το πώς οι σταδιοδρομίες των γυναικών επηρεάζονται αρνητικά από τις συχνές διακοπές εργασίας που απαιτούνται για την μητρότητα. (Crosbyetal, Williams, 2004).

Οι γυναίκες θεωρούνται ανώτερες από τους άνδρες σε τομείς όπως η φιλικότητα και φροντίδα. Ωστόσο, αυτές οι θετικές απεικονίσεις συμβάλουν στην ενίσχυση της νοοτροπίας πως οι γυναίκες είναι καλύτερες από τους άνδρες στη φροντίδα των παιδιών και του νοικοκυριού άρα σε θέματα εργασίας είναι λιγότερο κατάλληλη για την ηγεσία (Eagly και Carli, 2007).

Οι γυναίκες αντιμετωπίζουν την απώλεια της εργασίας προκειμένου να δημιουργήσουν οικογένεια και στη συνέχεια όταν προσπαθούν να επανενταχθούν στο ανθρώπινο δυναμικό έρχονται αντιμέτωπες με πολλές δυσκολίες. Οι γυναίκες που επιστρέφουν στην επαγγελματική τους σταδιοδρομία μετά από ένα διάλειμμα υποφέρουν συνήθως μια μισθολογική ποινή, χάνοντας ένα σημαντικό κομμάτι από το αρχικό εισόδημά τους.

Ωστόσο, υποστηρίζεται και επισημαίνεται ότι οι υπερβολικές απαιτήσεις για τις εργαζόμενες μητέρες μπορούν να ενισχύσουν το στερεότυπο ότι οι γυναίκες είναι αναξιόπιστες εργαζόμενες.

### **2.3.2: Επιπτώσεις Γυάλινης Οροφής**

Η παρουσία της «γυάλινης οροφής» σε μία επιχείρηση προκαλεί μια σειρά από παρενέργειες, που μεταφράζονται σε σημαντικά οικονομικά και όχι μόνο κόστη. Οι 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)

### **2.3.3: Λύσεις φαινομένου**

Οι πιο συνηθισμένες 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 άντρες.

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

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 γυναίκες εργαζόμενες επιλέγουν ένα πιο αντρικό στυλ ντυσίματος σε συνδυασμό με ένα στυλ διοίκησης με το οποίο οι άντρες θα αισθάνονται πιο άνετα. Η έντονα ανδρική οργανωσιακή κουλτούρα αναγκάζει τις γυναίκες να προσαρμοστούν σε ένα πιο ανδρικό διοικητικό στυλ.

Οι οικογενειακές υποχρεώσεις, οι οποίες απορροφούν περισσότερο χρόνο απ' ότι 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 ζωή προκειμένου να έχουν μία καριέρα όπως οι άντρες, θα πρέπει να προσφέρονται ίσες ακριβώς ευκαιρίες με εκείνες των αντρών. 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 αυτόν τον τρόπο οι επιχειρήσεις μπορούν να διατηρούν το εργατικό δυναμικό τους χωρίς να προβαίνουν σε απολύσεις.

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

H3.0: Δεν καταγράφονται επιπτώσεις στον οργανισμό από την ύπαρξη του φαινομένου της γυάλινης οροφής

H3: Καταγράφονται επιπτώσεις στον οργανισμό από την ύπαρξη του φαινομένου της γυάλινης οροφής.

### **3: Έρευνες σχετικά με το θέμα τεκμηριωμένες με δευτερογενή στοιχεία**

Η μεγαλύτερη έρευνα επί του θέματος στη χώρα μας έγινε από κ. Galetsi Panagiota (2013), στα πλαίσια της μεταπτυχιακής της διατριβής (School of Economics and Business, Administration International Hellenic, University Thessaloniki). Η έρευνα πραγματοποιήθηκε, ως αποτέλεσμα της πρωτοβουλίας του υποκαταστήματος Μακεδονίας που αναφέρεται στην Οργάνωση Γυναικών Μάνατζερ και Επιχειρηματιών (TOGME) όπως επίσης και ως συνέπεια της δράσης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής ως πρόταση σε μία ευρωπαϊκή οδηγία που αναφέρεται σε επιχειρήσεις που είναι μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης και στη διαφορετικότητα μεταξύ των φύλων στο διοικητικό τους συμβούλιο.

Καταγράφοντας την πραγματικότητα που ισχύει στα ελληνικά διοικητικά συμβούλια, η έρευνα συμπληρώθηκε με την συμβολή 80 ελληνικών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθήνας. Οι επιχειρήσεις αυτές πληρούν τα κριτήρια της οδηγίας έχοντας ετήσια έσοδα άνω των 50 εκατ. € και πάνω από 250 εργαζόμενους. Παρατηρήθηκε ότι η παρουσία των γυναικών στα διοικητικά συμβούλια αυτών των επιχειρήσεων αγγίζει μόλις το 9,50%. Από το παραπάνω αποτέλεσμα λαμβάνεται το συμπέρασμα ότι στην Ελλάδα οι επιχειρήσεις που υποχρεούνται να συμμορφωθούν με την Ευρωπαϊκή οδηγία χρειάζεται να οδηγηθούν σε διάφορες αλλαγές και αντικαταστάσεις ώστε να επιτευχθούν τα αναγκαία ποσοστά (40% μέχρι το 2020).

Παράλληλα, καθώς η εν λόγω έρευνα καταμετρά τα άτομα σε μία λίστα 242 επιχειρήσεων στην Ελλάδα, καταγράφει ότι η παρουσία των γυναικών μετράται στο 12%. Επιπλέον, στην πλειονότητα των μεγάλων εταιρειών στην Ελλάδα, όπως μετράται σε δείγμα από 502 επιχειρήσεις, τα διοικητικά συμβούλια αντιπροσωπεύονται από γυναίκες κατά 9% ενώ το τμήμα management φέρει γυναίκες σε διπλάσιο περίπου ποσοστό, δηλαδή 18, 4%.

Ωστόσο, η έρευνα αποκάλυψε ότι στην Ελλάδα το ποσοστό συμμετοχής των γυναικών στα διοικητικά συμβούλια παραμένει σε χαμηλά επίπεδα. Σύμφωνα με αυτή την έρευνα το αποτέλεσμα αυτό αρχικά είναι ζωτικής σημασίας για τις

εταιρίες και τα στελέχη τους κατά την διαδικασία κατανόησης της ύπαρξης διακρίσεων λόγω φύλου σε ηγετικές θέσεις. Αφ' ετέρου η αναφορά κακής πρακτικής μπορεί να αυξήσει την προσοχή για την διαμόρφωση και εφαρμογή ενός ίσου κανονισμού στον τομέα της διακυβέρνησης (Groysberg & Bell, 2012). Μένοντας στην ανάλυση του ερωτηματολογίου η ερευνήτρια κατέληξε ότι στην Ελλάδα οι γυναίκες έχουν αρκετά προσόντα για να εκπληρώσουν τις διευθυντικές θέσεις (87,3%) ωστόσο υπάρχουν σχετικών εμποδίων που περιορίζουν την καριέρα τους (54,50%).

Βασισμένοι στα αποτελέσματα της έρευνας της Galetsi στην Ελλάδα, πιστεύεται ότι περισσότερες γυναίκες στα διοικητικά συμβούλια πιθανά να επηρεάσουν οικονομικά θετικά τις ελληνικές επιχειρήσεις (65,6%) γεγονός που συνάδει με τα ευρήματα της έρευνας των Francoeur, Labelle & Sinclair-Desgagne (2008) που απέδειξαν ότι επιχειρήσεις με επαρκές ποσοστό γυναικών στην διοίκηση που λειτουργούν σε σύνθετα περιβάλλοντα μπορούν να αποκτήσουν θετικότερες μηνιαίες αποδόσεις. Μένοντας στα αποτελέσματα του καταμετρημένου ερωτηματολογίου, οι γυναίκες πρέπει να εργάζονται εξίσου με τους άνδρες στα διοικητικά συμβούλια διότι έχουν τα ίδια προσόντα με τους άνδρες (37%) και σχεδόν το ένα τρίτο των ανθρώπων που πιστεύουν ότι η ύπαρξη περισσότερων γυναικών στα διοικητικά συμβούλια προσφέρει ωφέλεια αναφορικά με τις αποφάσεις που λαμβάνουν αυτές οι επιχειρήσεις. Παράλληλα, συσχετίζεται με αυτό το αποτέλεσμα η έρευνα των Nielsen και Huse (2010) όπου μέσω 120 νορβηγικών επιχειρήσεων βρέθηκαν στοιχεία που αποδείκνυαν ότι οι γυναίκες σε ανώτερες διοικητικές θέσεις επηρεάζουν τις αποφάσεις που λαμβάνουν αυτές οι επιχειρήσεις ως αποτέλεσμα της επαγγελματικής τους εμπειρίας και των αξιών που φέρουν.

Για τους παραπάνω λόγους, καταλήγει η Galetsi (2013) καταλήγει ότι το χάσμα μεταξύ των φύλων στα διοικητικά συμβούλια των Ελληνικών επιχειρήσεων υπάρχει, είναι σημαντικό και με ιδιαίτερο αποτέλεσμα ότι η μείωση αυτού του χάσματος δύναται να προσφέρει οικονομικά οφέλη στις επιχειρήσεις. Για αυτόν τον λόγο οι ελληνικές επιχειρήσεις χρειάζεται να επεξεργαστούν κώδικες εταιρικής διακυβέρνησης αναφορικά με τη σύνθεση των διοικητικών συμβουλίων και το φύλο καθώς και να εφαρμόσουν

πρακτικές που θα χειραφετούν τις γυναίκες να συμμετέχουν σε αυτές τις διοικητικές θέσεις.

Επιπροσθέτως, οι Peterson & Philpot (2006) εξέτασαν το ρόλο των γυναικών διευθυντών και την παρουσία τους σε 500 εταιρείες των ΗΠΑ και παρουσίασαν αποδείξεις ότι αυτές οι γυναίκες έχουν εξίσου προσόντα με τους άνδρες συναδέλφους τους, ενώ παράλληλα οι ερευνητές παρουσίασαν συσχέτιση μεταξύ των διευθυντικών θέσεων και του φύλου.

Επίσης, έρευνα του 2007 που ερευνούσε το βήμα των γυναικών προς την ηγεσία στις ΗΠΑ, έκανε χρήση ερωτηματολογίου σε 536 γυναίκες που βρίσκονταν σε χαμηλές διοικητικές θέσεις. Τα αποτελέσματα των ερευνητών παρουσίασαν ως βασικό εμπόδιο για την αναβάθμιση των γυναικών αυτών σε ανώτερη διοικητική θέση τον χρόνο που χρειάζεται ένα μέλος του διοικητικού συμβουλίου που θα τις κρατά μακριά από τις οικογενειακές τους υποχρεώσεις (Colaco, Myers & Nitkin, 2011). Σε αυτή την έρευνα άλλα αποτελέσματα παρουσίασαν πολλές από τις συμμετέχουσες να προτιμούν να συμπληρώνουν τις επαγγελματικές ομάδες τους με υπαλλήλους και των δύο φύλων (59,8%) καθώς επίσης το 67.6% απάντησε ότι προτιμά άνδρες για την στελέχωση των διοικητικών συμβουλίων.

Μία επίσης σημαντική έρευνα επί του θέματος οργανώθηκε και εκπονήθηκε από την MRB Hellas S.A. (2013) σε 415 διευθυντικά στελέχη Ελληνικών επιχειρήσεων, παρουσιάστηκε ότι η πλειονότητα αυτών αναγνωρίζει την απουσία ενός ικανοποιητικού αριθμού γυναικών από τα διοικητικά συμβούλια καθώς είναι ιδιαίτερα ευαισθητοποιημένοι στην ίση εκπροσώπηση των γυναικών σε αυτές τις θέσεις. Επίσης, η πλειονότητα των Ελλήνων διευθυντικών στελεχών πιστεύουν ακράδαντα ότι οι Ελληνικές επιχειρήσεις δεν είναι έτοιμες να εφαρμόσουν αυτήν την αντιστοιχία ποσοστού φύλου στα διοικητικά τους συμβούλια.

Σε μεταπτυχιακή ερευνητική εργασία του 2016 του τμήματος Αγροτικής Οικονομίας και Ανάπτυξης του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών έγινε μία καταγραφή της διάστασης του φύλου στην καριέρα. Η ερευνήτρια μέσα από διάφορες ερευνητικές υποθέσεις θέλησε να παρουσιάσει μία σειρά

αποτελεσμάτων σχετικά με το φαινόμενο της «γυάλινης οροφής» στις ελληνικές επιχειρήσεις. Η πρωτοτυπία της έρευνας έγκειται στο ότι επικεντρώνεται στην γενιά Y δηλαδή σε 119 σχετικά νεαρά άτομα που γεννήθηκαν από το 1980 μέχρι και το 1994. Ένα από τα ερευνητικά ερωτήματα αυτής της έρευνας έγκειται στον αριθμό προαγωγών και τη θέση στην ιεραρχία της επιχείρησης όπου εργάζονται. Φαίνεται ότι ο μέσος αριθμός προαγωγών για τους άνδρες είναι κατά 0,6 προαγωγές μικρότερος από αυτόν των γυναικών. Άρα οι γυναίκες σε σχέση με τους άνδρες παρουσιάζουν μεγαλύτερη εργασιακή εξέλιξη σε επίπεδο προαγωγών. Το παραπάνω αποτέλεσμα δύναται να ισχύει λόγω του πληθυσμού μελέτης που είναι η πιο σύγχρονη γενιά του εργασιακού χώρου. Η μόρφωση, κατάρτιση, δυναμικότητα και κινητοποίηση των γυναικών της νέας αυτής γενιάς του επιτρέπει να κυνηγήσουν τα σχέδιά τους για καριέρα, εργασιακή ανέλιξη αυτή την περίοδο που δεν έχουν λόγω ηλικίας οικογενειακές υποχρεώσεις. Αναμετρώνται λοιπόν «επί ίσοις όροις» με τους άνδρες. Επίσης τα δύο φύλα δεν φαίνεται να διαφέρουν ως προς τη θέση που κατέχουν στην ιεραρχία του οργανισμού στον οποίο απασχολούνται (Γεωργίου, 2016).

Επιπροσθέτως, οι Vinkenburg et al (2011) καταγράφουν ότι η παρουσία μίας γυναίκας είναι συνηθέστερη σε περιβάλλοντα όπου κυριαρχεί η διαπροσωπική ευαισθησία.

Παλαιότερη έρευνα αναφερόμενη στα στερεότυπα σχετικά με το φύλο και τη διοίκηση αναφέρει ότι η σύνδεση του αρσενικού φύλου με τη διοίκηση είναι πραγματικά έντονη (Birthoin- Antal & Izreali, 1993). Με τα στερεότυπα για τη γυναίκα στην εργασία ασχολήθηκε στις δύο έρευνες τους ο καθηγητής Μιχαήλ το 2006 που εκπονήθηκε ανάμεσα σε φοιτητές πανεπιστημίου και σε εργαζόμενους στην Ελλάδα. Τα ευρήματα των δύο αυτών ερευνών επιβεβαιώνουν πλήρως τα στερεότυπα που βαραίνουν τη γυναίκα στον εργασιακό χώρο. Πιο συγκεκριμένα, στα αποτελέσματα αν και οι γυναίκες παρουσιάζονται αποδεκτές ως στελέχη επιχειρήσεων, καταγράφονται έντονες ενστάσεις αναφορικά με την ικανότητά τους στον τομέα αυτό αλλά και περιορισμοί που ισχύουν λόγω του φύλου τους. Η αυτοπεποίθηση των γυναικών είναι σημείο κλειδί η οποία παρουσιάζεται στα αποτελέσματα να



υστερεί για την πλήρωση ηγετικής θέσης με αποτέλεσμα η εμφάνιση περισσότερων γυναικών σε χαμηλότερες και μεσαίες θέσεις εργασίας. Ένα άλλο σημείο που αποκαλύπτουν οι παραπάνω έρευνες είναι η επιβεβαίωση των γυναικών απέναντι στα στερεότυπα περί επιρροής από τα συναισθήματά τους. Η παράταση του προβλήματος του φαινομένου της «γυάλινης οροφής» φαίνεται εκ των αποτελεσμάτων ότι ισχύει καθώς πρέπει να τονιστεί ότι γυναίκες της έρευνας δεν μάχονται ενάντια στην εικόνα που επιβάλλει η κοινωνία και ο εργασιακός χώρος κατ' επέκταση (Mihail, 2006a & Mihail, 2006b).

Αναφορικά με τον ιατρικό χώρο μία έρευνα που αξίζει να σημειωθεί αναφέρει την πρόσβαση σε επίσημα στατιστικά για την απόδειξη ότι η σταδιοδρομία των γυναικών ιατρών στα νοσοκομεία δεν ακολουθεί τους ίδιους ρυθμούς προόδου με τον ίδιο τρόπο όπως εκείνη των ανδρών. Το δείγμα της έρευνας αναφέρεται στην αναλογία γυναικών που εργάζονται ως γιατροί νοσοκομείων κατά τα έτη 1963-1996 καθώς και οι συγκεκριμένες ειδικότητες της φαρμακολογίας, της χειρουργικής, της μαιευτικής και της γυναικολογία, της παθολογίας, της ακτινολογίας/ ακτινοθεραπείας, οι γυναίκες αναισθησιολόγοι και οι ψυχίατροι σε εύρος χρόνων από το 1974 έως και το 1996). Η ανάλυση των δεδομένων αναφέρεται από την είσοδο των γυναικών αυτών στην ιατρική σχολή έως την εκτίμηση του βαθμού της δυσανάλογης προβολής τους. Τα αποτελέσματα που παρουσιάζονται αναφέρουν ότι το ποσοστό των γυναικών που ακολούθησε καριέρα ιατρού σε νοσοκομείο ήταν σε μεγάλο βαθμό βασισμένη στο υψηλό ποσοστό γυναικών που περνούσαν σε ιατρικές σχολές τις τρεις περασμένες δεκαετίες. Γενικότερα υπήρχαν ελάχιστες αποδείξεις για τη δυσανάλογη προβολή των γυναικών σε θέσεις καριέρας ιατρού στα νοσοκομεία, αν και στη χειρουργική, την φαρμακευτική, την μαιευτική και την γυναικολογία, λίγες γυναίκες φαίνεται να προχώρησαν πέρα του αρχικού βαθμού της ειδικότητάς τους. Η ανάλυση των προτιμήσεων σταδιοδρομίας και οι προθέσεις παρουσιάζουν ότι η δυσανάλογη λόγω φύλου προβολή δεν μπορεί εύκολα να εξηγηθεί ως διαφορεική επιλογή των γυναικών. Ως συμπέρασμα αυτής της έρευνας παρουσιάστηκε ότι δεν υπάρχουν ενδείξεις εμφάνισης του φαινομένου της «γυάλινης οροφής» για τις γυναίκες που κάνουν καριέρα ως γιατροί εντός ενός νοσοκομείου. Η δυσαναλογία στην

προβολή είναι απύσα σε ειδικότητες όπως ψυχιατρική, παθολογία, ακτινολογία/ ακτινοθεραπεία και παράλληλα το ποσοστό των γυναικών είναι παρόμοια σε όλα σκαλοπάτια της ηγεσίας. Τα παραπάνω είναι ισχυρές ενδείξεις για την απουσία άμεσης και έμμεση διάκρισης λόγω φύλου (McManus et al., 2000).

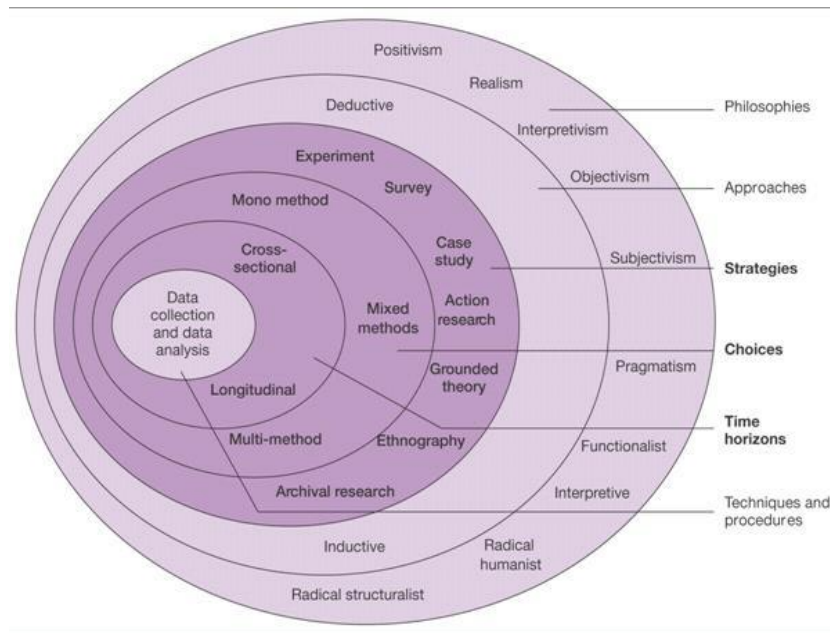
## **B. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ**

### **4. Μεθοδολογία της Έρευνας**

Όπως υποστηρίζεται και από τον Αριστοτέλη τόσο η επιστήμη όσο και η έρευνα αποτελούν αλληλένδετα στοιχεία για την κατανόηση της ζωής και της φύσης. Με τον όρο μεθοδολογία εννοούμε τις αρχές της σωστής νόησης δίνοντας αξία στην λογική, που όπως παρατηρεί και ο Αριστοτέλης είναι η προπαίδεια όλων των επιστημών.(Ηλίας Δ. Μπάκος,1999)

Για τη μεθοδολογία της έρευνας έχουν διατυπωθεί δύο αντιλήψεις. Η μία είναι αυτή του μεθοδολογικού μονισμού όπου δίνεται προτεραιότητα στην πνευματική προσέγγιση του κόσμου και υποστηρίζει πως ο άνθρωπος που πραγματοποιεί την έρευνα, θα πρέπει να αποκλείει την χρήση των αισθήσεων του. Αντίθετα στη θέση αυτή έρχεται να διατυπωθεί, ο μεθοδολογικός δυϊσμός, κατά τον οποίο δίνεται προτεραιότητα στην εμπειρική προσέγγιση των πραγμάτων έναντι της πνευματικής σύλληψης. Θα πρέπει να χρησιμοποιείται κάθε δυνατότητα που δίνεται ακόμα και αυτή των αισθήσεων του.(Πέτρος Α. Γέμος,1995)

Η μεθοδολογία έρευνας σκοπό έχει να εξοπλίσει τους νέους ερευνητές με τις κατάλληλες γνώσεις έτσι ώστε η έρευνα, που θα πραγματοποιήσουν να είναι πρωτότυπη και αξιόλογη συμβάλλοντας στην προώθηση της γνώσης.



Εικόνα: The research onion. Saunders et al, (2009)

#### 4.1: Φιλοσοφία της έρευνας

Η έρευνα είναι η αναζήτηση νέας γνώσης. Για τους αρχαίους Έλληνες αποτελούσε τον λόγο της ύπαρξής τους και αποσκοπούσε στην απόκτηση γνώσεων και όχι για πρακτικούς σκοπούς.

Κάθε επιστημονική έρευνα πραγματοποιείται με μία συγκεκριμένη μέθοδο.

**Οντολογία:** Ο όρος οντολογία, όπως αναφέρει ο Blaikie(1993) περιγράφει τα όντα που υπάρχουν στον κόσμο, πώς μοιάζουν αυτά και πώς αλληλεπιδρούν και αναπτύσσουν σχέσεις μεταξύ τους.

Η οντολογία είναι βασικός κλάδος της μεταφυσικής, αλλά όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Τζαβάρας Γ. (2009) ήταν τραγικό σφάλμα που η οντολογία εντάχθηκε στη μεταφυσική χάνοντας αρκετή από την αίγλη της και αποστρέφοντας την από το επίκεντρο της φιλοσοφίας.

Η οντολογία διαθέτει δύο διαστάσεις, το γίνεσθαι και το είναι, οι οποίες θεωρούνται έγκυρες από πολλούς ερευνητές χωρίς να εξοβελίζεται κανένας από τους δύο όρους.(Remenyi,1998).

**Ρεαλισμός:** Μέσα από την οντολογία απορρέει ο Ρεαλισμός. Η ρεαλιστική θεώρηση της γνώσης υποστηρίζει πως η γνώση μας ανταποκρίνεται στην αντικειμενική κατάσταση της πραγματικότητας. Γενικά ως ρεαλισμό, θα χαρακτηρίζαμε μία οντολογική θέση κατά την οποία ο κόσμος είναι πραγματικός και δεν είναι ένα κατασκεύασμα του νου.

Το ζήτημα του επιστημονικού ρεαλισμού δεν έμεινα χωρίς κριτική. Υπάρχει μία σκεπτικιστική στάση έναντι του ρεαλισμού όπου προέρχεται από τους Φαινομεναλιστές, Κονβενσιοναλιστές καθώς και από τους Ινστρουμενταλιστές. (Πέτρος Α. Γέμπος,2004)

**Επιστημολογία:** Ένας σχετικά νέος και αντίθετος στην οντολογία όρος είναι αυτός της επιστημολογίας. Επιστημολογία ή Λογική της έρευνας ή Φιλοσοφία της Επιστήμης, όπως ακόμα αποκαλείται από τους αγγλοσάξονες, διερευνά την φύση της επιστημονικής γνώσης και σκέψης και πως αυτή παράγεται.

Τα επιστημολογικά προβλήματα ήδη είχαν αρχίσει να εμφανίζονται από τον 17<sup>ο</sup> αιώνα, αλλά μόλις τον 20<sup>ο</sup> δημιουργήθηκε ένας αυτόνομος κλάδος με ένα αυστηρά οριοθετημένο αντικείμενο. Τα προβλήματα, με τα οποία ασχολείται συνδέονται με τις γνωστική σύλληψη του κόσμου. Το πρόβλημα της επαγωγής, αυτό της οριοθέτησης της επιστήμης, προβλήματα κατασκευής εννοιών και υποθέσεων κ.α. Γενικότερα παρατηρείται ότι ο σκοπός της επιστημολογίας σχετίζεται με την ορθολογική ανάλυση, διάρθρωση και λειτουργία της επιστημονικής δραστηριότητας.

Ασχολείται με την κατασκευή εννοιών, επιστημονικών προτάσεων και υποθέσεων και διέπεται από έναν ρυθμιστικό και έντονα κριτικό χαρακτήρα.(Πέτρος Α. Γέμπος,2004)

**Θετικισμός:** Η Επιστημολογία οργανώθηκε ως αυτόνομος κλάδος τα τελευταία 70 χρόνια. Οι ρίζες της όμως μπορούν να εντοπιστούν στον Θετικισμό.

Η πρώτη ώθηση για τον Θετικισμό προήλθε από τον Γάλλο φιλόσοφο August Comte (1798-1857) εμπνέοντας τον John Stuart Mill στην Αγγλία. Ο Αγγλικός

και Γαλλικός Θετικισμός ήταν διαφορετικός από αυτόν του κύκλου της Βιέννης.(Birger Hjørland,2005)

Ο Θετικισμός που αναπτύχθηκε για πρώτη φορά στην Αυστρία και τη Γερμανία την δεκαετία του 1920, είναι ένας όρος με πολλές χρήσεις. Ο Θετικισμός επηρεάστηκε από :

1. την Λογική και τα Μαθηματικά
2. τον παραδοσιακό εμπειρισμό
3. την εξέλιξη στη φυσική

Οι πρώτες επεξεργασίες ήρθαν από τον κύκλο της Βιέννης μιας ομάδας φιλοσόφων και επιστημόνων που με την επίδραση του παλαιότερου ευρωπαϊκού Θετικισμού σε συνεργασία με τους κύκλους του Βερολίνου,μελέτησαν συστηματικά τα θεμέλια των επιστημών. Κοινή βάση όλων των Θετικιστών ήταν η λογική ανάλυση και εμπειρική θεμελίωση της επιστήμης.

Με μία μακροσκοπική ματιά θα λέγαμε ότι περιλαμβάνει κάθε προσέγγιση που εφαρμόζει την επιστημονική μέθοδο. Τον θετικισμό τον απασχολεί η αξιολόγηση των κριτηρίων που αναφέρονται στην διαδικασία της γνώσης και όχι για το πώς φτάσαμε στην γνώση. Η θεμελιώδης αρχή του Θετικισμού είναι η πίστη στην ουσιαστική ενότητα της επιστημονικής μεθόδου. Για τον Θετικισμό η γνώση είναι έγκυρη μόνο αν βασίζεται στην παρατήρηση.(Martin Hollis,2005)

Ο ερευνητής που ακολουθεί αυτή την έρευνα ερευνά:

- 1) Ερευνά τα αρχεία προκειμένου να φέρει στην επιφάνεια τις πηγές, για να επισημάνει νέα στοιχεία.
- 2) Μέσα από τις πηγές συγκεντρώνει νέα συμβάντα και γεγονότα, με σκοπό να τα ιεραρχήσει και να τα παραθέσει σε γραμμική πορεία.
- 3) Εφαρμόζει την κριτική μέθοδο, για να ελέγξει την γνησιότητα και την αξιοπιστία των πηγών.

- 4) Παρουσιάζει τα γεγονότα με χρονολογική σειρά για να αποδείξει την ακολουθία αιτίου-αιτιατού.
- 5) Αναλύει-ερμηνεύει όλες τις μεταβολές που έχουν συμβεί.(Ηλίας Δ.Μπάκος,1999)

Συμπερασματικά μπορούμε να πούμε πως ο Θετικισμός διαχωρίζει τη θεωρία από την έρευνα, δημιουργούνται υποθέσεις μέσω της θεωρίας και αφού ελεγχτούν μπορούν να επιτρέψουν την ερμηνεία των υπό εξέταση νόμων.(Κυριαζόπουλος, Σαμαντά,2011)

**Φαινομενολογία:** Στον αντίποδα του Θετικισμού βρίσκεται η Φαινομενολογία, η οποία είναι ιδιάζουσα και φαίνεται να έχει πλούσια και περίπλοκη ιστορία. Για την Φαινομενολογία δεν φαίνεται να υπάρχει ένας κοινά παραδεκτός ορισμός, αλλά κατά τον E. Husserl (1859-1938), ο οποίος ήταν και ο θεμελιωτής αυτού του φιλοσοφικού ρεύματος, το σημείο εκκίνησης είναι η συνειδητή μας εμπειρία..(John M.Budd,2005)

Η Φαινομενολογία υποστηρίζει τη μελέτη των φαινομένων όπως εμφανίζονται στη συνείδηση μας. Σχετίζεται με το πραγματικό χωρίς το αντικειμενικό να μηδενίζεται, παρά μόνο τίθεται εντός παρενθέσεων.(Cohen,2005)

Το φαινόμενο της Φαινομενολογίας παρουσιάζει διαφορετικές σημασίες στα χέρια διαφορετικών ανθρώπων για αυτό και για πολλούς επικριτές της δεν μπορεί να υπάρχει απόλυτη αλήθεια. Για τον λόγο αυτό ο ερευνητής που χρησιμοποιεί αυτή τη μέθοδο έρευνας προσπαθεί να περιορίσει την κοινή αίσθηση που έχουν για το ίδιο φαινόμενο διαφορετικοί άνθρωποι με σκοπό να προκύψει η έγκυρη γνώση.

Ακολουθώντας την φαινομενολογική έρευνα ο ερευνητής έρχεται αντιμέτωπος με μία νέα θεωρία, η οποία προκύπτει από τα ευρήματα.  
(Κυριαζόπουλος,Σαμαντά,2011)

Συνοψίζοντας με σκοπό την επιλογή της κατάλληλης μεθόδου ο Θετικισμός ή αλλιώς αντικειμενισμός μαρτυρά πως όλη η γνώση μας προέρχεται από τον εξωτερικό κόσμο. Τα πάντα διαθέτουν μια αντικειμενική πραγματικότητα.

Αντίθετα, η άλλη διάσταση ο υποκειμενισμός ή φαινομενολογία δίνει στο υποκείμενο τον κύριο λόγο δημιουργίας της γνώσης. Αυτή η άποψη υποστηρίζει πως όλη η γνώση βρίσκεται στη συνείδηση μας και αποτελείται από γενικές έννοιες. (Γ.Σταμίρης, 1986)

Ο Θετικισμός και η Φαινομενολογία είναι από τις πιο διαδεδομένες προσεγγίσεις στο κομμάτι των ερευνών. Ο Θετικισμός από τη μία πλευρά συνδέεται στενά με την ποσοτική έρευνα, αντίθετα η φαινομενολογία συνδέεται με την ποιοτική ερευνητική μέθοδο.( Κυριαζόπουλος,Σαμαντά,2011)

Από την παραπάνω διατύπωση παρατηρείται πως η ακαδημαϊκή έρευνα απορρίπτει την οντολογία και εμπιστεύεται την γνωσιοθεωρία ή αλλιώς επιστημολογία προκειμένου να φτάσει στην εγκυρότητα της γνώσης.

**Επιλογή μεθόδου:** Μετά την ανάλυση όλων των προσεγγίσεων καθίσταται αναγκαίο να επιλεγεί η καταλληλότερη μέθοδος. Η παρούσα έρευνα βασίζεται στις αρχές του Θετικισμού, γιατί ο Θετικισμός βασίζεται στην έρευνα και στην ανάλυση στατιστικών και προσδίδει αξιοπιστία και αντικειμενικότητα στην έρευνα. Ακόμα επιλέγεται ως φιλοσοφία, γιατί εξετάζονται ήδη υπάρχουσες θεωρίες και θα διατυπωθούν υποθέσεις που θα καθοδηγήσουν την έρευνα, καθώς επίσης χρησιμοποιούνται ήδη υπάρχουσες έρευνες, που έχουν δημοσιευθεί σε επιστημονικά άρθρα. Η καταγραφή των δεδομένων θα είναι ακριβής και ανεπηρέαστη από προσωπικές απόψεις.

#### **4.2: Ερευνητική Προσέγγιση**

Τα βασικότερα είδη ερευνητικής προσέγγισης με βάση τη λογική αρχή είναι η επαγωγική και η παραγωγική μέθοδος.

Η επαγωγική μέθοδος (inductive) στηρίζεται στον επαγωγικό συλλογισμό και παράγει το γενικό από το μερικό – ειδικό. Η μέθοδος αυτή:

- 1) Χρησιμοποιεί την παρατήρηση.



- 2) Εξετάζει και αντιλαμβάνεται με απόλυτη ακρίβεια τα φαινόμενα και τα γεγονότα.
- 3) Αναζητεί τους νόμους που διέπουν τα φαινόμενα και τα γεγονότα.

Αυτή η μέθοδος από την παρατήρηση περνάει στο πείραμα, το οποίο είναι και η τελειότερη και ακριβέστερη παρατήρηση γιατί είναι αριθμητικά μετρήσιμο. Κατά την επαγωγική μέθοδο πρώτα διαθέτουμε τα εμπειρικά δεδομένα και έπειτα κατασκευάζουμε τη θεωρία. (Ηλίας Δ. Μπάκος, 1999)



Εικόνα 1: A.F. Chalmers 2007. Τι είναι αυτό που το λέμε επιστήμη.

Ο ερευνητής- παρατηρητής θα πρέπει να διαθέτει ακέραια αισθητήρια όργανα και οφείλει να καταγράφει πιστά ότι παρατηρεί χωρίς προκαταλήψεις.(A.F.Chalmers,2007)

Το βασικό πρόβλημα αυτής της μεθόδου επειδή βασίζεται στην παρατήρηση είναι ότι πρακτικά είναι αδύνατο να καταγραφούν όλα τα εμπειρικά δεδομένα.( A.F.Chalmers,2007)

Από την άλλη πλευρά ένας ερευνητής έχει στη διάθεση του την παραγωγική μέθοδο (deductive) που πραγματοποιείται η αντίστροφη διαδικασία από την επαγωγική. Σε αυτή τη μέθοδο υιοθετείται εκ των προτέρων μία αξιωματική θεωρία κατά την οποία συλλέγονται στοιχεία από τον επιστήμονα, με σκοπό να αποδείξει ή να διαψεύσει τη θεωρία. Έχει ως βάση τον παραγωγικό συλλογισμό. (A.F.Chalmers,2007)

**Επιλογή προσέγγισης:** Σύμφωνα με την θέση των Κυριαζόπουλο-Σαμαντά(2011) ο Θετικισμός, μπορεί να πραγματοποιηθεί τόσο με παραγωγική μέθοδο, με την οποία οι περισσότεροι ερευνητές τον έχουν ταυτίσει, όσο και με την επαγωγική. Η μελέτη που πραγματοποιείται είναι βασισμένη στη Θετικιστική φιλοσοφία και ως εκ τούτου θα χρησιμοποιήσει την παραγωγική προσέγγιση, μελετώντας τις ήδη καταγεγραμμένες θεωρίες με σκοπό την απόδειξη ή την διάψευση αυτών.

#### **4.3: Ερευνητική Στρατηγική**

Η ερευνητική στρατηγική διαχωρίζεται στις παρακάτω κατηγορίες:

**Πείραμα:** Το πείραμα οφείλει πολλά στις φυσικές επιστήμες. Τα απλούστερα πειράματα ελέγχουν τη σχέση εξάρτησης μεταξύ δύο μεταβλητών ενώ αντίθετα τα πιο πολύπλοκα τείνουν να χρησιμοποιούνται για να δίνουν απαντήσεις στα πώς και τα γιατί. (Saunders et al,2009)

**Γενικευμένη έρευνα(Survey):** Η έρευνα αυτή, συχνά συνδέεται με την επαγωγική προσέγγιση. Μπορεί εύκολα να κατανοηθούν και να εξηγηθούν τα αποτελέσματά της, γιατί μεγάλο μέρος του κόσμου σκέφτεται και λειτουργεί με αυτό τον τρόπο που περιγράφουν τα αποτελέσματα. Το θετικό της έρευνας αυτής είναι, ότι μπορεί να δημιουργήσει αποτελέσματα αντιπροσωπευτικά για το σύνολο του πληθυσμού και αυτό με μηδαμινό κόστος. Οι τεχνικές συλλογής δεδομένων που χρησιμοποιεί αυτή η έρευνα, δεν είναι μόνο το ερωτηματολόγιο αλλά και η δομημένη παρατήρηση και οι δομημένες συνεντεύξεις. (Saunders et al,2009)

**Μελέτη Περίπτωσης (Case Study):** Η στρατηγική μελέτη περίπτωσης αφορά την εμπειρική διερεύνηση ενός φαινομένου. Σε μία τέτοια μελέτη κατανοείται το πλαίσιο της έρευνας σε πολύ μεγάλο βαθμό αλλά υπογραμμίζεται πως τα όρια του φαινομένου και του πλαισίου δεν είναι διακριτά. Όταν κάποιος ερευνητής πραγματοποιεί case study του δίνεται η δυνατότητα να βρίσκει απαντήσεις στα 'γιατί'. Οι τεχνικές συλλογής δεδομένων είναι οι συνεντεύξεις, παρατήρηση, ανάλυση εγγράφων καθώς και ερωτηματολόγια. Η στρατηγική μελέτη περίπτωσης είναι ένας αξιόλογος τρόπος για να διερευνηθεί η υπάρχουσα θεωρία. Μία καλά κατασκευασμένη μελέτη περίπτωσης μπορεί να οδηγήσει τον ερευνητή στην αμφισβήτηση της θεωρίας και στην παραγωγή νέων ερευνητικών ερωτημάτων. (Saunders et al,2009)

**Έρευνα Δράσης (Action Research):** Στην έρευνα δράσης έχουμε έρευνα σε δράση και όχι έρευνα για τη δράση. Χρησιμοποιείται κατά κύριο λόγο για συγκεκριμένους σκοπούς και στόχους ειδικά για την επίλυση οργανωτικών θεμάτων. Ο ερευνητής που διενεργεί την έρευνα αυτή είναι μέλος του φορέα, όπου οι αλλαγές λαμβάνουν χώρα. Απαντάει σε ερωτήσεις του πώς. (Saunders et al,2009)

**Θεμελιωμένη Έρευνα (Grounded Theory):** Η έρευνα αυτή, είναι πολύ στενά συνδεδεμένη με την επαγωγική προσέγγιση. Θεωρείται ως η καλύτερη επιλογή, για να προβλέψει και να εξηγήσει κανείς την συμπεριφορά. Η συλλογή των δεδομένων ξεκινά, χωρίς τη αρχική θεωρητική βάση. Η θεωρία αναπτύσσεται από τα δεδομένα, τα οποία έχουν προκύψει από μία σειρά παρατηρήσεων και συνέχεια οδηγούμαστε σε προβλέψεις, που εξετάζονται με περαιτέρω παρατηρήσεις. (Saunders et al,2009)

**Εθνογραφία (Ethnographic Research):** Με την επαγωγική προσέγγιση σχετίζεται και αυτή η στρατηγική έρευνα. Η εθνογραφία προέρχεται από τον χώρο της ανθρωπολογίας και σκοπό έχει να περιγράψει τον κοινωνικό κόσμο. Είναι αρκετά χρονοβόρος διαδικασία και για το λόγο αυτό λαμβάνει χώρα σε μία αρκετά παρατεταμένη περίοδο, καθώς ο ερευνητής θα πρέπει να προσαρμόζεται και στις αλλαγές που δημιουργούνται, αλλάζοντας τον τρόπο

σκέψης του. Η Εθνογραφία δεν χρησιμοποιεί τεχνικές συλλογής δεδομένων παρά μόνο την παρατήρηση. (Saunders et al,2009)

**Αρχειακή Έρευνα(Archive Research):** Η τελική στρατηγική, η οποία αναλύεται είναι η αρχειακή έρευνα. Η έρευνα αυτή κάνει χρήση των διοικητικών μητρώων και εγγράφων των ιδιωτικών ή δημοσίων φορέων. Τα ερευνητικά ερωτήματα αφορούν το παρελθόν και είναι δύσκολο να απαντηθούν γιατί περιορίζονται από τη φύση των μητρώων και εγγράφων.(Saunders et al,2009)

**Επιλογή στρατηγικής:** Η στρατηγική μελέτη περίπτωσης (Case Study) φαίνεται να είναι η καταλληλότερη επιλογή για την συγκεκριμένη έρευνα. Αφενός θα κατανοηθεί καλύτερα το φαινόμενο της γυάλινης οροφής, μέσα από μία πραγματική μελέτη περίπτωσης, στον κλάδο της εμπορίας αυτοκινήτων που έχουμε επιλέξει για να απευθύνουμε την έρευνα και αφετέρου μία case study μπορεί να μας δώσει εύκολα τις απαντήσεις στα γιατί που θα θέσουμε.

#### 4.4: Είδη έρευνας

Οι έρευνες μπορεί να ταξινομηθούν ως εξής:

**Περιγραφική έρευνα:** Η περιγραφική έρευνα που προσπαθεί να ανακαλύψει και να απαντήσει στα γιατί που θέτουν οι ερευνητές. Η περιγραφική έρευνα μπορεί να περιλαμβάνει είτε ποσοτική μέθοδο είτε ποιοτική. Περιλαμβάνει ακόμα τη συλλογή δεδομένων που περιγράφουν τα δεδομένα και στη συνέχεια τα οργανώνει, τα καταχωρεί και τα απεικονίζει. Για να απεικονίσει τα δεδομένα χρησιμοποιεί γραφήματα και διαγράμματα που βοηθούν στην κατανόηση των αποτελεσμάτων. Αναφέρουν στοιχεία όπως διάμεσος, επικρατούσα τιμή, διακύμανση, ποσοστό και συσχέτιση μεταβλητών. (Saunders et al,2009)

**Εξερευνητική έρευνα:** Η έρευνα αυτή πραγματοποιείται για ερμηνευτικούς και διαγνωστικούς σκοπούς. Προσπαθεί να ανακαλύψει τον γενικό χαρακτήρα

του προβλήματος, τις μεταβλητές που το χαρακτηρίζουν και την επίδρασή του. Σε αυτή την έρευνα το πρόβλημα δεν είναι καλά ορισμένο. Μπορεί να είναι τόσο ποσοτική όσο και ποιοτική. Στόχος της είναι να προσδιορίσει τα όρια του προβλήματος και να εντοπίσει τους κυριότερους παράγοντες ή μεταβλητές που έχουν παρουσιαστεί στο περιβάλλον του προβλήματος παρόλο που στερείται από πληροφορίες για το πρόβλημα. Η έρευνα αυτή στερείται από επίσημη δομή αλλά χαρακτηρίζεται από μεγάλο βαθμό ευελιξίας. (Νικόλαος Α. Παναγιώτου,2008)

**Επεξηγηματική έρευνα:** Πολλές φορές η έρευνα αυτή μπορεί να παρουσιαστεί και ως αναλυτική. Ο κύριος στόχος της έρευνας αυτής είναι να εντοπιστούν τυχόν σχέσεις μεταξύ αιτίου και αιτιατού και σχέσεις μεταξύ μεταβλητών που αφορούν το πρόβλημα της έρευνας. Η έρευνα αυτή εστιάζει σε συνεντεύξεις ομάδων εργασίας (focus groups) για τα θέματα που είναι ερευνώνται. (Saunders et al,2009)

Η επιλογή της κατάλληλης μεθόδου θα πρέπει να πραγματοποιηθεί με βάση τα προβλήματα που πιθανόν να προκύψουν με σκοπό, η ανάλογη έρευνα, να μπορέσει να έρθει αντιμέτωπη με αυτά και να δώσει λύσεις. Πιθανά προβλήματα ίσως είναι η όχι καθαρά διατυπωμένη υπόθεση, η ύπαρξη ή όχι των δεδομένων και ο καθορισμός συγκεκριμένων παραμέτρων, η επεξήγηση ή όχι του φαινομένου κ.α. (Παναγιώτου,2008).

**Επιλογή έρευνας:** Η παρούσα έρευνα επικεντρώνεται στην περιγραφική έρευνα η οποία χρησιμοποιεί περισσότερο την ποσοτική μέθοδο. Θα χρησιμοποιηθούν περιγραφικά στοιχεία για το θέμα το οποίο θα μελετηθεί και διερευνηθεί, τα οποία θα απεικονίζονται σε διαγράμματα και γραφήματα.

#### **4.5: Ερευνητική Μέθοδος**

Στις έρευνες χρησιμοποιούμε δύο τεχνικές συλλογής δεδομένων την ποιοτική και την ποσοτική μέθοδο. Η διάκρισή τους γίνεται από την εστίαση αυτών στα αριθμητική ή μη αριθμητικά δεδομένα που συλλέγουν.

**Ποσοτική** είναι η μέθοδος η οποία για οποιαδήποτε τεχνική συλλογής και ανάλυσης δεδομένων, χρησιμοποιεί αριθμητικά δεδομένα. Η ποσοτική μέθοδος στηρίζεται στη χρήση ερωτηματολογίων και εφαρμόζει ποσοτικές διαδικασίες ανάλυσης δεδομένων. Αυτή η μέθοδος ταυτίζεται απόλυτα με τις πρακτικές του Θετικισμού. (Saunders,2009) Για να θεωρείται μία ποσοτική μέθοδος επιτυχημένη και αποτελεσματική θα πρέπει να στηρίζεται σε μεγάλο δείγμα του πληθυσμού στοχεύοντας τα αποτελέσματα της έρευνας να αντιπροσωπεύουν ένα μεγάλο μέρος του πληθυσμού (Κυριαζόπουλος,Σαμαντά,2011)

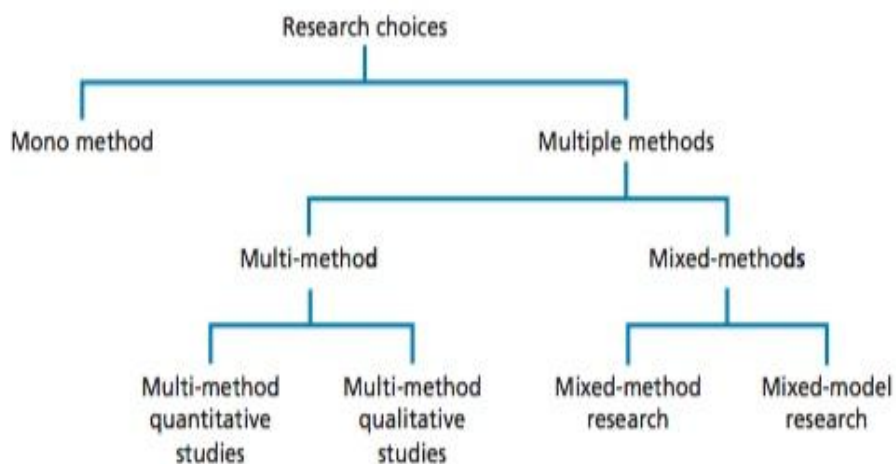
**Ποιοτική** είναι η μέθοδος η οποία έχει ως συνώνυμο τα μη-αριθμητικά δεδομένα και μπορεί να χρησιμοποιεί ως δεδομένα λόγια, φωτογραφίες και βίντεο. Πραγματοποιεί τη συλλογή των δεδομένων με τις εις βάθος συνεντεύξεις (Saunders,2009). Η επιτυχία των συνεντεύξεων έχει να κάνει με το αν και κατά πόσο ο ερευνητής έχει πείσει τον ερωτώμενο να τον εμπιστευτεί και αν ο τελευταίος είναι ο κατάλληλος για να δώσει απαντήσεις. Η έρευνα αυτή έχει κατηγορηθεί για έλλειψη επιστημονικότητας και αντικειμενικότητας ως απάντηση οι ερευνητές που χρησιμοποιούν την ποιοτική μέθοδο υποστηρίζουν πως η μέθοδος αυτή έχει σταθερότητα και δυνατότητα αναπαραγωγής (Κυριαζόπουλος,Σαμαντά,2011).

Πραγματοποιώντας την έρευνα ο ερευνητής μπορεί είτε να χρησιμοποιήσει μία μόνο τεχνική (mono-method)για την ανάλυση των δεδομένων, είτε να κάνει χρήση περισσότερων από μία διαδικασιών συλλογής δεδομένων προκειμένου να απαντήσει στις ερωτήσεις της έρευνας. (multi-method)

Αν τελικά ο ερευνητής επιλέξει να κάνει συνδυασμούς μεθόδων τότε έχει 4 δυνατούς σχεδιασμούς. Έτσι μπορεί να επιλέξει την πολύ-μέθοδο ποσοτικής μελέτης (multi-method quantitative studies), η οποία μπορεί να κάνει χρήση δύο ερωτηματολογίων ενώ ταυτόχρονα να χρησιμοποιεί και τη δομημένη παρατήρηση, αλλά η ανάλυση των στατιστικών θα γίνει μόνο με ποσοτική διαδικασία. Εναλλακτικά μπορεί να επιλέξει την πολύ-μέθοδο ποιοτικής μελέτης (multi-method qualitative studies).

Τέλος μια ακόμη προσέγγιση έρευνας είναι η μικτή μέθοδος(mixed-method), η οποία χρησιμοποιείται στην περίπτωση που θέλουν να χρησιμοποιηθούν και ποσοτικές και ποιοτικές τεχνικές για την συλλογή των δεδομένων. Υποδιαιρείται σε 2 τύπους: α)την μικτή μέθοδο έρευνας κατά την οποία χρησιμοποιεί ποσοτικά και ποιοτικά δεδομένα είτε παράλληλα είτε διαδοχικά χωρίς να τα συνδυάζει. β)την ερευνητική μέθοδο μικτού μοντέλου.

Οι πολλαπλές μέθοδοι είναι χρήσιμες μόνο εάν παρέχουν καλύτερες ευκαιρίες να απαντήσουμε στα ερωτήματα της έρευνας, το οποίο θα επιτρέψει στον ερευνητή να αξιολογήσει καλύτερα τα ευρήματα και έτσι να υπάρχει μεγαλύτερη εμπιστοσύνη στα αποτελέσματα (Saunders et al, 2009).



Εικόνα 2: Ερευνητικές επιλογές. Πηγή: Research Methods for Business Students, Saunders et al (2009)

**Επιλογή:** Έπειτα από την ανάλυση των μεθόδων και των προσεγγίσεων τους, συνυπολογίζοντας και την επιλογή της φιλοσοφίας του Θετικισμού και της παραγωγικής μεθόδου, η ερευνητική μέθοδος που κρίνεται κατάλληλη για την παρούσα έρευνα είναι η ποσοτική.

#### 4.6: Τεχνικές έρευνας

Οι πηγές των πληροφοριών στην έρευνα χωρίζονται σε 2 βασικές κατηγορίες. Έτσι προκειμένου να πραγματοποιήσουμε μία έρευνα έχουμε:

**Πρωτογενείς πηγές** είναι αυτές που παράγουν αλλά και περιέχουν πειράματα, μελέτες περιπτώσεων, εθνογραφικές μελέτες, έρευνες, δεδομένα παρατήρηση, ομάδες εστίασης κ.α.

**Δευτερογενείς πηγές** είναι διάφορα αρχεία εταιριών, στοιχεία απογραφών, κυβερνητικές πηγές, κριτικές κειμένων, ιστορικές μελέτες, αριθμητικά δεδομένα ή δευτερογενής ανάλυση δεδομένων, στατιστικών και μοντέλων.

Η δευτερογενής ανάλυση προσφέρει αρκετά οφέλη που αφορούν την ανάπτυξη της θεωρίας και την εξέλιξη της γνώσης. Το βασικότερο πλεονέκτημα της δευτερογενούς ανάλυσης είναι το χαμηλό οικονομικό κόστος, ο λιγιστός χρόνος και προσωπικό που απαιτείται για την διεξαγωγή της έρευνας.(Hyman,1972)

Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Sobal (1982) η δευτερογενής ανάλυση αποτελεί ένα πολύ σημαντικό εργαλείο, κυρίως για τους σπουδαστές που τους επιτρέπει να έχουν πρόσβαση σε ερωτηματολόγια ποσοτικών ερευνών.

**Επιλογή:** Στην παρούσα έρευνα χρησιμοποιούνται δευτερογενή στοιχεία προκειμένου να μελετηθεί το θεωρητικό υπόβαθρο καθώς επίσης και για αναζήτηση ερωτηματολογίων. Πρωτογενείς πηγές περιέχονται στο ερευνητικό μέρος της έρευνας.

#### 4.7: Σχεδιασμός ερωτηματολογίου

Το ερωτηματολόγιο είναι ίσως η πιο διαδεδομένη μέθοδος συλλογής δεδομένων. Για την πραγματοποίηση της έρευνας χρησιμοποιήθηκε δομημένο ερωτηματολόγιο. Το ερωτηματολόγιο περιλαμβάνει συνολικά ερωτήσεις κλειστού τύπου οι οποίες κατανέμονται σε δύο ενότητες.



## Μέρος Α. Δημογραφικά Στοιχεία.

Στην ενότητα αυτή περιλαμβάνονται επτά ερωτήσεις που σχετίζονται με τα βασικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων στην έρευνα. Οι ερωτήσεις στόχο έχουν να διερευνήσουν το φύλο, το ηλικιακό γκρουπ στο οποίο ανήκουν οι συμμετέχοντες, την οικογενειακή κατάσταση και την ύπαρξη παιδιών, το μορφωτικό επίπεδο, τα χρόνια προϋπηρεσίας καθώς και τη θέση στον όμιλο.

### *Φύλο παρόντος manager*

Στην ενότητα αυτή περιλαμβάνονται οκτώ ερωτήσεις που σχετίζονται με το φύλο παρόντος manager καθώς και με την προσωπική εμπειρία των ερωτηθέντων για θέσεις manager. Για παράδειγμα, εάν έχουν διατελέσει manager, εάν θα ήθελαν να προσληφθούν σε ανάλογη θέση καθώς από τις απαντήσεις τους μπορούμε να δούμε του λόγους κατά τους οποίους επιθυμούν ή όχι ανάλογη θέση. Σε αυτή την ενότητα επίσης λαμβάνουμε απαντήσεις για την άποψή τους περί εργασίας σε επιχείρηση με γυναίκα ή άντρα manager αντίστοιχα.

## Μέρος Β. Κυρίως Έρευνα.

Στην ενότητα αυτή περιλαμβάνονται 29 ερωτήσεις, οι οποίες αποτελούν τον κορμό της έρευνας και σχετίζονται με την αποδοχή των γυναικών, τα εμπόδια που συναντούν οι γυναίκες καθώς και τυχόν κόστη. Πιο αναλυτικά, οι ερωτήσεις σκοπό έχουν να διερευνήσουν :

A. Την αποδοχή των γυναικών σε διευθυντικές θέσεις (6 ερωτήσεις) διερευνώντας τις απόψεις των ερωτηθέντων για:

- Το εάν πρέπει να προσφέρονται ίσες ευκαιρίες συμμετοχής σε θέσεις manager σε άνδρες και γυναίκες.
- Το εάν είναι αποδεκτό να συναγωνίζονται οι γυναίκες τους άνδρες για την κατάκτηση των υψηλών θέσεων.
- Το εάν οι γυναίκες ως manager είναι πιο συναισθηματικές από τους άνδρες.

- Το εάν στον τομέα του management οι γυναίκες είναι πιο αναποφάσιστες.
- Το εάν οι γυναίκες δεν πρέπει να υπερέχουν σε θέσεις manager και τέλος
- Το εάν οι γυναίκες τα καταφέρνουν καλύτερα σε άλλους τομείς παρά στον τομέα της διοίκησης.

B. Τα εμπόδια που προκαλούν οι στερεοτυπικές αντιλήψεις στην ανέλιξη των γυναικών στον εργασιακό χώρο (15 ερωτήσεις) διερευνώντας τις απόψεις των ερωτηθέντων για:

- Το εάν οι άνδρες είναι καλύτεροι ως manager μιας επιχείρησης.
- Το εάν οι άνδρες ως managers είναι πιο λογικοί από τις γυναίκες.
- Το εάν οι άνδρες ως managers είναι πιο ικανοί στην λήψη σοβαρών αποφάσεων από τις γυναίκες.
- Το εάν οι γυναίκες ως managers δεν έχουν συνηθίσει να διοικούν επιτυχημένα.
- Το εάν το management μιας επιχείρησης είναι πιο εύκολο για τους άνδρες.
- Το εάν οι γυναίκες ως managers δεν θέλουν να αναλαμβάνουν ευθύνες.
- Το εάν οι γυναίκες χρειάζεται να χρησιμοποιήσουν την θηλυκότητά τους ώστε να βρεθούν σε θέση manager.
- Το εάν η γυναίκα που δεν εργάζεται σε θέση manager είναι καλύτερη στην διαπαιδαγώγηση των παιδιών της.
- Το εάν οι γυναίκες παρουσιάζουν έλλειψη προσαρμογής στις απαιτήσεις θέσεως manager.
- Το εάν ένας άντρας μπορεί να έχει περισσότερα τυπικά προσόντα από μία γυναίκα για την απόκτηση θέσης manager.

- Το εάν η γυναίκα manager μιας επιχείρησης δεν μπορεί να είναι και καλή μητέρα.
- Το εάν οι γυναίκες δεν επιθυμούν ιδιαίτερα να βρεθούν σε θέση manager.
- Το εάν οι γυναίκες δεν γνωρίζουν πώς να ανέβουν την ιεραρχική κλίμακα.
- Το εάν οι γυναίκες δεν ξέρουν πώς να αντιμετωπίζουν τον κίνδυνο και επομένως έτσι αναλαμβάνουν λιγότερο ρίσκο σε θέσεις manager.
- Το εάν η γυναίκα manager τείνει να χάνει την θηλυκότητά της μέσω ενός αυστηρού και κάπως «ανδρικού» στυλ ένδυσης.

Γ. Οι επιπτώσεις από την ύπαρξη του φαινομένου της γυάλινης οροφής (8 ερωτήσεις) διερευνώντας τις απόψεις των ερωτηθέντων για:

- Το εάν είναι σπατάλη ανθρωποδύναμης η μη απορρόφηση γυναικών σε θέσεις manager.
- Το εάν η απουσία ποικιλομορφίας σε θέσεις manager επιφέρει αρνητικές επιπτώσεις.
- Το εάν η απογοήτευση των γυναικών που μένουν στάσιμες φέρει τελικές συνέπειες στην παραγωγικότητα.
- Το εάν ο μειωμένος αριθμός γυναικών σε θέσεις manager στερεί από την επιχείρηση μια πολύτιμη πηγή νέου ταλέντου.
- Το εάν η ισότιμη εκπροσώπηση των φύλων στη διαδικασία λήψης αποφάσεων αποφέρει σπουδαία οφέλη.
- Το εάν η παρουσία περισσότερων γυναικών σε διευθυντικές θέσεις μπορεί να συμβάλει στη δημιουργία ενός καινοτόμου περιβάλλοντος μεγιστοποιώντας τις επιχειρηματικές επιδόσεις.
- Το εάν η γυναικεία υποεκπροσώπηση εκφράζει την άνιση μεταχείριση στην εργασία
- Το εάν οι εργοδότες πραγματοποιούν διακρίσεις ως προς τους όρους εργασίας των γυναικών.

#### 4.8: Δειγματοληψία

Με τον όρο δειγματοληψία εννοούμε τη διαδικασία επιλογής δείγματος. Οι τεχνικές δειγματοληψίας μπορούν να χωριστούν σε δύο τύπους:

- 1) Πιθανά δείγματα ή αντιπροσωπευτική δειγματοληψία.
- 2) Μη πιθανά δείγματα ή επικριτική δειγματοληψία.

Η αντιπροσωπευτική δειγματοληψία περιλαμβάνει τις εξής κατηγορίες:

**-Την απλή/τυχαία δειγματοληψία (simple random sampling):**

Χαρακτηριστικό της μεθόδου αυτής είναι η αμερόληπτη επιλογή του δείγματος καθώς κάθε μέλος έχει ίδιες πιθανότητες επιλογής. Είναι η απλούστερη μέθοδος αλλά ταυτόχρονα και η πιο αξιόπιστη. Μειονέκτημά της είναι πως προϋποθέτει υψηλό κόστος. (Κυριαζόπουλος, Σαμαντά, 2011)

**-Την συστηματική δειγματοληψία (systematic sampling):**

Είναι η εναλλακτική μέθοδος της τυχαίας, είναι απλή και εύκολη και δεν απαιτεί την αρίθμηση των μελών του πληθυσμού. Για το δείγμα απαιτείται ένα κριτήριο, σύμφωνα με το οποίο θα γίνει η επιλογή. (Κυριαζόπουλος, Σαμαντά, 2011)

**-Την στρωματοποιημένη δειγματοληψία (stratified sampling):**

Σε αυτόν τον τύπο έχουμε αντιπροσωπευτικό δείγμα επιβάλλοντας περιορισμούς προκειμένου, να δημιουργηθεί. Χωρίζουμε τον πληθυσμό σε στρώματα, κάθε ένα από τα στρώματα αποτελεί έναν υποπληθυσμό από τον οποίο επιλέγουμε δείγμα. Τα στρώματα δημιουργούνται σύμφωνα με κάποιες μεταβλητές όπως ηλικία, επάγγελμα, φύλο, κατοικία εισόδημα, μορφωτικό επίπεδο. Αυτή η μέθοδος αποκλείει την περίπτωση της μη αντιπροσωπευτικότητας του δείγματος. (Κυριαζόπουλος, Σαμαντά, 2011)

**-Τη δειγματοληψία κατά ομάδες (cluster sampling):**

Σε αυτή τη μέθοδο τα μέλη του πληθυσμού ανήκουν σε κάποιες λειτουργικές ομάδες. Δημιουργούνται ιεραρχικά ταξινομημένες ομάδες και η επιλογή συγκεκριμένων περιπτώσεων γίνεται με τυχαίο τρόπο. Αν και γίνεται με τυχαίο

τρόπο δεν είναι απόλυτα ανεξάρτητη μέθοδος.  
(Κυριαζόπουλος,Σαμαντά,2011)

**-Τη δειγματοληψία κατά στάδια(multi-stage sampling):** Αυτή η μέθοδος είναι παραλλαγή της μεθόδου κατά ομάδες. Χρησιμοποιείται σε έρευνες που πραγματοποιούνται στην εκπαίδευση και είναι ιδιαίτερα χρήσιμη όταν δεν υπάρχει κατάλογος των μελών του πληθυσμού.  
(Κυριαζόπουλος,Σαμαντά,2011)

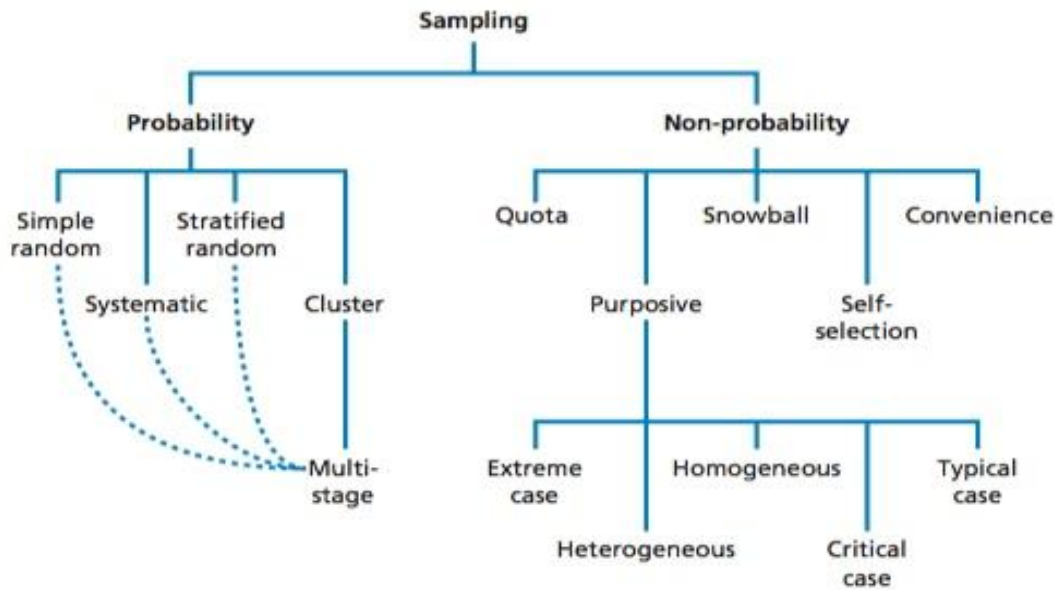
Η επικριτική δειγματοληψία περιλαμβάνει τις εξής κατηγορίες:

**-Την δειγματοληψία ευκολίας:** Σε αυτή τη μέθοδο δημιουργείται ένα είδος εθελοντικού δείγματος γιατί συμμετέχουν όσοι είναι άμεσα προσβάσιμοι και πρόθυμοι να συμμετάσχουν. Η αντιπροσωπευτικότητα αμφισβητείται αλλά ως μέθοδος είναι ευρέως διαδεδομένη ιδιαίτερα όταν δεν υπάρχει η δυνατότητα να υπάρξει πρόσβαση στον υπό διερεύνηση πληθυσμό.  
(Κυριαζόπουλος,Σαμαντά,2011)

**-Την εμπειρική δειγματοληψία:** Σε αυτή τη μέθοδο οι ερευνητές χρησιμοποιούν την κρίση τους για να επιλέξουν το δείγμα.  
(Κυριαζόπουλος,Σαμαντά,2011)

**-Την δειγματοληψία ποσοστώσεων:** Το δείγμα επιλέγεται με βάση ορισμένες μεταβλητές, έτσι ώστε να αντιπροσωπεύει κάποιες υπό ομάδες του πληθυσμού με στόχο την έγκυρη και ολοκληρωμένη προσέγγιση ενός ερευνητικού ζητήματος (Κυριαζόπουλος, Σαμαντά, 2011).

**-Την δειγματοληψία χιονοστιβάδας:** Η μέθοδος αυτή επιτυγχάνεται ζητώντας από έναν συμμετέχοντα να προτείνει έναν άλλο ο οποίος είναι κατάλληλος (Κυριαζόπουλος, Σαμαντά, 2011).



Εικόνα 3: Research Methods for Business Students, Saunders et al (2009)

**-Επιλογή:** Μετά από τη συγκριτική μελέτη των διαθέσιμων δειγματοληπτικών υποδειγμάτων, θα ακολουθηθεί εκείνο του τυχαίου και απλού δείγματος. Το παρόν υπόδειγμα επιλέχθηκε καθώς είναι το πιο αξιόπιστο.

Το δείγμα θα είναι πιθανό και πιο συγκεκριμένα γυναίκες και άντρες μεσαία και ανώτερα στελέχη του ομίλου Εμπορίας και Εισαγωγής Αυτοκινήτων, στον οποίο θα απευθυνθεί η έρευνα. Τίθεται ως στόχος, να συμπληρώσουν τα ερωτηματολόγια περισσότεροι από 100 υπάλληλοι.

#### **4.9: Αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος**

Οι ερωτώμενοι που θα συμμετάσχουν στην έρευνα θα έχουν τα παρακάτω χαρακτηριστικά προκειμένου να υπάρχει η αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος:

- Να είναι Έλληνας υπήκοος.
- Να είναι υπάλληλος του ομίλου.
- Να επιτρέπει η θέση του υπαλλήλου να αναρριχηθεί στην ιεραρχία.
- Να είναι πλήρους απασχόλησης όλοι οι υπάλληλοι.

## 5: Αποτελέσματα μέσω στατιστικής ανάλυσης

### 5.1: Ανάλυση δημογραφικών στοιχείων της έρευνας

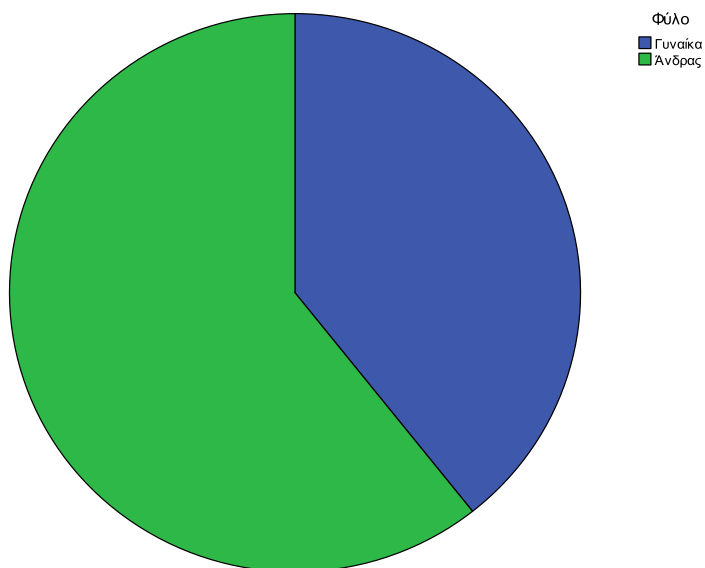
Τα δημογραφικά στοιχεία μελετώνται έτσι ώστε να σκιαγραφηθεί το προφίλ των ερωτηθέντων εργαζομένων του ομίλου και περιλαμβάνουν το φύλο, την ηλικία, την οικογενειακή κατάσταση και την ύπαρξη παιδιών, το μορφωτικό επίπεδο, την μόνιμη κατοικία, το μορφωτικό επίπεδο, την θέση απασχόλησης στον όμιλο καθώς και την ειδικότητα των ερωτηθέντων.

#### 5.1.α: Φύλο

Στην έρευνά μας συμμετείχαν συνολικά 117 άτομα εκ των οποίων οι 71 ήταν άντρες και οι 46 γυναίκες. Οι γυναίκες αποτελούν το 39,3% του δείγματός μας, ενώ των αντρών το ποσοστό ανέρχεται στο 60,7%.

Πίνακας 1: Κατανομή δείγματος ανά φύλο

	Φύλο			
	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Ανδρας	71	60,7	60,7	60,7
Γυναίκα	46	39,3	39,3	100,0
Σύνολο	117	100,0	100,0	



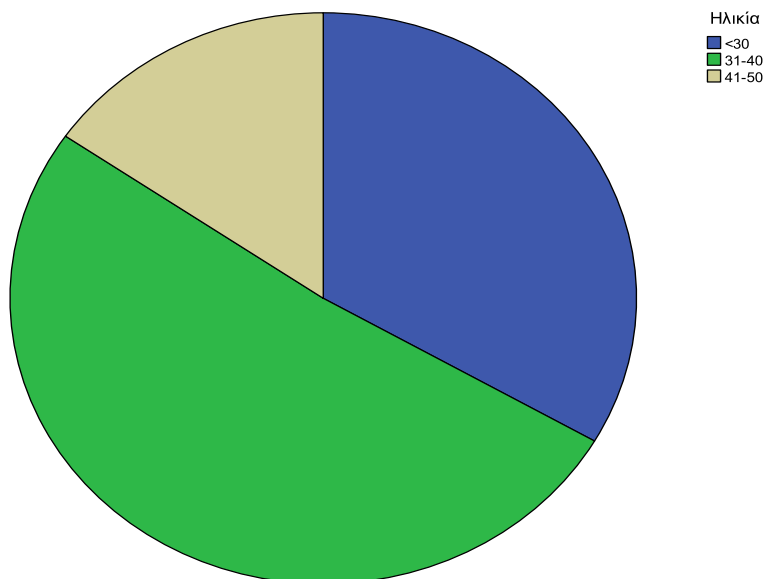


### 5.1.β: Ηλικία

Η ηλικιακή κατανομή του δείγματος όπως παρουσιάζεται στον πίνακα 2 αναφέρει ότι το 33% είναι κάτω των 30 ετών, 51,3% ηλικίας 31-40 έτη, 15,4% ηλικίας 41-50 έτη καθώς δεν υπάρχουν εργαζόμενοι του ομίλου που να απάντησαν στο ερωτηματολόγιο και να ξεπερνούν την ηλικία των 50 ετών.

Πίνακας 2: Κατανομή δείγματος ως προς την ηλικία

Ηλικία				
	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
<30	39	33,3	33,3	33,3
31-40	60	51,3	51,3	84,6
41-50	18	15,4	15,4	100,0
Σύνολο	117	100,0	100,0	

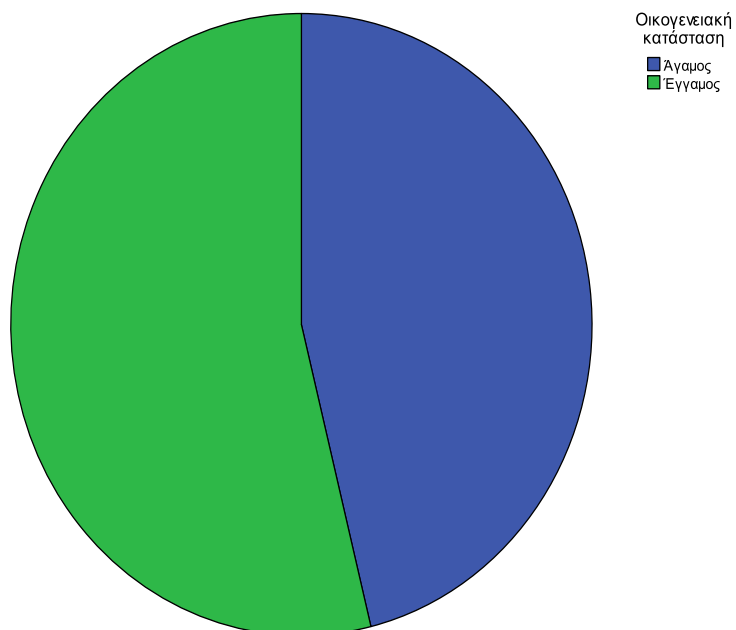


### 5.1.γ: Οικογενειακή κατάσταση και ύπαρξη παιδιών

Στην έρευνά μας το 53,8% είναι έγγαμοι αφήνοντας το υπόλοιπο 46,2 να είναι άγαμοι (Πίν. 3) καθώς επίσης παρουσία παιδιών αναφέρουν μόνο το 30,8% (Πίν. 4). Στην προσπάθεια ανάδειξης εργαζομένων που είναι άγαμοι αλλά έχουν παιδιά ακολουθεί ο Πίνακας 5 όπου καταγράφει ότι δεν υπάρχει άγαμος που να έχει παιδιά.

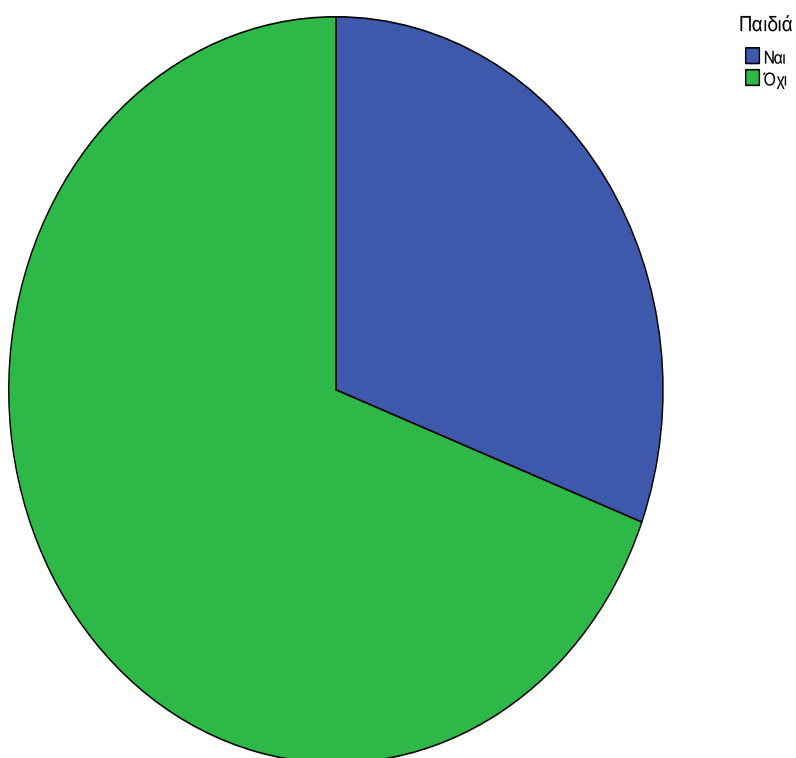
Πίνακας 3: Κατανομή δείγματος ως προς την οικογενειακή του κατάσταση

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Άγαμος	1	,9	,9	,9
Άγαμος/η	53	45,3	45,3	46,2
Έγγαμος/η	63	53,8	53,8	100,0
Σύνολο	117	100,0	100,0	



**Πίνακας 4: Κατανομή δείγματος ως προς την ύπαρξη παιδιών**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Ναι	36	30,8	30,8	30,8
Όχι	81	69,2	69,2	100,0
Σύνολο	117	100,0	100,0	



**Πίνακας 5: Συνδυασμένη κατανομή δείγματος ως προς την οικογενειακή του κατάσταση και την ύπαρξη παιδιών**

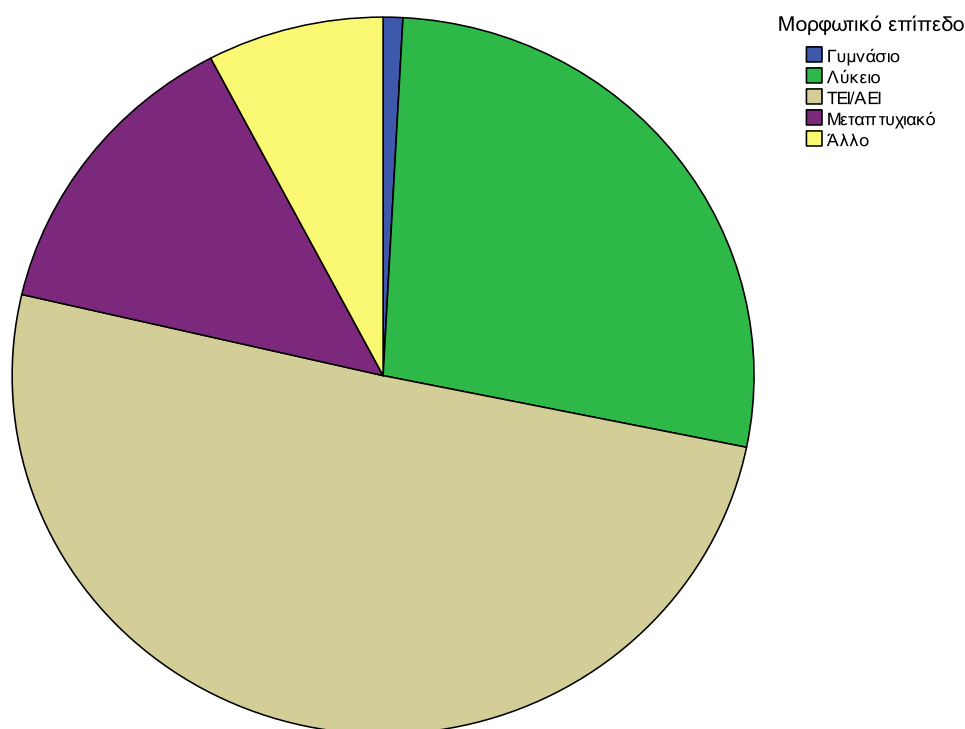
Count		Παιδιά		Σύνολο
		Ναι	Όχι	
Οικογενειακή κατάσταση	Αγαμος	0	1	1
	Αγαμος/η	0	53	53
	Έγγαμος/η	36	27	63
Σύνολο		36	81	117

### 5.1.δ: Μορφωτικό επίπεδο

Στην έρευνά μας το 50,4 % των ερωτηθέντων είναι απόφοιτοι ΤΕΙ/ΑΕΙ, 13,7% είναι κάτοχοι Μεταπτυχιακού, 27,4% είναι απόφοιτοι Λυκείου, 0,9% είναι απόφοιτοι Γυμνασίου και 7,7% παρουσιάζονται ως άτομα που δεν ανήκουν σε κάποια από τις παραπάνω κατηγορίες (Πίνακας 6).

Πίνακας 6: Κατανομή δείγματος ως προς το μορφωτικό επίπεδο

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Άλλο	9	7,7	7,7	7,7
Γυμνάσιο	1	,8	,8	8,5
Λύκειο	32	27,4	27,4	35,9
Μεταπτυχιακό	16	13,7	13,7	49,6
ΤΕΙ/ΑΕΙ	59	50,4	50,4	100,0
Σύνολο	117	100,0	100,0	

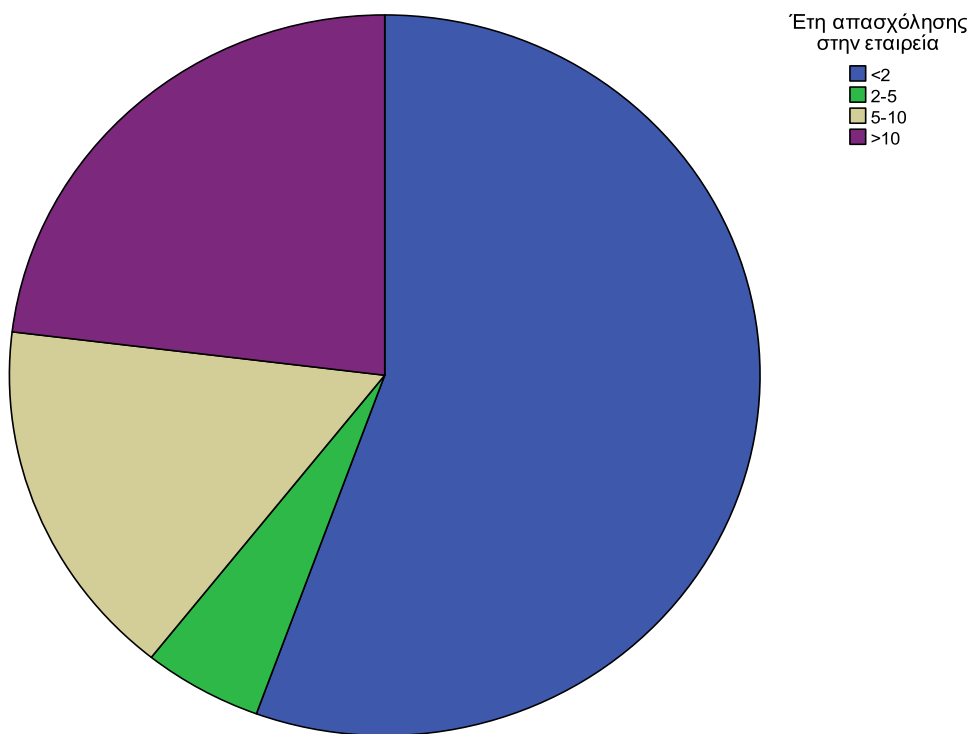


### 5.1.ε: Έτη απασχόλησης στην εταιρεία και ειδικότητα

Το 55,6% των ερωτηθέντων εργάζεται στον όμιλο που γίνεται η έρευνα για λιγότερο από 2 χρόνια, 5,1% για διάστημα 2-5 ετών, 15,2 για 5-10 χρόνια καθώς υπάρχουν καταγραφές 23,1% που ήδη ξεπερνούν τα 10 χρόνια συνεχούς απασχόλησης στον όμιλο (Πιν. 7). Παράλληλα, ακολουθεί ο Πίνακας 8 όπου αναφέρονται τα ποσοστά επί των ειδικοτήτων των εργαζομένων του ομίλου. Πιο συγκεκριμένα, το 17,9% ανήκει στο Βοηθητικό προσωπικό, 6% στο Διοικητικό, 17,1% στο Λογιστικό- Οικονομικό, 0,9% στο τμήμα Μάρκετινγκ και τέλος το 58,1% στο τμήμα Πωλήσεων.

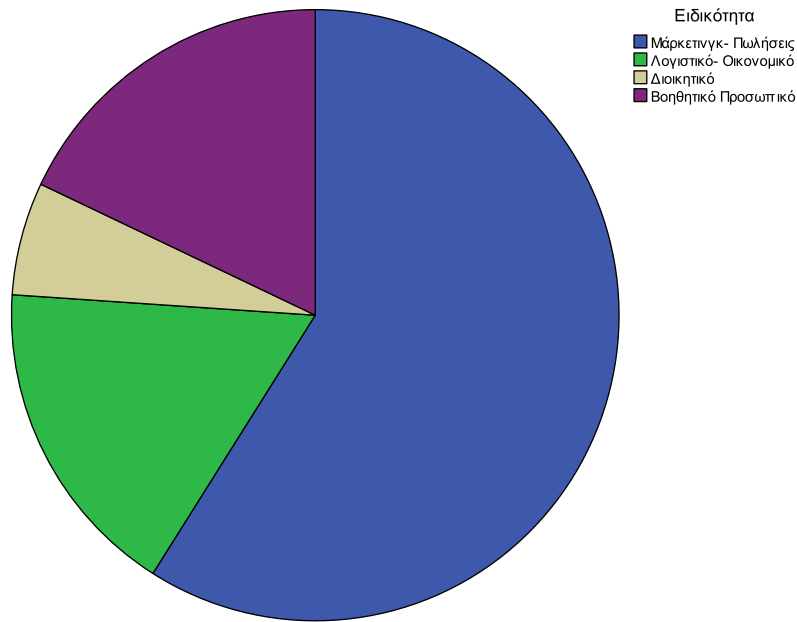
Πίνακας 7: Κατανομή δείγματος ως προς τα έτη απασχόλησης στον όμιλο

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
<2	65	55,6	55,6	55,6
>10	27	23,1	23,1	78,6
2-5	6	5,1	5,1	83,8
5-10	19	16,2	16,2	100,0
Σύνολο	117	100,0	100,0	



**Πίνακας 8: Κατανομή δείγματος ως προς την ειδικότητα**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Βοηθητικό προσωπικό	21	17,9	17,9	17,9
Διοικητικό	7	6,0	6,0	23,9
Λογιστικό-Οικονομικό	20	17,1	17,1	41,0
Μάρκετινγκ	1	,9	,9	41,9
Πωλήσεις	68	58,1	58,1	100,0
Σύνολο	117	100,0	100,0	



### 5.1.ζ: Γενικά συμπεράσματα δημογραφικών στοιχείων

-Το μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων στην έρευνα αποτελείται από άντρες με ποσοστό 60,7%

-Το 84,6% ανήκει στην ηλικιακή κλίμακα <40 ενώ πολύ μικρότερη συμμετοχή στην έρευνα έχουν οι ηλικίες 41+ (15,4%)

-Το 53,8 είναι έγγαμοι με το μεγαλύτερο ποσοστό εξ αυτών να έχουν έστω και ένα παιδί.

-Το 64,1% των συμμετεχόντων στην έρευνα δήλωσαν ότι έχουν συνεχίσει τη μόρφωσή του με μεταλυκειακή εκπαίδευση (ΤΕΙ/ΑΕΙ ή Μεταπτυχιακό).

-Το μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων στην έρευνα αποτελείται από άτομα που εργάζονται στον όμιλο μέχρι 2 έτη (55,6%) καθώς και το μεγαλύτερο ποσοστό ανήκει και σε εργαζόμενους του τμήματος πωλήσεων (58,1%).

## 5.2: Ανάλυση αξιοπιστίας μέσω δείκτη εσωτερικής συνέπειας alpha του Cronbach για κάθε ερώτηση

Για την ανάλυση του ερωτηματολογίου είναι απαραίτητη η εκτίμηση της εγκυρότητας και της αξιοπιστίας του. Προκειμένου να εξασφαλιστεί η εγκυρότητα και η αξιοπιστία του ερωτηματολογίου αλλά και των αποτελεσμάτων της έρευνας χρησιμοποιήθηκε ο στατιστικός έλεγχος Cronbach's Alpha.

Σύμφωνα με την διεθνή βιβλιογραφία (Nunnally, 1978), η τιμή του δείκτη Cronbach's Alpha κυμαίνεται από 0 έως 1. Συγκεκριμένα, ο παραπάνω δείκτης κατατάσσει την αξιοπιστία και την εγκυρότητα των αποτελεσμάτων της έρευνας στις ακόλουθες κατηγορίες:

[9, 10) εξαιρετική εγκυρότητα

[7,9) πολύ καλή εγκυρότητα

[6,7) αποδεκτή εγκυρότητα

[5,6) μικρή εγκυρότητα

[0,5) μη αποδεκτή εγκυρότητα

Γενικότερα, όταν ο δείκτης Cronbach's Alpha παίρνει τιμές μεγαλύτερες του 0,7 τότε λέμε ότι η έρευνα είναι έγκυρη και αξιόπιστη.

Η ικανότητα που φέρει ένα ερωτηματολόγιο- κλίμακα στο να προσφέρει ίδια αποτελέσματα κάτω από τις ίδιες συνθήκες είναι η επανομαζόμενη Αξιοπιστία (Reliability).



### Ομάδα ερωτήσεων B1 : Αποδοχή γυναικών σε διευθυντικές θέσεις

Από τον πίνακα Reliability Statistics έχουμε ότι ο συντελεστής του Cronbach είναι (0,460). Άρα οι 6 αυτές ερωτήσεις συνθέτουν μια όχι τόσο ικανοποιητική κλίμακα.

**Πίνακας 9: B1 Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,460	,497	6

Στον παρακάτω πίνακα Item Statistics βλέπουμε τη μέση τιμή και τυπική απόκλιση κάθε υποερώτησης.

**Πίνακας 10: B1 Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Πρέπει να προσφέρονται ίσες ευκαιρίες συμμετοχής σε θέσεις manager σε άνδρες και γυναίκες.	3,74	,966	117
Είναι αποδεκτό να συναγωνίζονται οι γυναίκες τους άνδρες για την κατάκτηση των υψηλών θέσεων.	1,64	,814	117
Στον τομέα του management οι γυναίκες είναι πιο αναποφάσιστες.	3,11	1,065	117
Οι γυναίκες τα καταφέρνουν καλύτερα σε άλλους τομείς παρά στον τομέα της διοίκησης.	3,44	,951	117

Στο πλαίσιο Scale Statistics που ακολουθεί μας δίνεται η μέση τιμή, η διακύμανση, η τυπική απόκλιση της κλίμακας και το πλήθος των ερωτήσεων που συνθέτουν την κλίμακα. Από την τιμή  $16,73/6=2,8$  παρατηρούμε ότι

διαφαίνεται μία πρώτη αποδοχή των γυναικών σε διευθυντικές θέσεις (1= Αποδοχή, 0= Μη αποδοχή).

**Πίνακας 11: B1 Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
16,73	7,442	2,728	6

Ομάδα ερωτήσεων B2: Εμπόδια που προκαλούν οι στερεοτυπικές αντιλήψεις στην ανέλιξη των γυναικών στον εργασιακό χώρο

Από τον πίνακα Reliability Statistics έχουμε ότι ο συντελεστής του Cronbach είναι ικανοποιητικός (0,709). Άρα οι 15 αυτές ερωτήσεις συνθέτουν ικανοποιητικά μία κλίμακα.

**Πίνακας 12: B2 Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,709	,728	15

Στον παρακάτω πίνακα Item Statistics βλέπουμε τη μέση τιμή και τυπική απόκλιση κάθε υποερώτησης.

**Πίνακας 13: B2 Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Οι άνδρες είναι καλύτεροι ως managers μιας επιχείρησης.	3,42	,997	116
Οι άνδρες ως managers είναι πιο λογικοί από τις γυναίκες.	3,43	,857	116
Οι γυναίκες ως managers δεν έχουν συνηθίσει να διοικούν επιτυχημένα.	4,08	,674	116
Το management μιας επιχείρησης είναι πιο εύκολο για τους άνδρες.	3,70	,749	116
Οι γυναίκες ως managers δεν θέλουν να αναλαμβάνουν ευθύνες.	3,92	,661	116

Οι γυναίκες χρειάζεται να χρησιμοποιήσουν τη θηλυκότητά τους ώστε να βρεθούν σε θέση manager.	3,59	,589	116
Η γυναίκα που δεν εργάζεται σε θέση manager είναι καλύτερη στην διαπαιδαγώγηση των παιδιών της.	3,63	,626	116
Ένας άνδρας μπορεί να έχει περισσότερα τυπικά προσόντα από μία γυναίκα για την απόκτηση θέσης manager.	3,61	,911	116
Οι γυναίκες δεν γνωρίζουν πώς να ανέβουν την ιεραρχική κλίμακα.	3,91	,527	116
Οι γυναίκες δεν ξέρουν πώς να αντιμετωπίζουν τον κίνδυνο και έτσι αναλαμβάνουν λιγότερο ρίσκο σε διοικητικές θέσεις.	3,66	,835	116

Στο πλαίσιο Scale Statistics που ακολουθεί μας δίνεται η μέση τιμή, η διακύμανση, η τυπική απόκλιση της κλίμακας και το πλήθος των ερωτήσεων που συνθέτουν την κλίμακα. Από την τιμή  $55,32/15=3,7$  παρατηρούμε ότι διαφαίνονται κάποια εμπόδια που προκαλούν οι στερεοτυπικές αντιλήψεις στην ανέλιξη των γυναικών στον εργασιακό χώρο (1= Παρουσία εμποδίων, 0= Απουσία εμποδίων).

**Πίνακας 14: B2 Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
55,32	30,097	5,486	15

### Ομάδα ερωτήσεων B3: Επιπτώσεις από την ύπαρξη του φαινομένου της γυάλινης οροφής

Από τον πίνακα Reliability Statistics έχουμε ότι ο συντελεστής του Cronbach είναι ικανοποιητικός (0,829). Άρα οι 8 αυτές ερωτήσεις συνθέτουν ικανοποιητικά μία κλίμακα.

**Πίνακας 15: B3 Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,829	,831	8

Στον παρακάτω πίνακα Item Statistics βλέπουμε τη μέση τιμή και τυπική απόκλιση κάθε υποερώτησης.

**Πίνακας 16: B3 Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Είναι σπατάλη ανθρωποδύναμης η μη απορρόφηση γυναικών σε θέσεις manager.	3,00	1,037	107
Η απουσία ποικιλομορφίας σε θέσεις manager επιφέρει αρνητικές επιπτώσεις.	2,80	1,041	107
Η απογοήτευση των γυναικών που μένουν στάσιμες φέρει τελικές συνέπειες στην παραγωγικότητα.	2,41	,900	107
Ο μειωμένος αριθμός γυναικών σε θέσεις manager στερεί από την επιχείρηση μια πολύτιμη πηγή νέου ταλέντου.	2,29	,813	107
Η ισότιμη εκπροσώπηση των φύλων στη διαδικασία λήψης αποφάσεων αποφέρει σπουδαία οφέλη.	2,89	1,127	107
Η παρουσία περισσότερων γυναικών σε διευθυντικές θέσεις μπορεί να συμβάλει στη δημιουργία ενός καινοτόμου περιβάλλοντος μεγιστοποιώντας τις επιχειρηματικές επιδόσεις.	2,21	,714	107
Οι εργοδότες πραγματοποιούν διακρίσεις ως προς τους όρους εργασίας των γυναικών.	2,71	,765	107

Στον πίνακα Scale Statistics που ακολουθεί μας δίνεται η μέση τιμή, η διακύμανση, η τυπική απόκλιση της κλίμακας και το πλήθος των ερωτήσεων που συνθέτουν την κλίμακα. Από την τιμή  $20,25/8=2,5$  παρατηρούμε ότι παρουσιάζονται επιπτώσεις από την ύπαρξη του φαινομένου της γυάλινης οροφής στον συγκεκριμένο όμιλο (1= Παρουσία επιπτώσεων, 0= Απουσία επιπτώσεων).

**Πίνακας 17: B3 Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
20,25	23,945	4,893	8

### 5.3: Ανάλυση εγκυρότητας

Ο παρακάτω Πίνακας 18 μας ενημερώνει για το ποσοστό της διακύμανσης της κάθε μίας μεταβλητής – πρότασης. Οι τιμές που είναι μεγαλύτερες του 0,5 θεωρούνται ικανοποιητικές ενώ αντίθετα στην περίπτωση που η τιμή είναι μικρότερη του 0,5 παρουσιάζεται η διακύμανση των αντίστοιχων μεταβλητών να μην εξηγείται ικανοποιητικά από το αποτέλεσμα της Ανάλυσης Παραγόντων. Στην δική μας περίπτωση όλες οι τιμές είναι  $>0,5$ .

**Πίνακας 18: Communalities**

	Initial	Extraction
Πρέπει να προσφέρονται ίσες ευκαιρίες συμμετοχής σε θέσεις manager σε άνδρες και γυναίκες.	1,000	,903
Είναι αποδεκτό να συναγωνίζονται οι γυναίκες τους άνδρες για την κατάκτηση των υψηλών θέσεων.	1,000	,646
Στον τομέα του management οι γυναίκες είναι πιο αναποφάσιστες.	1,000	,743
Οι γυναίκες τα καταφέρνουν καλύτερα σε άλλους τομείς παρά στον τομέα της διοίκησης.	1,000	,772
Το management μιας επιχείρησης είναι πιο εύκολο για τους άνδρες.	1,000	,606
Οι γυναίκες χρειάζεται να χρησιμοποιήσουν τη θηλυκότητά τους ώστε να βρεθούν σε θέση manager.	1,000	,656

Οι γυναίκες δεν γνωρίζουν πώς να ανέβουν την ιεραρχική κλίμακα.	1,000	,760
Οι εργοδότες πραγματοποιούν διακρίσεις ως προς τους όρους εργασίας των γυναικών.	1,000	,563

Extraction Method: Principal Component Analysis.

#### **5.4: Ανάλυση και δικαιολόγηση αποτελεσμάτων που αφορούν τους στόχους με παράλληλη δικαιολόγηση ή απόρριψη των υποθέσεων (με Advanced Statistics)**

Οι ερευνητικοί στόχοι της εργασίας μας αναφέρονται στο πρώτο κεφάλαιο αυτής, όμως για λόγους ανάλυσης και δικαιολόγησης των αποτελεσμάτων που αφορούν τους στόχους τους αναφέρουμε και πάλι, έτσι ώστε να προχωρήσουμε σε παράλληλη δικαιολόγηση ή απόρριψη των υποθέσεων.

##### **1<sup>ος</sup> Ερευνητικός στόχος**

Να εξεταστούν οι απόψεις των εργαζομένων αναφορικά με την αποδοχή των γυναικών σε διευθυντικές θέσεις.

##### **Υποθέσεις 1<sup>ου</sup> ερευνητικού στόχου**

H<sub>0</sub>: Οι γυναίκες είναι αποδεκτές σε διευθυντικές θέσεις σύμφωνα με τις απόψεις των εργαζομένων.

H<sub>1</sub>: Οι γυναίκες δεν είναι αποδεκτές σε διευθυντικές θέσεις σύμφωνα με τις απόψεις των εργαζομένων.

Για να έχουμε έναν πίνακα συνάφειας ο οποίος θα παρουσιάσει εάν το φύλο και η θέση εργασίας είναι εξαρτημένα ή ανεξάρτητα ελέγχουμε αρχικά τις παρακάτω στήλες: Χρησιμοποιούμε από τις δημογραφικές ερωτήσεις το Φύλο και την ερώτηση «εάν τους δίνονταν η δυνατότητα να επιλέξουν ανάμεσα σε εργασία με άνδρα ή γυναίκα manager, ποια επιχείρηση θα επέλεγαν».

**Πίνακας 19: Crosstabulation Φύλο \* Αν σας δινόταν η δυνατότητα να επιλέξετε εργασία σε μια επιχείρηση με άνδρα ή γυναίκα manager ποια επιχείρηση θα επιλέγατε;**

		Αν σας δινόταν η δυνατότητα να επιλέξετε εργασία σε μια επιχείρηση με άνδρα ή γυναίκα manager ποια επιχείρηση θα επιλέγατε;			Σύνολο
		Με άνδρα manager	Με γυναίκα manager	Αδιάφορο	
Φύλο	Γυναίκα	Count 32	Count 1	Count 13	Count 46
		% within Φύλο 69,6%	% within Φύλο 2,2%	% within Φύλο 28,3%	% within Φύλο 100,0%
Φύλο	Ανδρας	Count 20	Count 11	Count 40	Count 71
		% within Φύλο 28,2%	% within Φύλο 15,5%	% within Φύλο 56,3%	% within Φύλο 100,0%
Σύνολο		Count 52	Count 12	Count 53	Count 117
		% within Φύλο 44,4%	% within Φύλο 10,3%	% within Φύλο 45,3%	% within Φύλο 100,0%

Έτσι καταλήγουμε στο αποτέλεσμα ότι οι άνδρες καταγράφουν μεγαλύτερη αποδοχή από ότι οι γυναίκες σε μία θέση manager όμως δεν πρέπει να παραλείψουμε και το μεγάλο ποσοστό των απαντήσεων «Αδιάφορο» που αγγίζει το 45,3% γεγονός που μεταφράζεται ότι σχεδόν οι μισοί των ερωτηθέντων απάντησαν ότι δεν έχει διαφορά το φύλο του manager τους.

Για να μπορέσουμε να πραγματοποιήσουμε έλεγχο των υποθέσεων θα υπολογίσουμε τη μέθοδο με το  $\chi^2$ . Ο μη παραμετρικός έλεγχος  $\chi^2$  (chi square test) είναι ένα κριτήριο γνωστό ως τον έλεγχο ανεξαρτησίας και είναι από τις πιο διαδεδομένες μεθόδους που χρησιμοποιούνται για την ανάλυση ποιοτικών δεδομένων. Οι όροι για τον υπολογισμό του  $\chi^2$  είναι τετραγωνικοί (δηλαδή  $\geq 0$ ). Έτσι, όσο πιο μεγάλο το  $\chi^2$  τόσο πιο σίγουροι είμαστε για την εξάρτηση.

Παρακάτω, ελέγχοντας το «Φύλο» και την ερώτηση «Οι γυναίκες τα καταφέρνουν καλύτερα σε άλλους τομείς παρά στον τομέα της διοίκησης» παρατηρούμε ότι η asymptotic significance (γνωστή και ως p value) είναι  $p < 0,05$  άρα απορρίπτουμε την  $H_0$  και δεχόμαστε την  $H_1$ . Από την ανάγνωση των στοιχείων του παρακάτω πίνακα φαίνεται πως υπάρχει σημαντική σχέση και εξάρτηση μεταξύ των δύο μεταβλητών.

**Πίνακας 20: Chi-Square Tests Φύλο\* Οι γυναίκες τα καταφέρνουν καλύτερα σε άλλους τομείς παρά στον τομέα της διοίκησης**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	13,277 <sup>a</sup>	3	,004
Likelihood Ratio	13,596	3	,004
N of Cases	117		

## 2<sup>ος</sup> Ερευνητικός στόχος

Να διερευνηθούν τα εμπόδια που προκαλούν οι στερεοτυπικές αντιλήψεις στην ανέλιξη των γυναικών στον εργασιακό χώρο.

## Υποθέσεις 2<sup>ου</sup> ερευνητικού στόχου

H<sub>0</sub>: Οι στερεοτυπικές αντιλήψεις εμποδίζουν την ανέλιξη των γυναικών στον εργασιακό χώρο.

H<sub>1</sub>: Οι στερεοτυπικές αντιλήψεις δεν εμποδίζουν την ανέλιξη των γυναικών στον εργασιακό χώρο.

Βασική στερεοτυπική αντίληψη θεωρείται στο φαινόμενο της γυάλινης οροφής το ότι οι άνδρες είναι καλύτεροι ως manager μιας επιχείρησης.

**Φύλο \* Οι άνδρες είναι καλύτεροι ως managers μιας επιχείρησης. Crosstabulation**

		Οι άνδρες είναι καλύτεροι ως managers μιας επιχείρησης.				Σύνολο
		Συμφωνώ	Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	Διαφωνώ	Διαφωνώ απόλυτα	
Φύλο	Γυναίκα	Count 13	Count 9	Count 10	Count 14	46
	% within Φύλο	28,3%	19,6%	21,7%	30,4%	
	Ανδρας	Count 3	Count 53	Count 2	Count 13	71
	% within Φύλο	4,2%	74,6%	2,8%	18,3%	
Σύνολο	Count	16	62	12	27	117



% within Φύλο	13,7%	53,0%	10,3%	23,1%	100,0%
------------------	-------	-------	-------	-------	--------

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	39,299 <sup>a</sup>	3	,000
Likelihood Ratio	41,801	3	,000
N of Cases	117		

Στην περίπτωση μας το  $p=0,000$  άρα εφόσον το  $p<0.05$  απορρίπτεται η  $H_0$  και δεχόμαστε την  $H_1$ . Άρα παρουσιάζεται ότι οι στερεοτυπικές αντιλήψεις δεν εμποδίζουν την ανέλιξη των γυναικών στον εργασιακό χώρο

Η απόρριψη της  $H_0$  παρουσιάζεται και στον παρακάτω πίνακα όπου υπολογίζεται το «Φύλο» και η ερώτηση «Το management μιας επιχείρησης είναι πιο εύκολο για τους άνδρες» διότι  $p<0.05$ .

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7,855 <sup>a</sup>	3	,049
Likelihood Ratio	7,802	3	,050
N of Cases	117		

### **3<sup>ος</sup> Ερευνητικός στόχος**

Να διερευνηθούν οι επιπτώσεις για τον οργανισμό, από την ύπαρξη του φαινομένου της γυάλινης οροφής.

### Υποθέσεις 3<sup>ου</sup> ερευνητικού στόχου

H<sub>0</sub>: Δεν καταγράφονται επιπτώσεις στον οργανισμό από την ύπαρξη του φαινομένου της γυάλινης οροφής

H<sub>1</sub>: Καταγράφονται επιπτώσεις στον οργανισμό από την ύπαρξη του φαινομένου της γυάλινης οροφής.

Για τον υπολογισμό χρησιμοποιήθηκαν οι ερωτήσεις που σχετίζονται με το «Φύλο» και με την ερώτηση αν «Είναι σπατάλη ανθρωποδύναμης η μη απορρόφηση γυναικών σε θέσεις manager». Το αποτέλεσμα από τον παρακάτω πίνακα καταγράφει  $p < 0,05$  άρα απορρίπτεται η H<sub>0</sub> και δεχόμαστε την H<sub>1</sub>. Αυτό συνάδει με την γενικότερη άποψη ότι στον συγκεκριμένο όμιλο καταγράφονται επιπτώσεις από την ύπαρξη του φαινομένου της γυάλινης οροφής.

**Πίνακας 21: Chi-Square Tests Φύλο\* Είναι σπατάλη ανθρωποδύναμης η μη απορρόφηση γυναικών σε θέσεις manager**

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	18,097 <sup>a</sup>	3	,000
Likelihood Ratio	18,799	3	,000
Linear-by-Linear Association	11,912	1	,001
N of Cases	107		

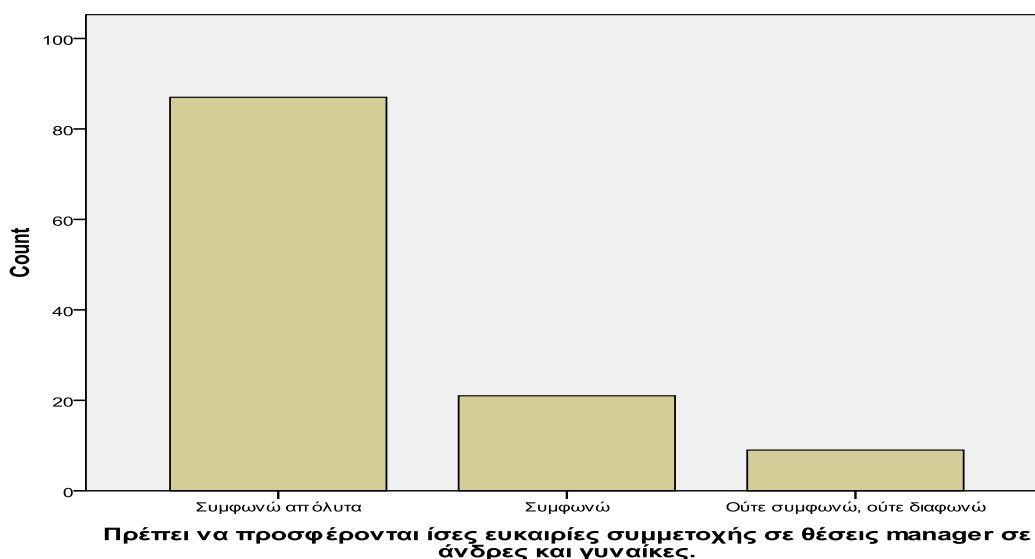
## 5.5: Καταρτισμός πίνακα θεματοποίησης για την επιβεβαίωση/ απόρριψη των υποθέσεων που αφορούν κάθε στόχο

Για την υπόθεση του πρώτου στόχου δηλαδή την εξέταση των απόψεων των εργαζομένων αναφορικά με την αποδοχή των γυναικών σε διευθυντικές θέσεις ακολουθούν οι Πίνακες 22-27.

**Πίνακας 22: Πρέπει να προσφέρονται ίσες ευκαιρίες συμμετοχής σε θέσεις manager σε άνδρες και γυναίκες**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Συμφωνώ απόλυτα	87	74,4	74,4	74,4
Συμφωνώ	21	17,9	17,9	92,3
Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	9	7,7	7,7	100,0
Σύνολο	117	100,0	100,0	

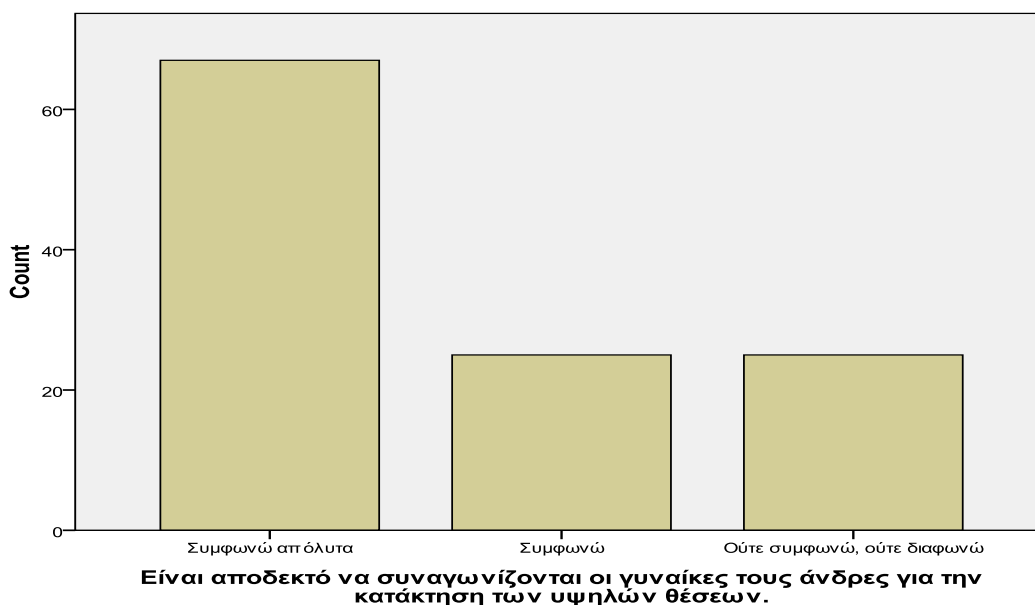
Με την άποψη να προσφέρονται ίσες ευκαιρίες συμμετοχής σε θέσεις manager και στα δύο φύλα το μεγαλύτερο ποσοστό συμφωνεί απόλυτα (74,4%).



**Πίνακας 23: Είναι αποδεκτό να συναγωνίζονται οι γυναίκες τους άνδρες για την κατάκτηση των υψηλών θέσεων**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Συμφωνώ απόλυτα	67	57,3	57,3	57,3
Συμφωνώ	25	21,4	21,4	78,6
Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	25	21,4	21,4	100,0
Σύνολο	117	100,0	100,0	

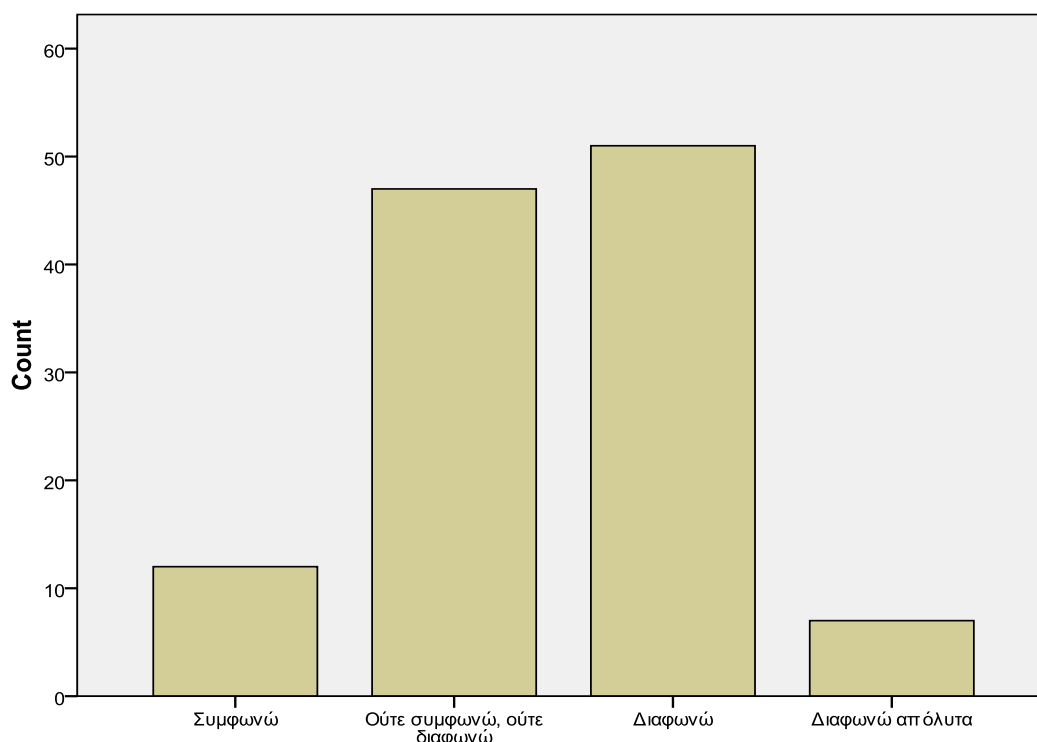
Τον συναγωνισμό των γυναικών προς τους άνδρες για την κατάκτηση των υψηλών θέσεων την αποδέχονται απόλυτα ή απλώς τον αποδέχονται το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων («Συμφωνώ απόλυτα» και «Συμφωνώ» συνολικά 78,6%)



**Πίνακας 24: Οι γυναίκες ως managers είναι πιο συναισθηματικές από τους άνδρες**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Συμφωνώ	12	10,3	10,3	10,3
Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	47	40,2	40,2	50,4
Διαφωνώ	51	43,6	43,6	94,0
Διαφωνώ απόλυτα	7	6,0	6,0	100,0
Σύνολο	117	100,0	100,0	

Ο συναισθηματισμός των γυναικών με αρνητικό πρόσημο σε θέση manager καταγράφεται από τις απαντήσεις «Διαφωνώ» σε 43,6 και «Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ» σε 40,2% των απαντήσεων. Αντίθετα το 10,3% των ερωτηθέντων δηλώνει ότι οι γυναίκες ως managers είναι πιο συναισθηματικές.

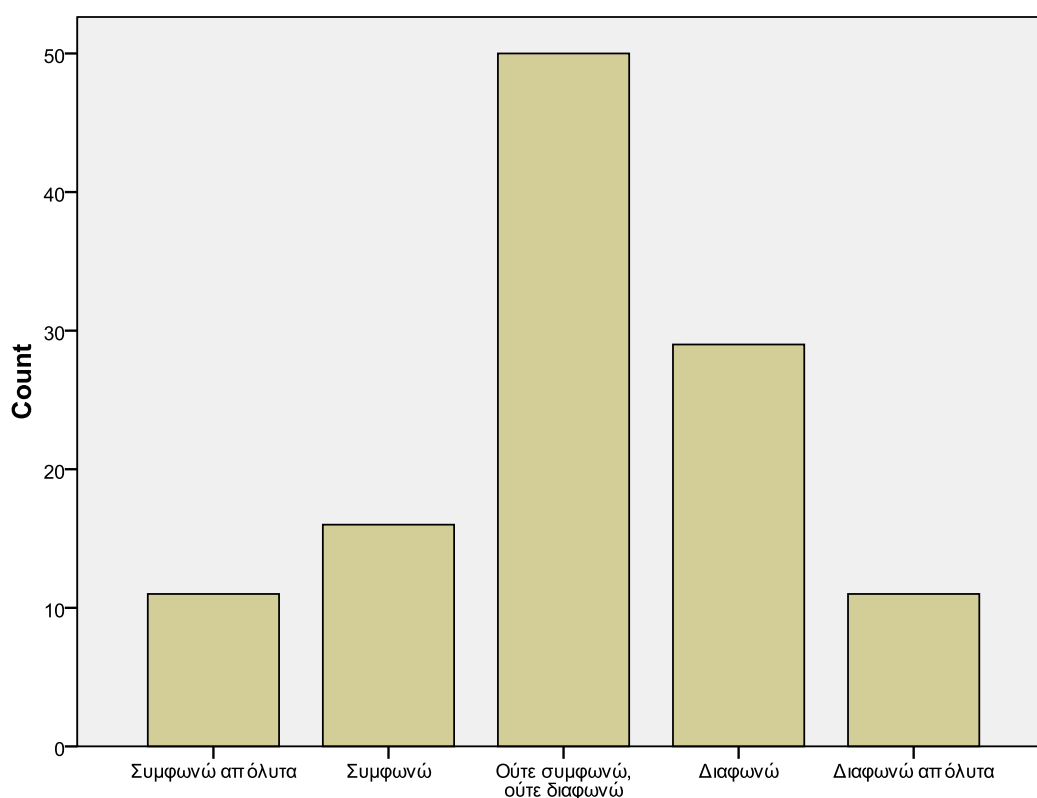


**Οι γυναίκες ως managers είναι πιο συναισθηματικές από τους άνδρες.**

**Πίνακας 25: Στον τομέα του management οι γυναίκες είναι πιο αναποφάσιστες**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Συμφωνώ απόλυτα	11	9,4	9,4	9,4
Συμφωνώ	16	13,7	13,7	23,1
Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	50	42,7	42,7	65,8
Διαφωνώ	29	24,8	24,8	90,6
Διαφωνώ απόλυτα	11	9,4	9,4	100,0
Σύνολο	117	100,0	100,0	

Την αναποφάσιστη φύση των γυναικών σε θέση manager υποστηρίζει μόνο το 23,1% αθροιστικά με απαντήσεις «Συμφωνώ απόλυτα» και «Συμφωνώ». Μεγαλύτερο είναι το ποσοστό όσων «Διαφωνούν» ή «Διαφωνούν απόλυτα»

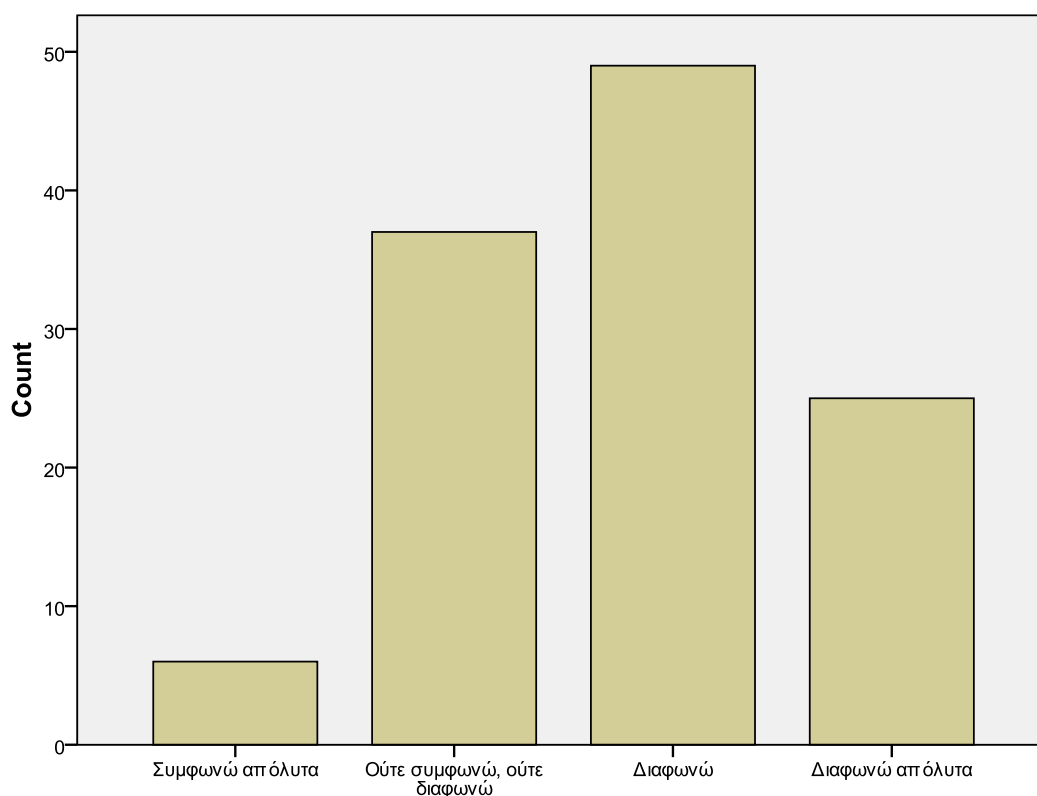


**Στον τομέα του management οι γυναίκες είναι πιο αναποφάσιστες.**

**Πίνακας 26: Οι γυναίκες δεν θα πρέπει να υπερέχουν σε θέσεις manager**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Συμφωνώ απόλυτα	6	5,1	5,1	5,1
Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	37	31,6	31,6	36,8
Διαφωνώ	49	41,9	41,9	78,6
Διαφωνώ απόλυτα	25	21,4	21,4	100,0
Σύνολο	117	100,0	100,0	

Την άποψη ότι οι γυναίκες δεν θα πρέπει να υπερέχουν σε θέσεις manager την συμμαρίζεται απόλυτα μόνο το 5,1% του συνόλου των ερωτηθέντων. Με ποσοστό που ξεπερνά το 63% οι ερωτηθέντες δηλώνουν ότι «Διαφωνούν» και «Διαφωνούν Απόλυτα» με αυτή τη θέση γεγονός που παρουσιάζει την άποψη ότι οι ερωτηθέντες αποδέχονται τις γυναίκες σε διευθυντικές θέσεις.

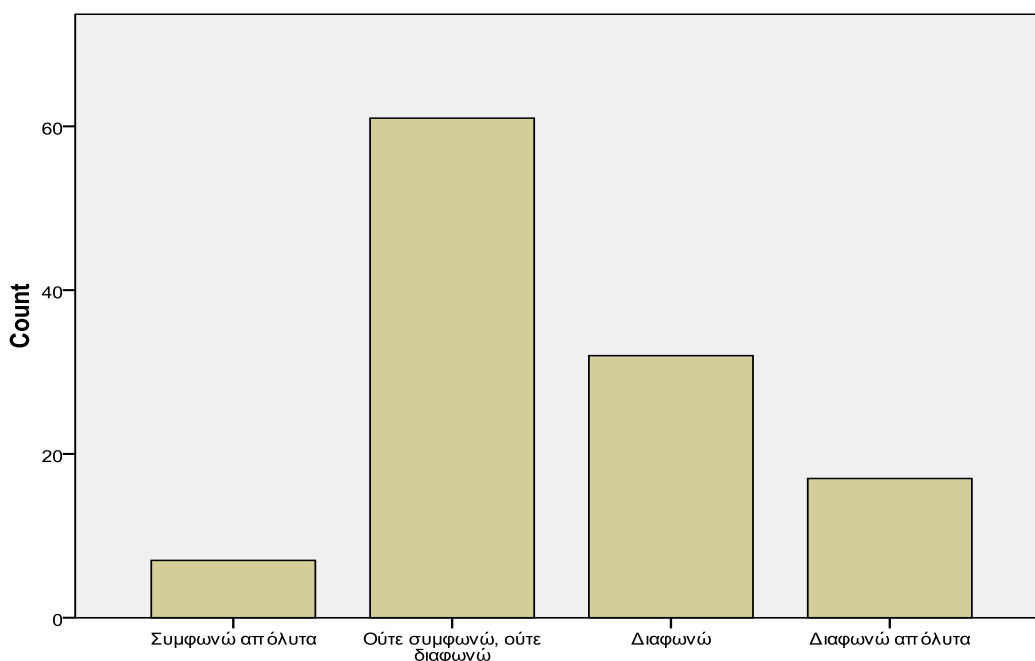


**Οι γυναίκες δεν θα πρέπει να υπερέχουν σε θέσεις manager.**

**Πίνακας 27: Οι γυναίκες τα καταφέρνουν καλύτερα σε άλλους τομείς παρά στον τομέα της διοίκησης**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Συμφωνώ απόλυτα	7	6,0	6,0	6,0
Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	61	52,1	52,1	58,1
Διαφωνώ	32	27,4	27,4	85,5
Διαφωνώ απόλυτα	17	14,5	14,5	100,0
Σύνολο	117	100,0	100,0	

Μόνο 7 εκ των 117 ατόμων συμφωνούν απόλυτα με αυτή τη θέση, με παραπάνω από τους μισούς εκ του συνόλου (52,1%) να μην δηλώνουν συγκεκριμένη άποψη απαντώντας «Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ». Από τις απαντήσεις της ερώτησης του Πίνακα 27 παρουσιάζεται ότι μεγάλο ποσοστό (41,9%) των ερωτηθέντων διαφωνούν και συγχρόνως με το μικρό ποσοστό των ατόμων που «Συμφωνούν» και «Συμφωνούν απόλυτα» (6%) ότι οι γυναίκες μπορούν να τα καταφέρουν καλά σε διάφορους τομείς.



**Οι γυναίκες τα καταφέρνουν καλύτερα σε άλλους τομείς παρά στον τομέα της διοίκησης.**

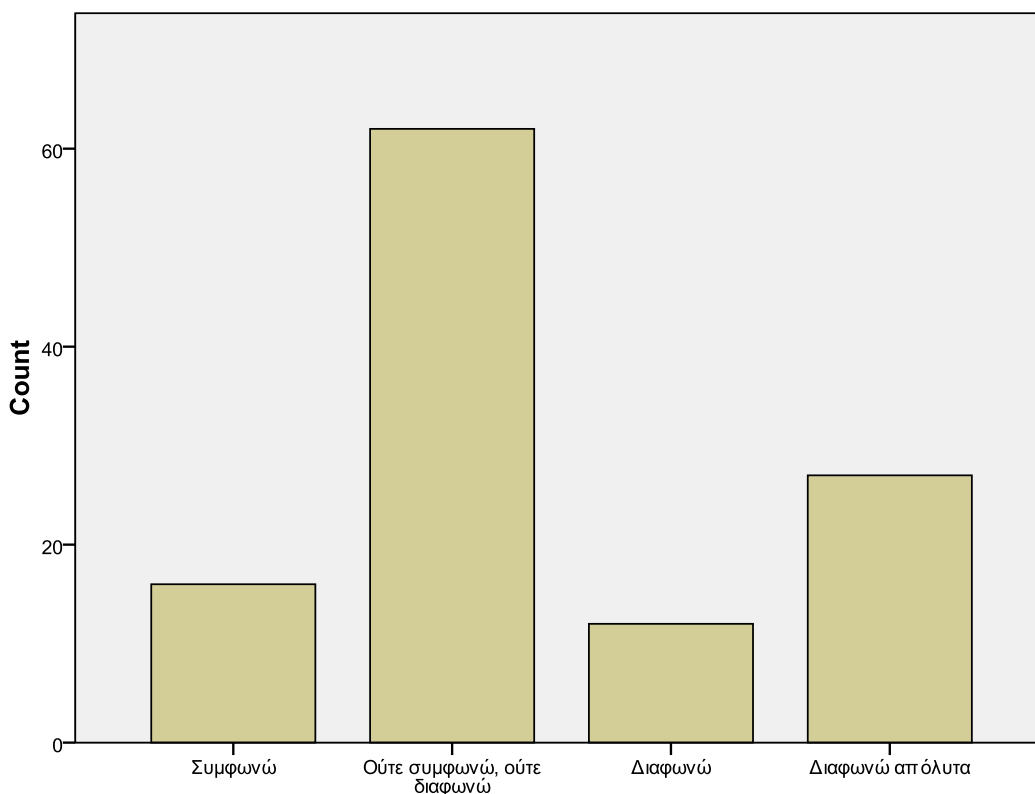


Για την υπόθεση του δεύτερου στόχου δηλαδή την διερεύνηση των εμποδίων που προκαλούν οι στερεοτυπικές αντιλήψεις στην ανέλιξη των γυναικών στον εργασιακό χώρο ακολουθούν οι Πίνακες 28-42.

**Πίνακας 28: Οι άνδρες είναι καλύτεροι ως managers μιας επιχείρησης**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Συμφωνώ	16	13,7	13,7	13,7
Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	62	53,0	53,0	66,7
Διαφωνώ	12	10,3	10,3	76,9
Διαφωνώ απόλυτα	27	23,1	23,1	100,0
Σύνολο	117	100,0	100,0	

Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων δεν έδωσε σαφή απάντηση («Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ» 53%) στην ερώτηση του Πίνακα 28. Παράλληλα από το υπόλοιπο 47% μόνο το 13,7 απλώς «Συμφωνεί» με τη στερεοτυπική αντίληψη ότι οι άνδρες είναι καλύτεροι σε θέσεις manager. Άρα αυτή η στερεοτυπική αντίληψη δεν καταγράφει έντονη παρουσία στον όμιλο.

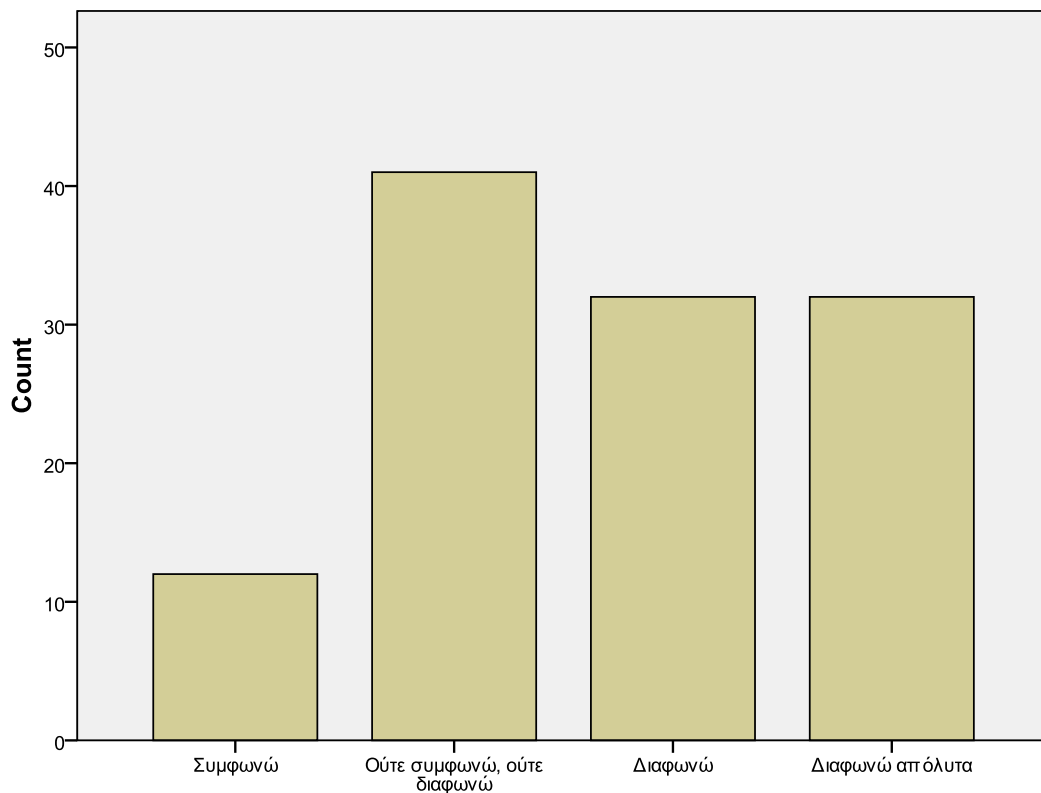


**Οι άνδρες είναι καλύτεροι ως managers μιας επιχείρησης.**

**Πίνακας 29: Οι άνδρες ως managers είναι πιο λογικοί από τις γυναίκες**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Συμφωνώ	12	10,3	10,3	10,3
Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	41	35,0	35,0	45,3
Διαφωνώ	32	27,4	27,4	72,6
Διαφωνώ απόλυτα	32	27,4	27,4	100,0
Σύνολο	117	100,0	100,0	

Ο Πίνακας 29 καταγράφει ότι η λογική των ανδρών manager δεν υπερτερεί αυτή των γυναικών (54,8%) σε συνδυασμό με μόνο το 10,3% να «Συμφωνεί» για το αντίθετο.

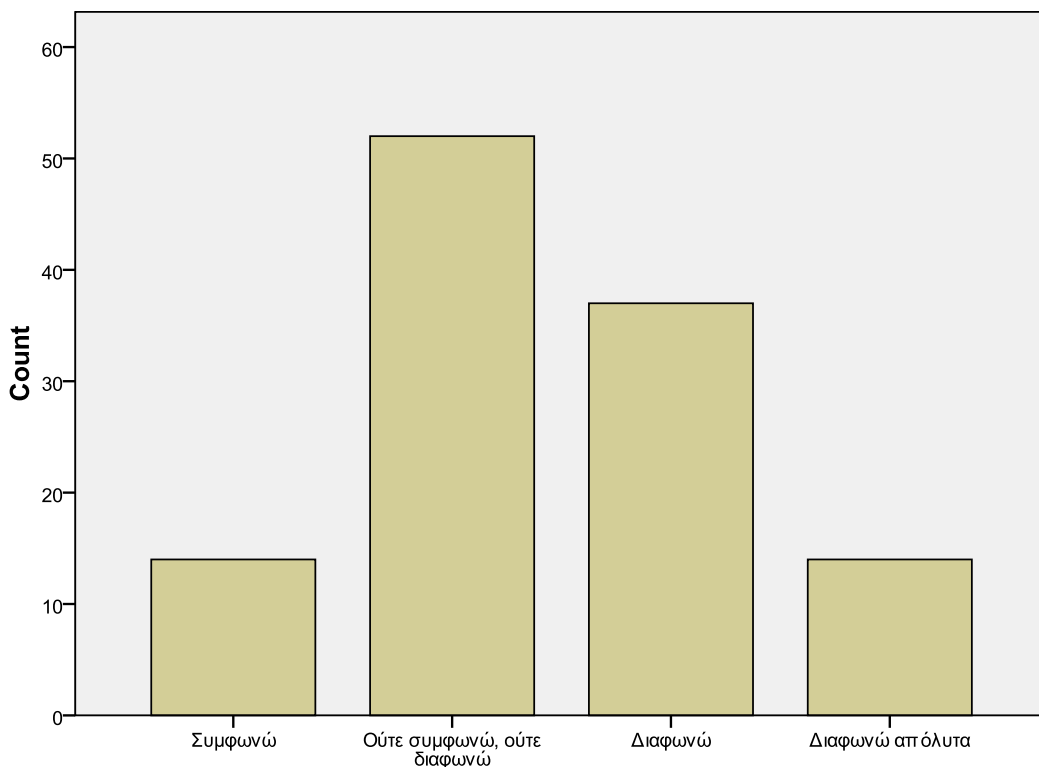


**Οι άνδρες ως managers είναι πιο λογικοί από τις γυναίκες.**

**Πίνακας 30: Οι άνδρες ως managers είναι πιο ικανοί στην λήψη σοβαρών αποφάσεων από τις γυναίκες**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Συμφωνώ	14	12,0	12,0	12,0
Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	52	44,4	44,4	56,4
Διαφωνώ	37	31,6	31,6	88,0
Διαφωνώ απόλυτα	14	12,0	12,0	100,0
Σύνολο	117	100,0	100,0	

Η ικανότητα των ανδρών ως manager στη λήψη σοβαρών αποφάσεων συγκριτικά με τις γυναίκες σε αντίστοιχες θέσεις (Πίνακας 30) θεωρείται από τους ερωτηθέντες ότι δεν διαφέρει (43,6%: «Διαφωνώ» και «Διαφωνώ απόλυτα»). Παράλληλα, πρέπει να σημειωθεί ότι ενώ δεν υπήρχαν θετικές αποκρίσεις σχετικά με την ερώτηση σε μεγάλο ποσοστό, αρκετά μεγάλο ποσοστό ήταν αυτό των όσων «Ούτε συμφωνούσαν, ούτε διαφωνούσαν» (44,4%).

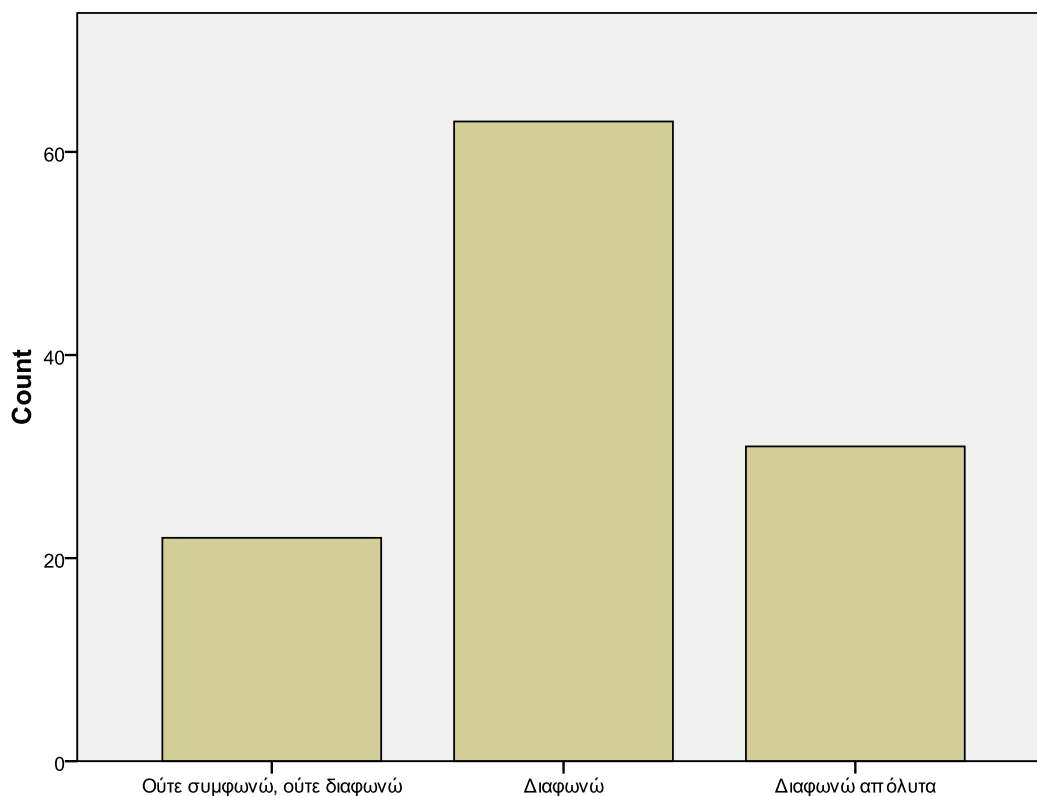


**Οι άνδρες ως managers είναι πιο ικανοί στην λήψη σοβαρών αποφάσεων από τις γυναίκες.**

**Πίνακας 31: Οι γυναίκες ως managers δεν έχουν συνηθίσει να διοικούν επιτυχημένα**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	22	18,8	19,0	19,0
Διαφωνώ	63	53,8	54,3	73,3
Διαφωνώ απόλυτα	31	26,5	26,7	100,0
Σύνολο	116	99,1	100,0	
Missing System	1	,9		
Σύνολο	117	100,0		

Στον Πίνακα 31 παρουσιάζεται ότι δεν υπάρχουν θετικές απαντήσεις αναφορικά με το ότι οι γυναίκες ως managers δεν έχουν συνηθίσει να διοικούν επιτυχημένα.

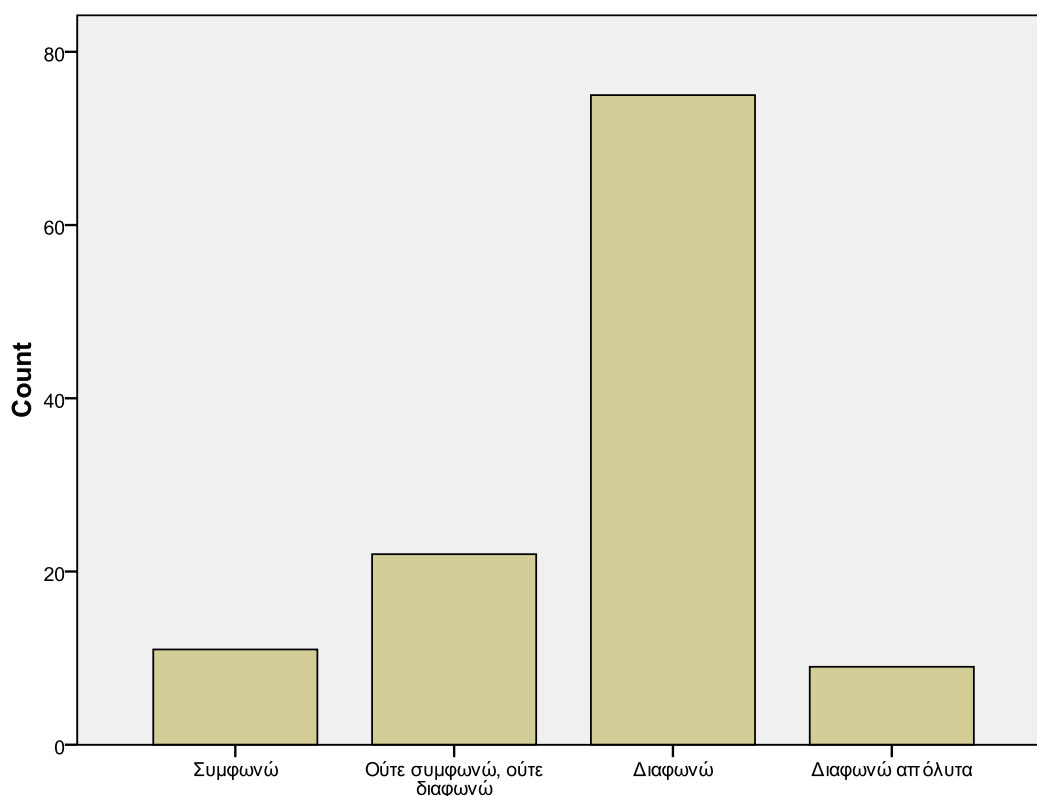


**Οι γυναίκες ως managers δεν έχουν συνηθίσει να διοικούν επιτυχημένα.**

**Πίνακας 32: Το management μιας επιχείρησης είναι πιο εύκολο για τους άνδρες**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Συμφωνώ	11	9,4	9,4	9,4
Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	22	18,8	18,8	28,2
Διαφωνώ	75	64,1	64,1	92,3
Διαφωνώ απόλυτα	9	7,7	7,7	100,0
Σύνολο	117	100,0	100,0	

Η ευκολία του management μιας επιχείρησης είναι το θέμα της ερώτησης του Πίνακα 32 αναφορικά με τους άνδρες και τις γυναίκες. Φαίνεται εκ των αποτελεσμάτων ότι η διαφωνία με το ότι είναι πιο ευκολη διαδικασία για τους άνδρες αγγίζει το 71,8% εκ των ερωτηθέντων.

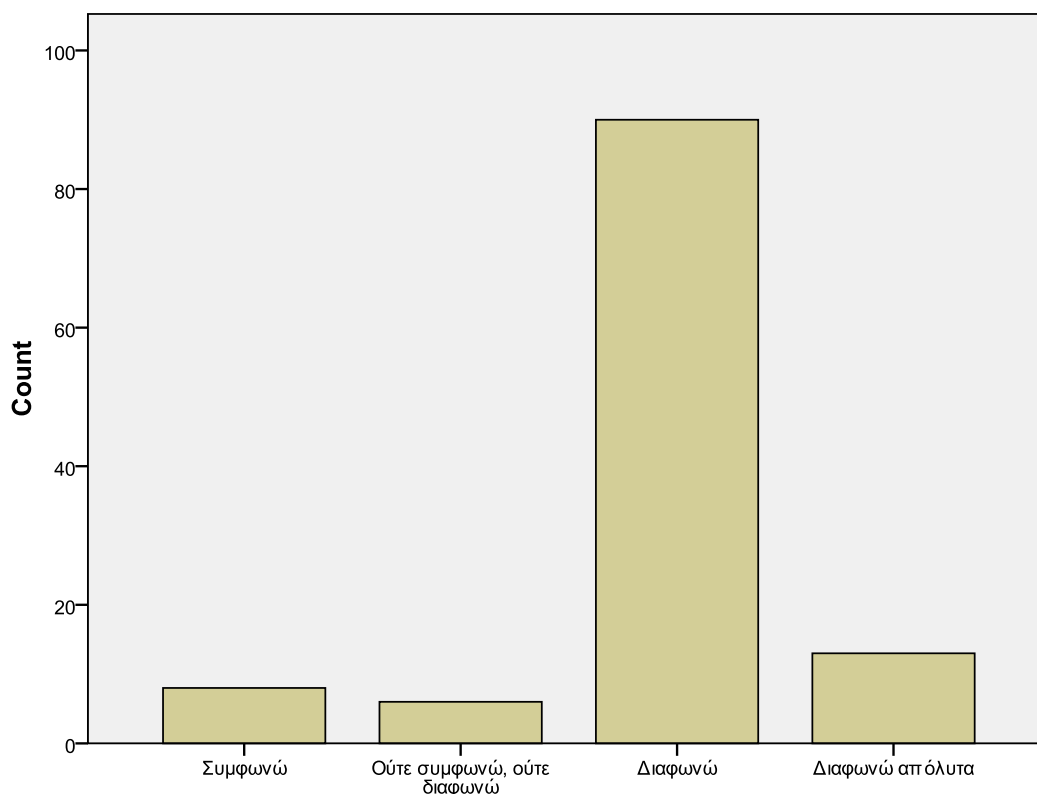


**Το management μιας επιχείρησης είναι πιο εύκολο για τους άνδρες.**

**Πίνακας 33: Οι γυναίκες ως managers δεν θέλουν να αναλαμβάνουν ευθύνες**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Συμφωνώ	8	6,8	6,8	6,8
Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	6	5,1	5,1	12,0
Διαφωνώ	90	76,9	76,9	88,9
Διαφωνώ απόλυτα	13	11,1	11,1	100,0
Σύνολο	117	100,0	100,0	

Η ανάληψη ευθυνών από τις γυναίκες σε θέσεις manager είναι το θέμα της ερώτησης του Πίνακα 33 που καταγράφεται παραπάνω. Εκ των αποτελεσμάτων το 88% απαντά αρνητικά στο ότι οι γυναίκες σε θέση manager δεν θέλουν να αναλαμβάνουν ευθύνες.

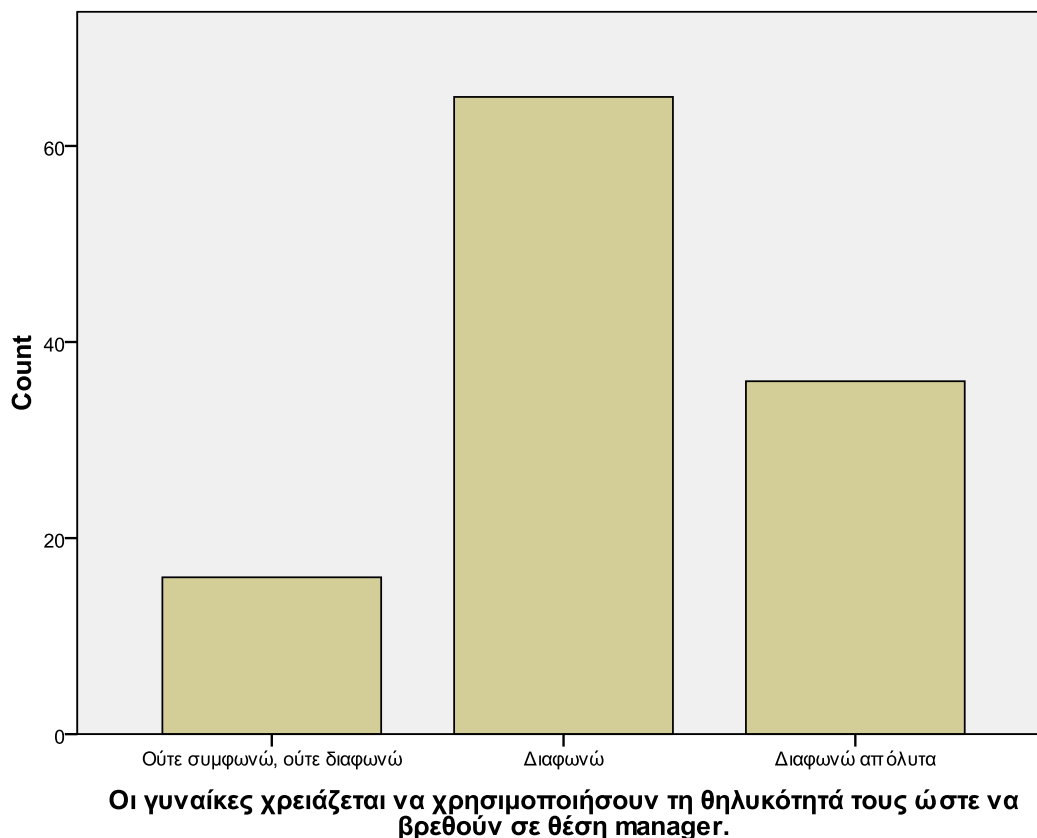


**Οι γυναίκες ως managers δεν θέλουν να αναλαμβάνουν ευθύνες.**

**Πίνακας 34: Οι γυναίκες χρειάζεται να χρησιμοποιήσουν τη θηλυκότητά τους ώστε να βρεθούν σε θέση manager**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	16	13,7	13,7	13,7
Διαφωνώ	65	55,6	55,6	69,2
Διαφωνώ απόλυτα	36	30,8	30,8	100,0
Σύνολο	117	100,0	100,0	

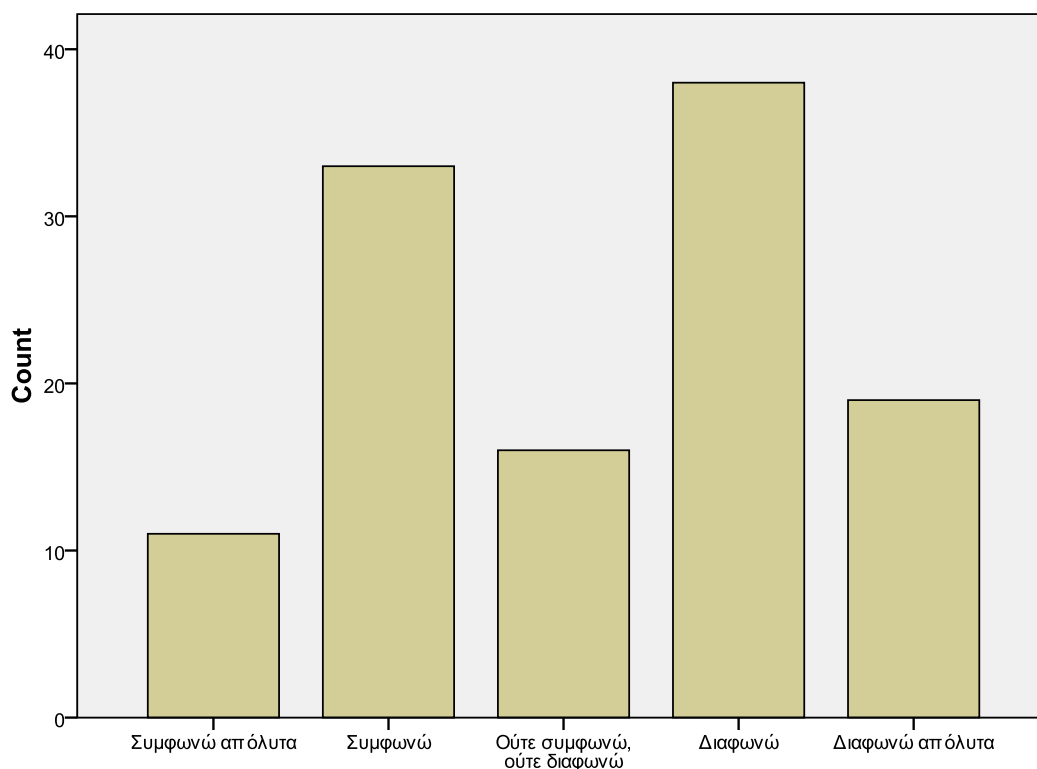
Ο Πίνακας 34 αναφέρει την ερώτηση για το εάν οι γυναίκες χρειάζεται να χρησιμοποιήσουν τη θηλυκότητα τους ώστε να βρεθούν σε θέση manager. Δεν υπάρχουν σύμφωνες απαντήσεις σε αυτή τη στερεοτυπική αντίληψη με το 86,4% να «Διαφωνεί» ή να «Διαφωνεί απόλυτα».



**Πίνακας 35: Η γυναίκα που δεν εργάζεται σε θέση manager είναι καλύτερη στην διαπαιδαγώγηση των παιδιών της**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Συμφωνώ απόλυτα	11	9,4	9,4	9,4
Συμφωνώ	33	28,2	28,2	37,6
Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	16	13,7	13,7	51,3
Διαφωνώ	38	32,5	32,5	83,8
Διαφωνώ απόλυτα	19	16,2	16,2	100,0
Σύνολο	117	100,0	100,0	

Για το εάν η διαπαιδαγώγηση των παιδιών της γυναίκας που δεν εργάζεται σε θέση manager είναι καλύτερη από αυτής της γυναίκας που εργάζεται σε αντίστοιχη θέση είναι το θέμα της ερώτησης που απαντάται στον Πίνακα 35. Σε ποσοστό που φτάνει το 37,6% οι ερωτηθέντες «Συμφωνούν» και «Συμφωνούν απόλυτα». Η παραπάνω στερεοτυπική αντίληψη δείχνει το 48,7% να «Διαφωνεί» και να «Διαφωνεί απόλυτα».



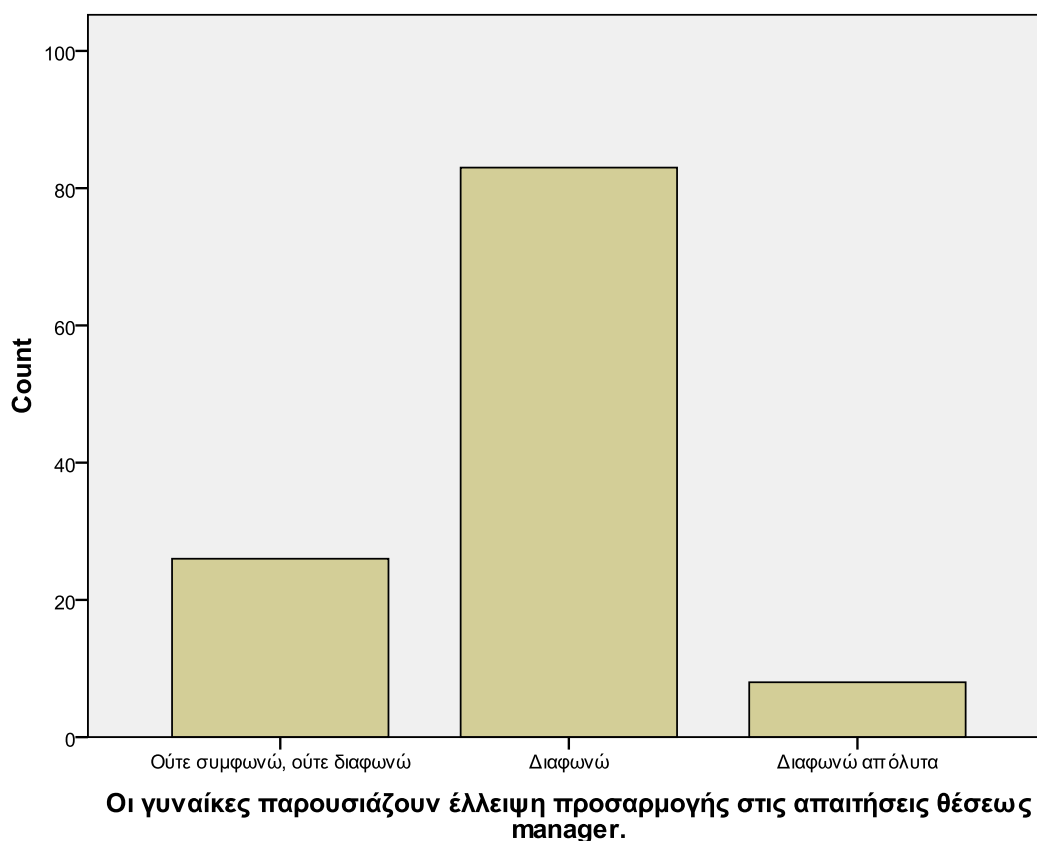
**Η γυναίκα που δεν εργάζεται σε θέση manager είναι καλύτερη στην διαπαιδαγώγηση των παιδιών της.**



**Πίνακας 36: Οι γυναίκες παρουσιάζουν έλλειψη προσαρμογής στις απαιτήσεις θέσεως manager.**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	26	22,2	22,2	22,2
Διαφωνώ	83	70,9	70,9	93,2
Διαφωνώ απόλυτα	8	6,8	6,8	100,0
Σύνολο	117	100,0	100,0	

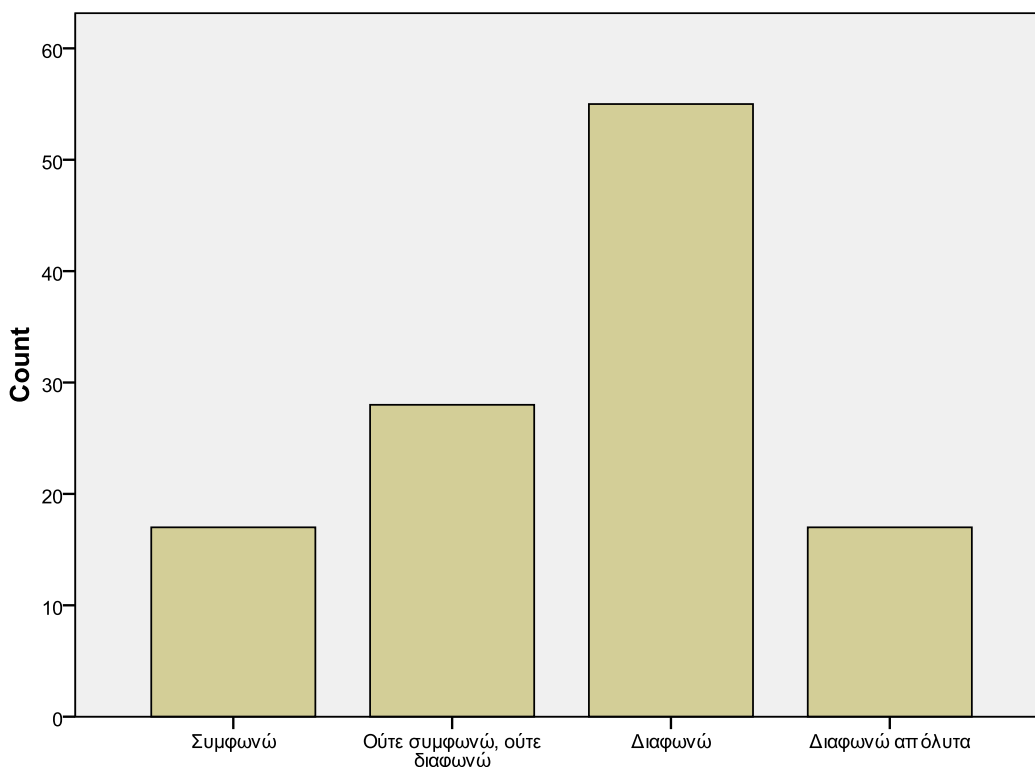
Η έλλειψη προσαρμογής στις απαιτήσεις θέσεως manager να παρουσιάζεται στις γυναίκες φέρνει σε διαφωνία το 77,7% των ερωτηθέντων στον Πίνακα 36.



**Πίνακας 37: Ένας άνδρας μπορεί να έχει περισσότερα τυπικά προσόντα από μία γυναίκα για την απόκτηση θέσης manager**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Συμφωνώ	17	14,5	14,5	14,5
Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	28	23,9	23,9	38,5
Διαφωνώ	55	47,0	47,0	85,5
Διαφωνώ απόλυτα	17	14,5	14,5	100,0
Σύνολο	117	100,0	100,0	

Στον Πίνακα 37 καταγράφεται το ότι οι άνδρες μπορεί να έχουν περισσότερα τυπικά προσόντα από μία γυναίκα για την απόκτηση θέσης manager ως μία στερεοτυπική αντίληψη κατά την οποία οι ερωτηθέντες του ομίλου συμφωνούν μόνο κατά το 14,5% με το 61,5% να «Διαφωνεί» και να «Διαφωνεί απόλυτα».

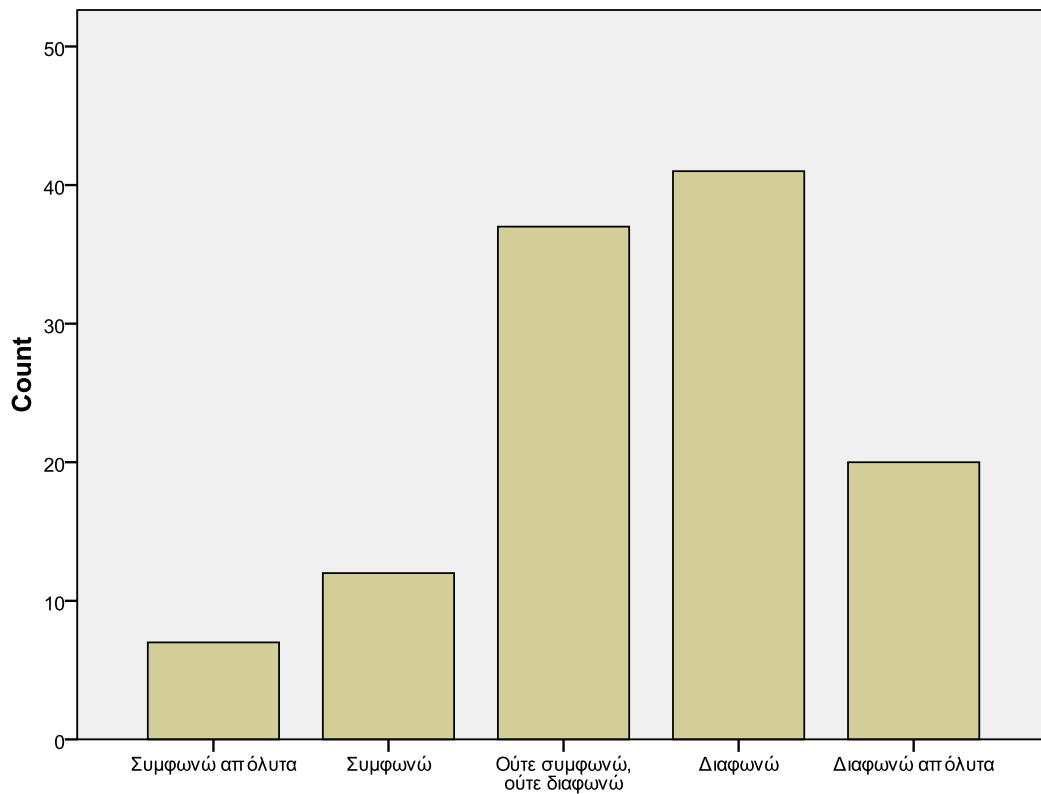


**Ένας άνδρας μπορεί να έχει περισσότερα τυπικά προσόντα από μία γυναίκα για την απόκτηση θέσης manager.**

**Πίνακας 38: Η γυναίκα manager μιας επιχείρησης δεν μπορεί να είναι και καλή μητέρα**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Συμφωνώ απόλυτα	7	6,0	6,0	6,0
Συμφωνώ	12	10,3	10,3	16,2
Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	37	31,6	31,6	47,9
Διαφωνώ	41	35,0	35,0	82,9
Διαφωνώ απόλυτα	20	17,1	17,1	100,0
Σύνολο	117	100,0	100,0	

Η στερεοτυπική αντίληψη ότι μία γυναίκα σε θέση manager δεν μπορεί να είναι και καλή μητέρα βρίσκει αντίθετους το 52,1% και σύμφωνους μόνο το 16,3% των ερωτηθέντων όπως καταγράφονται από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων του ομίλου στον Πίνακα 38.

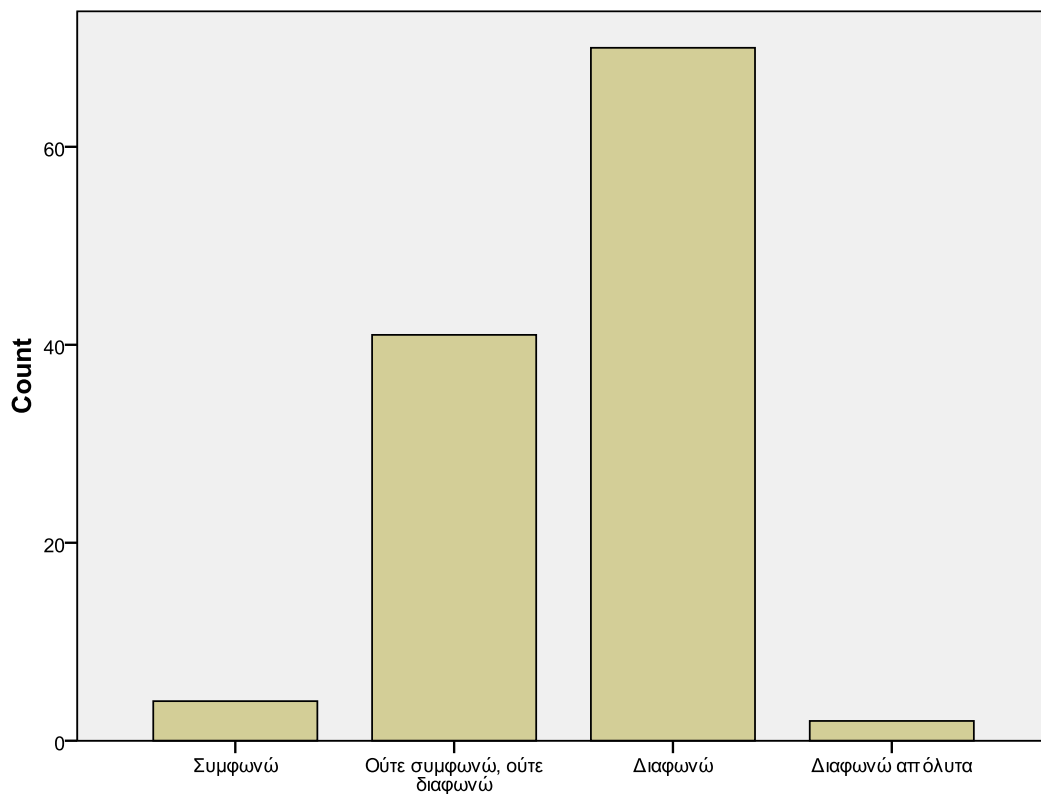


**Η γυναίκα manager μιας επιχείρησης δεν μπορεί να είναι και καλή μητέρα.**

**Πίνακας 39: Οι γυναίκες δεν επιθυμούν ιδιαίτερα να βρεθούν σε θέση manager**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Συμφωνώ	4	3,4	3,4	3,4
Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	41	35,0	35,0	38,5
Διαφωνώ	70	59,8	59,8	98,3
Διαφωνώ απόλυτα	2	1,7	1,7	100,0
Σύνολο	117	100,0	100,0	

Το εάν οι γυναίκες δεν επιθυμούν ιδιαίτερα να βρεθούν σε θέση manager βρίσκει αντίθετους τους ερωτηθέντες του ομίλου σε 61,5% μέσω των απαντήσεων «Διαφωνώ» και «Διαφωνώ απόλυτα» στον Πίνακα 39.

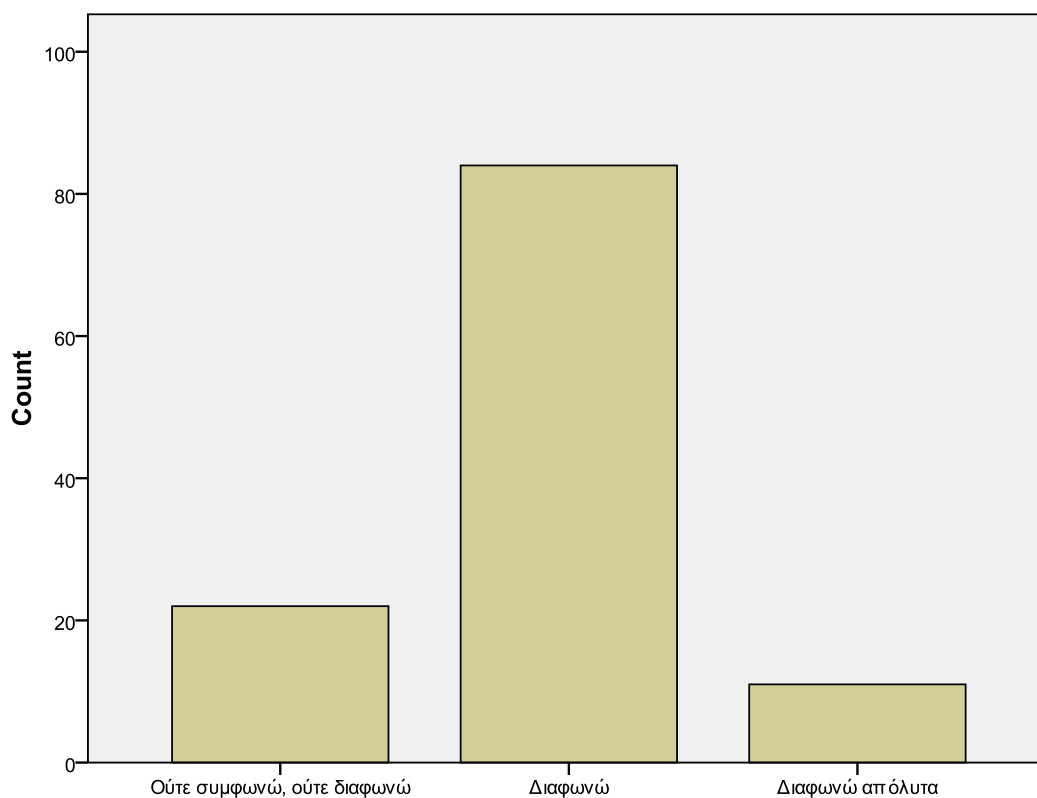


**Οι γυναίκες δεν επιθυμούν ιδιαίτερα να βρεθούν σε θέση manager.**

**Πίνακας 40: Οι γυναίκες δεν γνωρίζουν πώς να ανέβουν την ιεραρχική κλίμακα**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	22	18,8	18,8	18,8
Διαφωνώ	84	71,8	71,8	90,6
Διαφωνώ απόλυτα	11	9,4	9,4	100,0
Σύνολο	117	100,0	100,0	

Στον Πίνακα 40 δεν υπάρχουν σύμφωνες απαντήσεις στην στερεοτυπική ερώτηση του ότι οι γυναίκες δεν γνωρίζουν πώς να ανέβουν την ιεραρχική κλίμακα με αποτέλεσμα οι απαντήσεις «Διαφωνώ» και «Διαφωνώ απόλυτα να αγγίζουν το 81,2%.

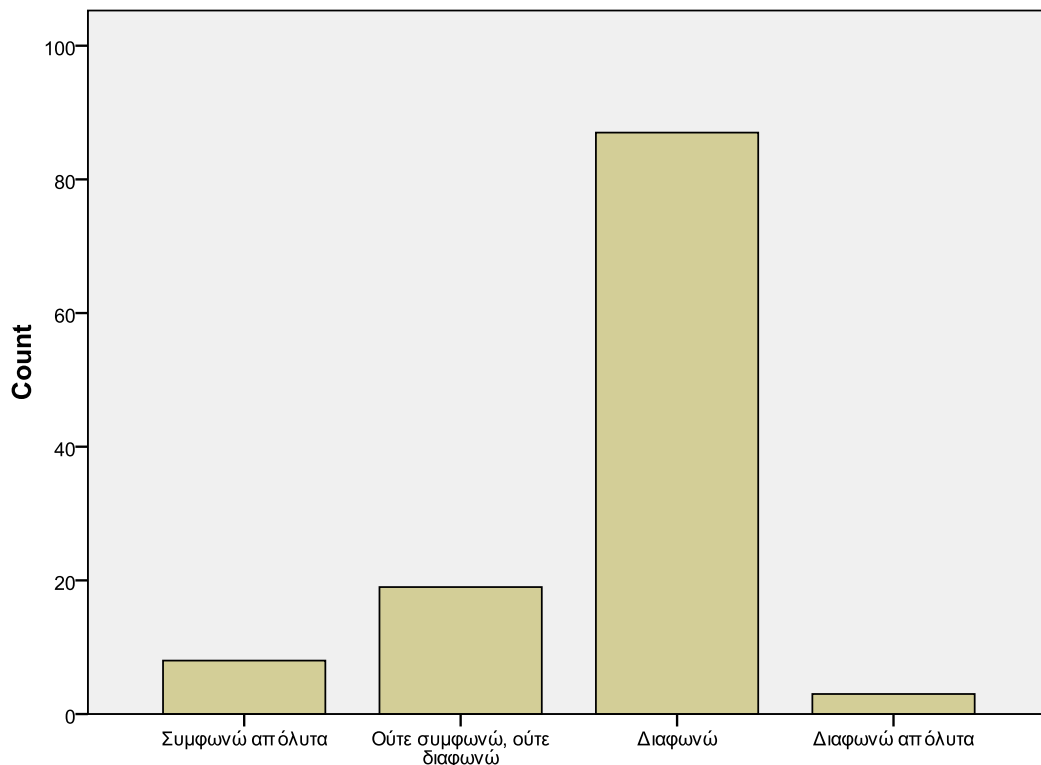


**Οι γυναίκες δεν γνωρίζουν πώς να ανέβουν την ιεραρχική κλίμακα.**

**Πίνακας 41: Οι γυναίκες δεν ξέρουν πώς να αντιμετωπίζουν τον κίνδυνο και έτσι αναλαμβάνουν λιγότερο ρίσκο σε διοικητικές θέσεις**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Συμφωνώ απόλυτα	8	6,8	6,8	6,8
Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	19	16,2	16,2	23,1
Διαφωνώ	87	74,4	74,4	97,4
Διαφωνώ απόλυτα	3	2,6	2,6	100,0
Σύνολο	117	100,0	100,0	

Η ανάληψη λιγότερου ρίσκου σε διοικητικές θέσεις από τις γυναίκες λόγω του ότι δεν ξέρουν πώς να αντιμετωπίζουν τον κίνδυνο, αν και βρίσκει το 6,8% των ερωτηθέντων απολύτως σύμφωνους, βρίσκει παράλληλα το μεγάλο ποσοστό 77% εκ του συνόλου να δηλώνει πως «Διαφωνεί» ή «Διαφωνεί απόλυτα». Έτσι καταγράφεται η αντίδραση των ερωτηθέντων σε αυτή την στερεοτυπική αντίληψη στον Πίνακα 42.

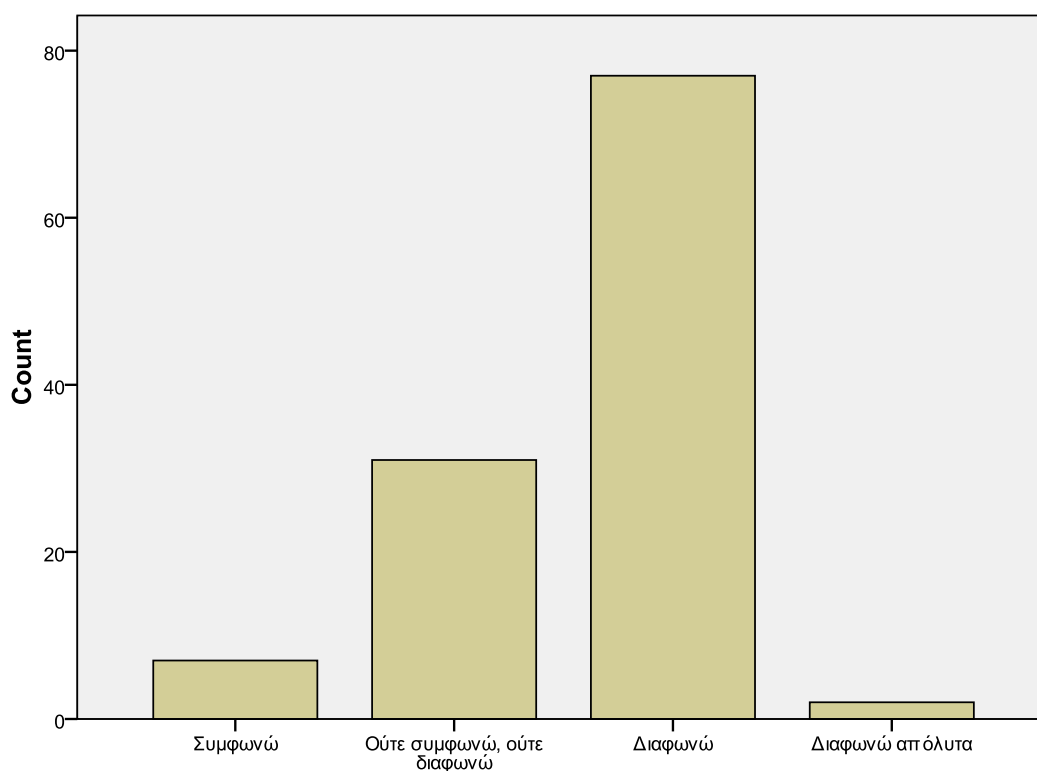


**Οι γυναίκες δεν ξέρουν πώς να αντιμετωπίζουν τον κίνδυνο και έτσι αναλαμβάνουν λιγότερο ρίσκο σε διοικητικές θέσεις.**

**Πίνακας 42: Η γυναίκα manager τείνει να χάνει την θηλυκότητά της μέσω ενός αυστηρού και κάπως ανδρικού στυλ ένδυσης**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Συμφωνώ	7	6,0	6,0	6,0
Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	31	26,5	26,5	32,5
Διαφωνώ	77	65,8	65,8	98,3
Διαφωνώ απόλυτα	2	1,7	1,7	100,0
Σύνολο	117	100,0	100,0	

Τέλος, στον Πίνακα 42 που αναφέρεται και στην τελευταία ερώτηση του δεύτερου στόχου του ερωτηματολογίου αναφορικά με την ύπαρξη εμποδίων λόγω στερεοτυπικών αντιλήψεων καταγράφεται ότι μόνο 6% των ερωτηθέντων συμφωνούν με την αντίληψη ότι η γυναίκα manager τείνει να χάνει την θηλυκότητά της μέσω ενός αυστηρού και κάπως ανδρικού στυλ ένδυσης.



**Η γυναίκα manager τείνει να χάνει την θηλυκότητά της μέσω ενός αυστηρού και κάπως ανδρικού στυλ ένδυσης.**

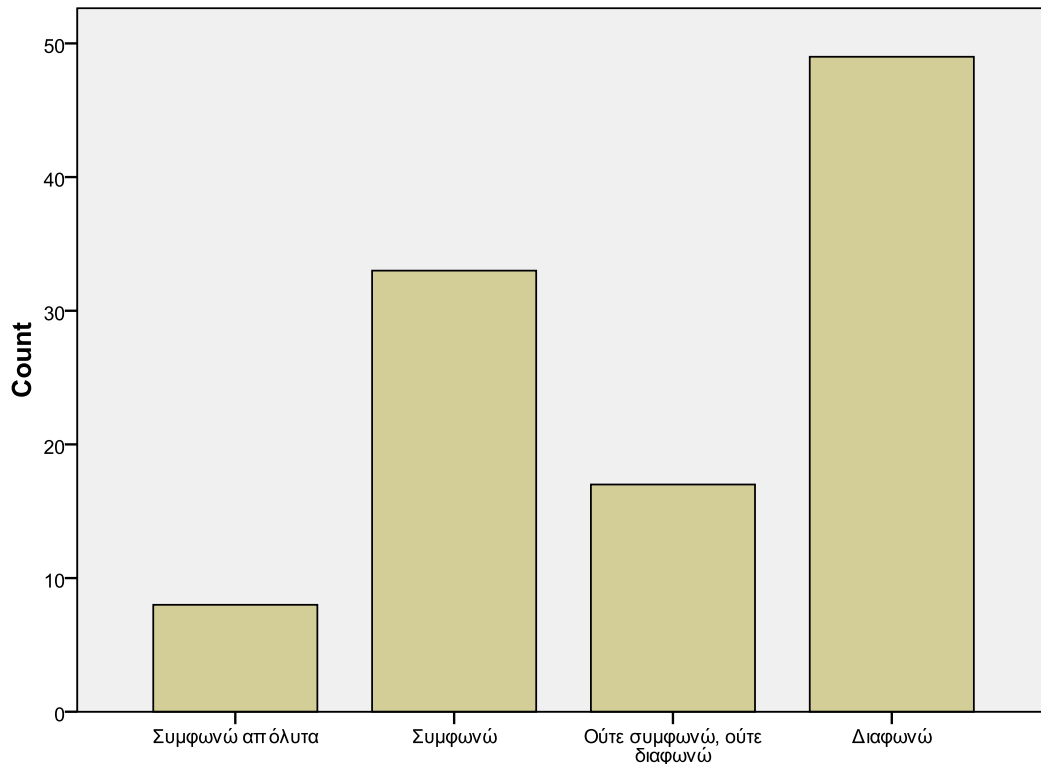
Ο τρίτος ερευνητικός στόχος διερευνά τις επιπτώσεις για τον οργανισμό από την ύπαρξη του φαινομένου της γυάλινης οροφής. Έτσι, για την προσπάθεια καταγραφής των αποτελεσμάτων από τις ερωτήσεις που αναφέρονται σε αυτόν τον στόχο ακολουθούν οι παρακάτω πίνακες 43-50.

**Πίνακας 43: Είναι σπατάλη ανθρωποδύναμης η μη απορρόφηση γυναικών σε θέσεις manager**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Συμφωνώ απόλυτα	8	6,8	7,5	7,5
Συμφωνώ	33	28,2	30,8	38,3
Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	17	14,5	15,9	54,2
Διαφωνώ	49	41,9	45,8	100,0
Σύνολο	107	91,5	100,0	
Missing System	10	8,5		
Σύνολο	117	100,0		

Στον Πίνακα 43 απαντάται η ερώτηση περί απόψεως των εργαζομένων στον όμιλο για το εάν είναι σπατάλη ανθρωποδύναμης η μη απορρόφηση γυναικών σε θέσεις manager. Μέσα από τις απαντήσεις καταλήγουμε ότι οι απόψεις διίστανται διότι το 35% συμφωνεί ενώ το 41,9% διαφωνεί με αυτήν την θέση.



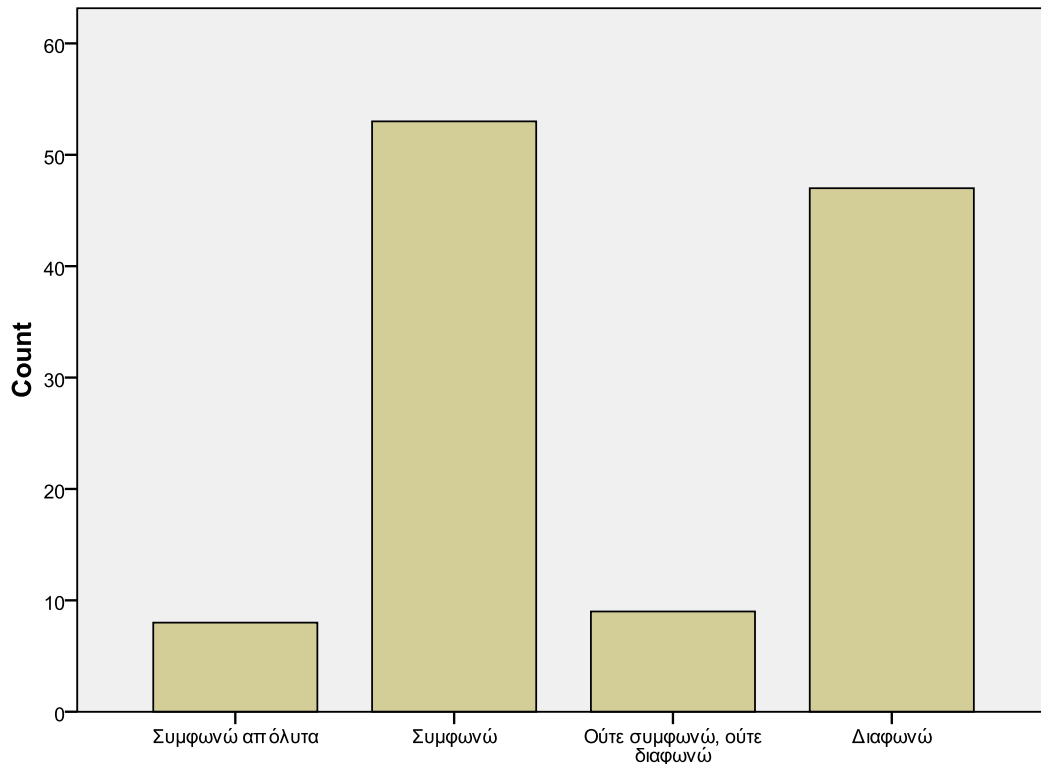


**Είναι σπατάλη ανθρωποδύναμης η μη απορρόφηση γυναικών σε θέσεις manager.**

**Πίνακας 44: Η απουσία ποικιλομορφίας σε θέσεις manager επιφέρει αρνητικές επιπτώσεις**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Συμφωνώ απόλυτα	8	6,8	6,8	6,8
Συμφωνώ	53	45,3	45,3	52,1
Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	9	7,7	7,7	59,8
Διαφωνώ	47	40,2	40,2	100,0
Σύνολο	117	100,0	100,0	

Η εμφάνιση αρνητικών επιπτώσεων είναι αποτέλεσμα της απουσίας ποικιλομορφίας σε θέσεις manager αναφέρει η ερώτηση τις οποίες οι απαντήσεις καταγράφονται στον Πίνακα 44. Η ποικιλομορφία σε αυτήν την ερώτηση αναφέρεται στην παρουσία γυναικών και ανδρών σε αντίστοιχη θέση. Το 52,1% «Συμφωνεί απόλυτα» και «Συμφωνεί» με αυτή την θέση.

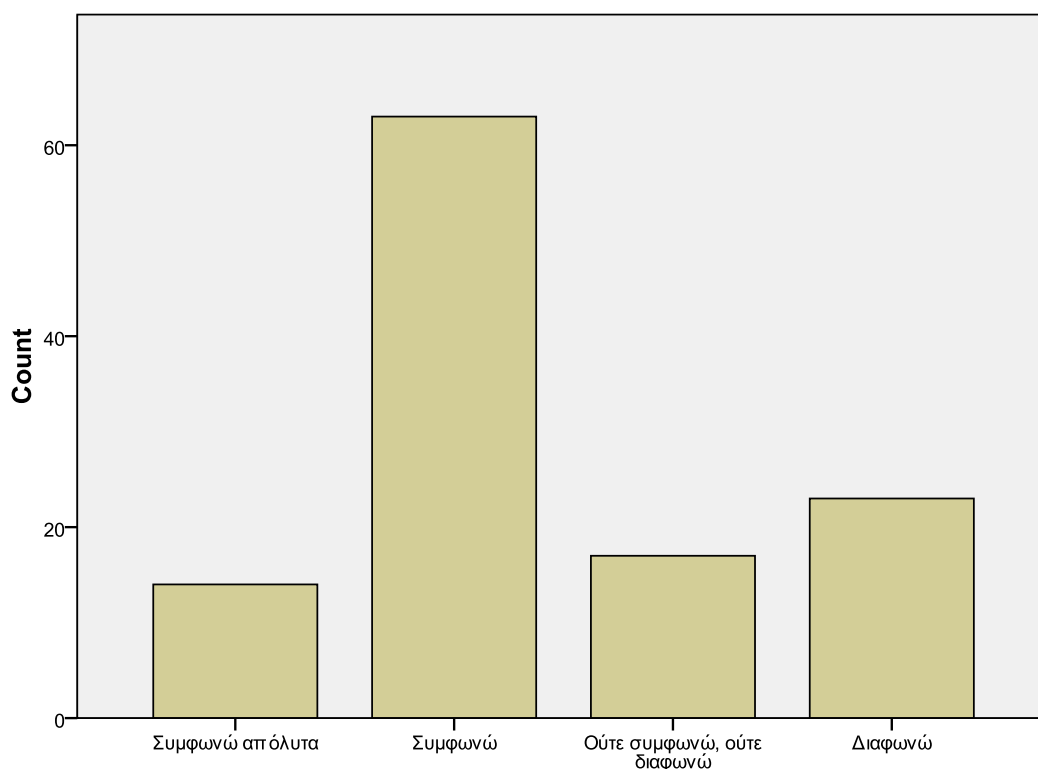


**Η απουσία ποικιλομορφίας σε θέσεις manager επιφέρει αρνητικές επιπτώσεις.**

**Πίνακας 45: Η απογοήτευση των γυναικών που μένουν στάσιμες φέρει τελικές συνέπειες στην παραγωγικότητα**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Συμφωνώ απόλυτα	14	12,0	12,0	12,0
Συμφωνώ	63	53,8	53,8	65,8
Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	17	14,5	14,5	80,3
Διαφωνώ	23	19,7	19,7	100,0
Σύνολο	117	100,0	100,0	

Στον Πίνακα 45 καταγράφονται οι απαντήσεις αναφορικά με την απογοήτευση των γυναικών που μένουν στάσιμες με αποτέλεσμα συνέπειες να καταλήγουν στην παραγωγικότητα της επιχείρησης. Η συνέπειες αυτές μετά από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων υπάρχουν στο 71,8% εκ του συνόλου.

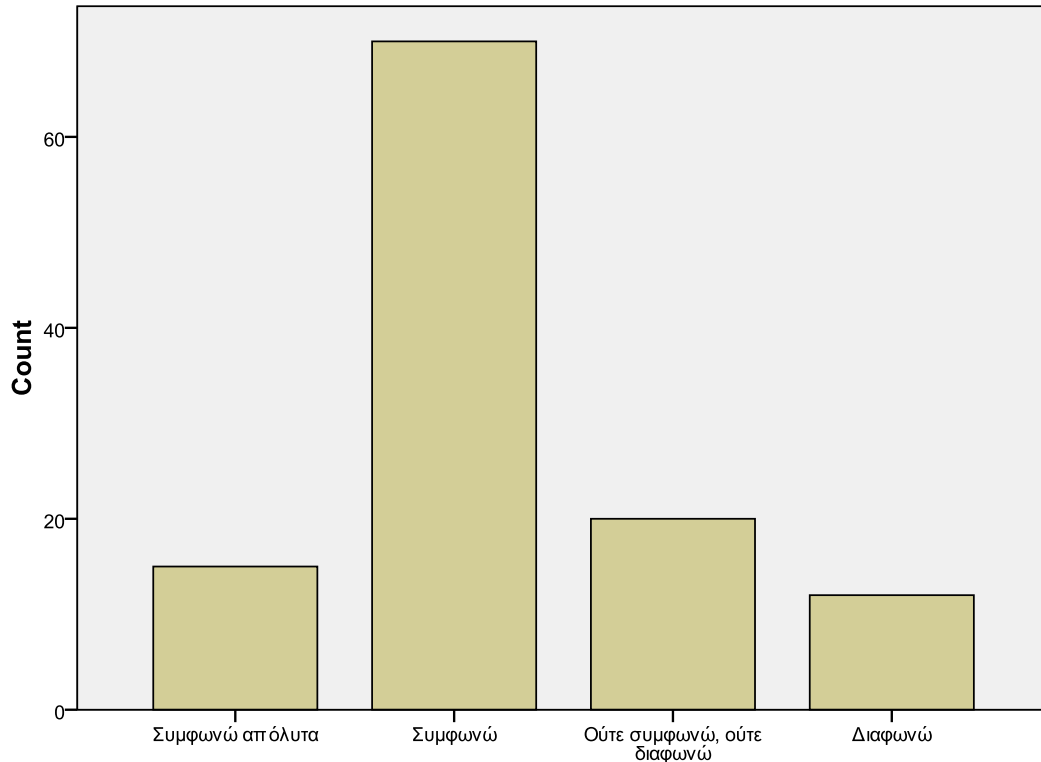


**Η απογοήτευση των γυναικών που μένουν στάσιμες φέρει τελικές συνέπειες στην παραγωγικότητα.**

**Πίνακας 46: Ο μειωμένος αριθμός γυναικών σε θέσεις manager στερεί από την επιχείρηση μια πολύτιμη πηγή νέου ταλέντου**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Συμφωνώ απόλυτα	15	12,8	12,8	12,8
Συμφωνώ	70	59,8	59,8	72,6
Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	20	17,1	17,1	89,7
Διαφωνώ	12	10,3	10,3	100,0
Σύνολο	117	100,0	100,0	

Εν συνεχεία οι ερωτηθέντες απάντησαν στην ερώτηση του Πίνακα 46 στο εάν συμφωνούν με το ότι ο μειωμένος αριθμός γυναικών σε θέσεις manager στερεί από την επιχείρηση μια πολύτιμη πηγή νέου ταλέντου. Έτσι, απαντήθηκε ότι «Συμφωνούν» και «Συμφωνούν απόλυτα» με αυτή τη θέση το μεγάλο ποσοστό του 72,6% εκ των ερωτηθέντων.

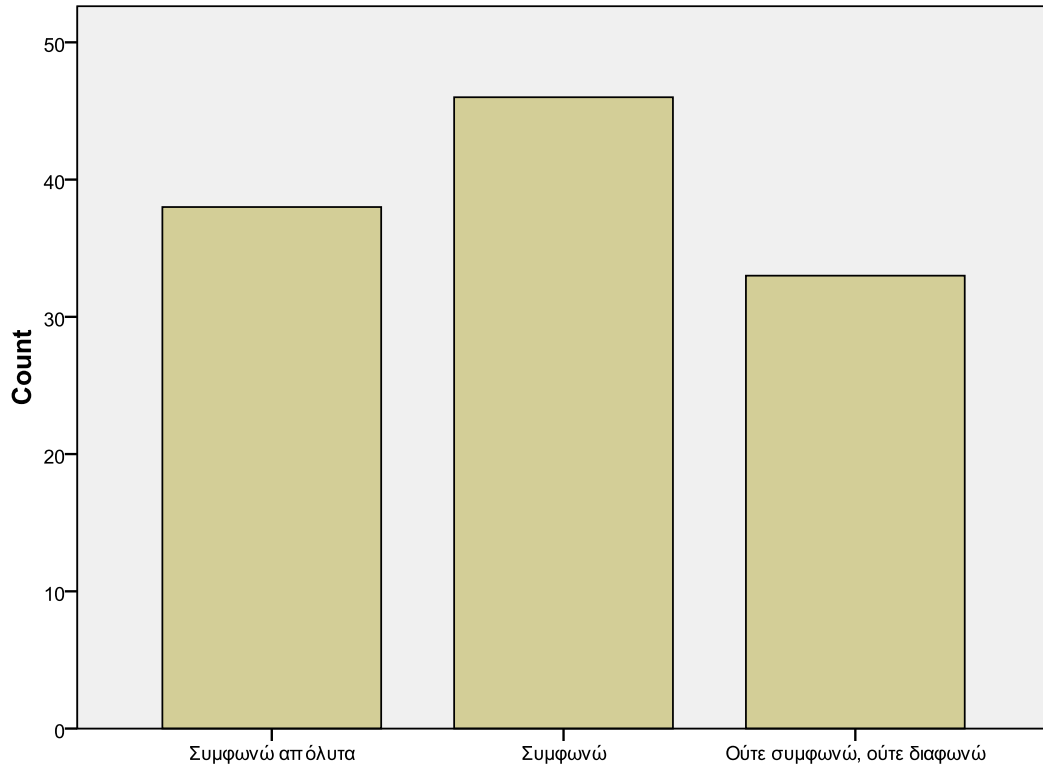


**Ο μειωμένος αριθμός γυναικών σε θέσεις manager στερεί από την επιχείρηση μια πολύτιμη πηγή νέου ταλέντου.**

**Πίνακας 47: Η ισότιμη εκπροσώπηση των φύλων στη διαδικασία λήψης αποφάσεων αποφέρει σπουδαία οφέλη**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Συμφωνώ απόλυτα	38	32,5	32,5	32,5
Συμφωνώ	46	39,3	39,3	71,8
Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	33	28,2	28,2	100,0
Σύνολο	117	100,0	100,0	

Στον Πίνακα 47 βλέπουμε ότι δεν διαφωνεί κανένας εκ των ερωτηθέντων στην θέση ότι η ισότιμη εκπροσώπηση των φύλων στη διαδικασία λήψης αποφάσεων αποφέρει σπουδαία οφέλη.

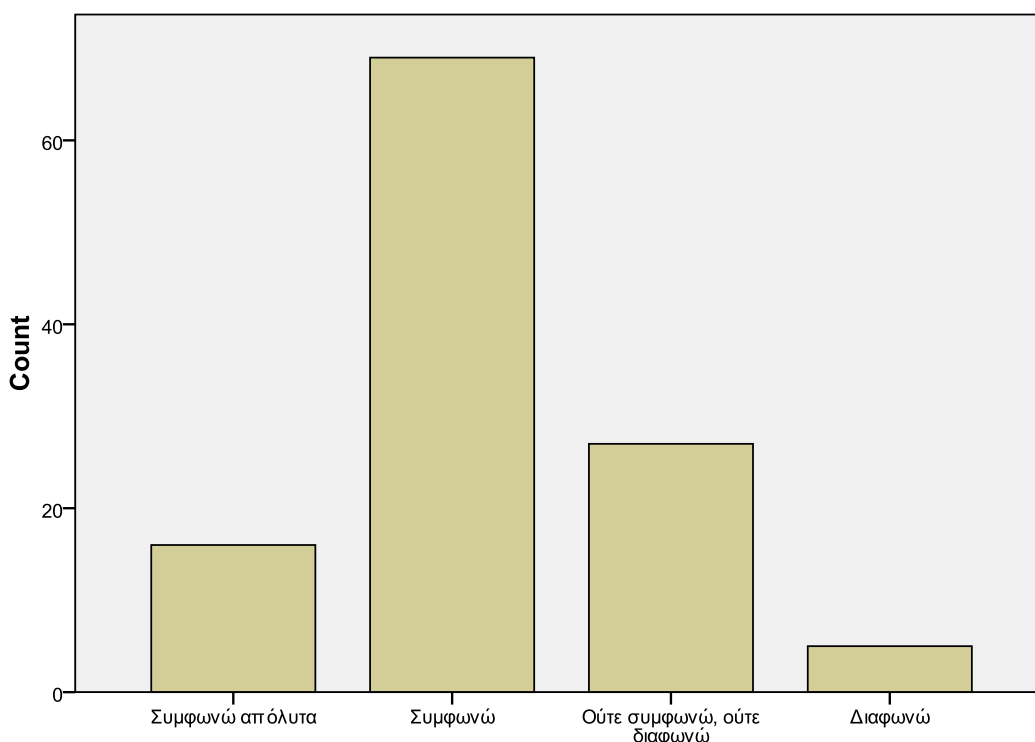


**Η ισότιμη εκπροσώπηση των φύλων στη διαδικασία λήψης αποφάσεων  
αποφέρει σπουδαία οφέλη.**

**Πίνακας 48: Η παρουσία περισσότερων γυναικών σε διευθυντικές θέσεις μπορεί να συμβάλλει στη δημιουργία ενός καινοτόμου περιβάλλοντος μεγιστοποιώντας τις επιχειρηματικές επιδόσεις**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Συμφωνώ απόλυτα	16	13,7	13,7	13,7
Συμφωνώ	69	59,0	59,0	72,6
Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	27	23,1	23,1	95,7
Διαφωνώ	5	4,3	4,3	100,0
Σύνολο	117	100,0	100,0	

Η ύπαρξη επιπτώσεων για τον οργανισμό από την ύπαρξη του φαινομένου της γυάλινης οροφής διερευνάται και με την θέση του πίνακα 48. Πιο συγκεκριμένα, οι περισσότεροι εκ των ερωτηθέντων «Συμφωνούν» ή «Συμφωνούν απόλυτα» (72,7%) ότι η παρουσία περισσότερων γυναικών σε διευθυντικές θέσεις μπορεί να συμβάλλει στη δημιουργία ενός καινοτόμου περιβάλλοντος μεγιστοποιώντας τις επιχειρηματικές επιδόσεις.

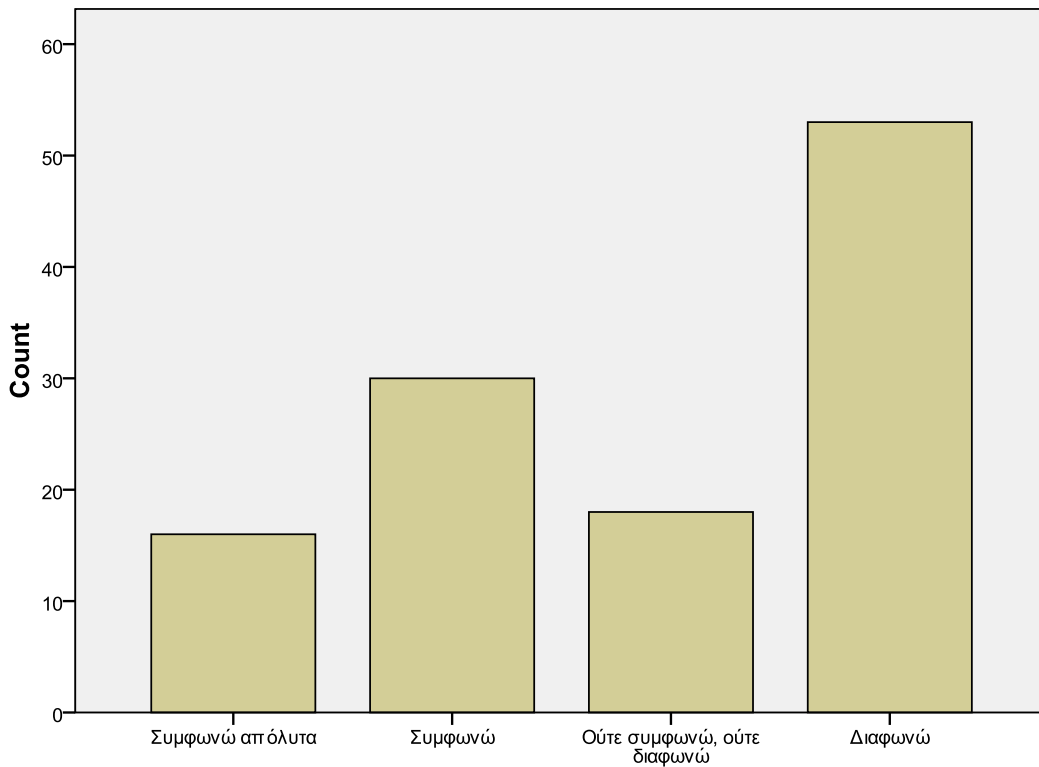


**Η παρουσία περισσότερων γυναικών σε διευθυντικές θέσεις μπορεί να συμβάλλει στη δημιουργία ενός καινοτόμου περιβάλλοντος μεγιστοποιώντας τις επιχειρηματικές επιδόσεις.**

**Πίνακας 49: Η γυναικεία υποεκπροσώπηση εκφράζει την άνιση μεταχείριση στην εργασία**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Συμφωνώ απόλυτα	16	13,7	13,7	13,7
Συμφωνώ	30	25,6	25,6	39,3
Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	18	15,4	15,4	54,7
Διαφωνώ	53	45,3	45,3	100,0
Σύνολο	117	100,0	100,0	

Στην θέση ότι η γυναικεία υποεκπροσώπηση εκφράζει την άνιση μεταχείριση στην εργασία φέρει του ερωτηθέντες να διαφωνούν κατά 45,3% στον Πίνακα 49.

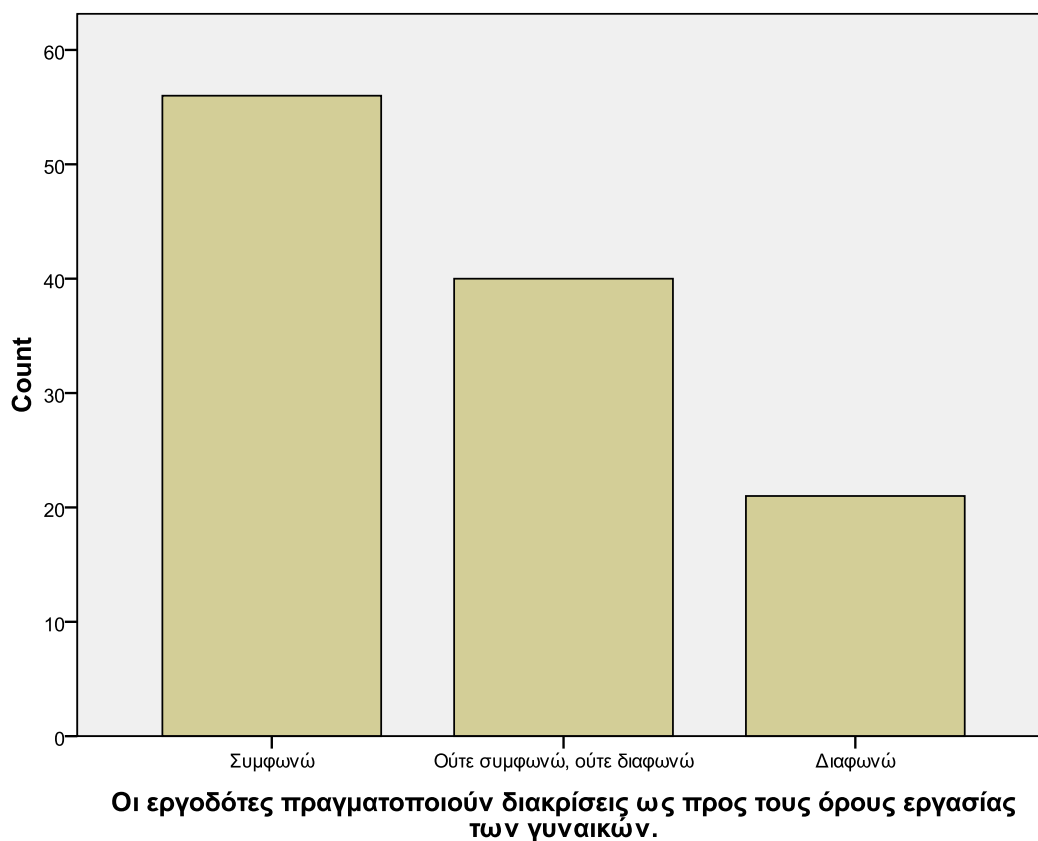


**Η γυναικεία υποεκπροσώπηση εκφράζει την άνιση μεταχείριση στην εργασία.**

**Πίνακας 50: Οι εργοδότες πραγματοποιούν διακρίσεις ως προς τους όρους εργασίας των γυναικών**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Συμφωνώ	56	47,9	47,9	47,9
Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	40	34,2	34,2	82,1
Διαφωνώ	21	17,9	17,9	100,0
Σύνολο	117	100,0	100,0	

Τέλος, η θέση του ότι οι εργοδότες πραγματοποιούν διακρίσεις ως προς τους όρους εργασίας των γυναικών φέρει τους ερωτηθέντες σε εντονότερη συμφωνία (47,9%) παρά σε διαφωνία (17,9%).





## **6: Εξαγωγή Συμπερασμάτων**

### **6.1: Συζήτηση (ερμηνεία των ευρημάτων και σύνδεση τους με την θεωρία)**

Το φαινόμενο της γυάλινης οροφής είναι ένας όρος που χρησιμοποιείται εδώ και δεκαετίες και αναφέρεται στο αόρατο εμπόδιο μπροστά από τις γυναίκες που επιδιώκουν να κινηθούν προς τα επάνω στις οργανωτικές ιεραρχίες (Powell, 2012). Στα πλαίσια της παρούσας εργασίας γίνεται έρευνα για την γυναικεία εκπροσώπηση ως έκφραση άνισης μεταχείρισης στον χώρο εργασίας εντός ενός ομίλου εμπορίας αυτοκινήτων.

Κατά την επεξεργασία του ερευνητικού μέρους της εργασίας αυτής παρουσιάστηκαν τρεις ερευνητικοί στόχοι με κύριο θέμα την αποδοχή των managers ανάλογα από το φύλο τους, την αναζήτηση της πιθανής ύπαρξης εμποδίων που σχετίζεται με τη θέση των γυναικών και την αναζήτηση των πιθανών επιπτώσεων που δημιουργεί το φαινόμενο της γυάλινης οροφής στον οργανισμό αυτόν. Όπως αναφέρεται στη βιβλιογραφία, το φαινόμενο της γυάλινης οροφής έχει απασχολήσει αρκετούς ερευνητές και ιδιαίτερα στο τομέα της εκπαίδευσης. Βασιζόμενοι σε αυτό η παρούσα ερευνητική μελέτη πραγματοποιήθηκε με στόχο την καταγραφή των απόψεων των εργαζομένων ενός ομίλου εμπορίας αυτοκινήτου, έρευνα που δεν έχει προηγηθεί ποτέ.

Αναφορικά με τη μεθοδολογική προσέγγιση, έγινε επιλογή της ποσοτικής μεθοδολογίας ώστε να επικεντρωθούμε στη διερεύνηση συγκεκριμένων θεμάτων μέσω ερωτήσεων κλειστού τύπου. Ειδικότερα διανεμήθηκαν ερωτηματολόγια που εκτός από τα δημογραφικά στοιχεία των ερωτηθέντων περιελάμβαναν και τρεις κατηγορίες ερωτήσεων, δομημένες βάσει ερευνητικών στόχων.

Αναλυτικότερα ως προς τα χαρακτηριστικά του δείγματος των εργαζομένων/ερωτηθέντων, οι ηλικίες τους κυμαίνονται από <30 έως και 50. Οι εργαζόμενοι στην πλειοψηφία τους είναι έγγαμοι (53,8%). Από τις 17 γυναίκες που ήταν παντρεμένες, οι 11 έχουν παιδιά. Όσον αφορά το εκπαιδευτικό υπόβαθρο των εργαζομένων, η πλειοψηφία αυτών έχουν αποφοιτήσει από ΑΕΙ/ΤΕΙ (50,4%), ενώ αρκετοί δήλωσαν επίσης ότι έχουν αποκτήσει μεταπτυχιακό τίτλο σπουδών (13,7%).

Στη συνέχεια παρουσιάζονται συνοπτικά τα αποτελέσματα της έρευνας και τα συμπεράσματα που προκύπτουν βάσει των αξόνων διερεύνησης και των επιμέρους ερευνητικών ερωτημάτων. Ο πρώτος άξονας διερεύνησης σχετίζεται με την αποδοχή ή μη αποδοχή των γυναικών σε διευθυντικές θέσεις. Μεγάλο ποσοστό (43,5%) αδιαφορεί για το φύλο του manager του σε μία μέλλουσα εργασία του. Παρόλα αυτά γίνεται έλεγχος υποθέσεων και καταλήγουμε στην αποδοχή των γυναικών σε διευθυντικές θέσεις από τους εργαζομένους αυτού του ομίλου, στην ύπαρξη στερεοτυπικών αντιλήψεων που όμως δεν προκαλούν ιδιαίτερα εμπόδια στην ανέλιξη των γυναικών σε θέσεις διοικητικές και τέλος στην μη ιδιαίτερη παρουσία επιπτώσεων από την ύπαρξη του φαινομένου της γυάλινης οροφής.

Οι ερωτηθέντες σχετικά με την πρώτη ερευνητική υπόθεση που αφορούσε την αποδοχή των γυναικών σε διευθυντικές θέσεις του ομίλου δεν διαφώνησε καθόλου στην προσφορά ίσων ευκαιριών συμμετοχής σε θέσεις manager και στα δύο φύλα, αποδέχονται απόλυτα ή απλώς αποδέχονται τον συναγωνισμό των γυναικών προς τους άνδρες για την κατάκτηση των υψηλών θέσεων (78,6%). Το 49,6% δηλώνει ως μεγαλύτερο ποσοστό απαντήσεων πως οι γυναίκες ως managers δεν είναι πιο συναισθηματικές από τους άνδρες όπως επίσης διαφωνούν ή διαφωνούν απόλυτα (34,2%) στο ότι οι γυναίκες manager είναι πιο αναποφάσιστες. Οι μέχρι τώρα απαντήσεις δίνουν ψήφο εμπιστοσύνης στη γυναίκα σε διοικητική θέση. Εν συνεχεία, την άποψη ότι οι γυναίκες δεν θα πρέπει να υπερέχουν σε θέσεις manager την συμερίζεται απόλυτα μόνο το 5,1% του συνόλου των ερωτηθέντων. Με ποσοστό που ξεπερνά το 63% οι ερωτηθέντες δηλώνουν ότι «Διαφωνούν» και «Διαφωνούν Απόλυτα» με αυτή τη θέση γεγονός που εξακολουθεί να παρουσιάζει την άποψη ότι οι ερωτηθέντες αποδέχονται τις γυναίκες σε διευθυντικές θέσεις. Η τελευταία ερώτηση αυτής της υπόθεσης αναφέρεται στο ότι οι γυναίκες τα καταφέρνουν καλύτερα σε άλλους τομείς παρά στον τομέα της διοίκησης. Μόνο 7 εκ των 117 ατόμων συμφωνούν απόλυτα με αυτή τη θέση, με παραπάνω από τους μισούς εκ του συνόλου (52,1%) να μην δηλώνουν συγκεκριμένη άποψη απαντώντας «Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ». Από τις απαντήσεις παρουσιάζεται ότι μεγάλο ποσοστό (41,9%) των ερωτηθέντων διαφωνούν και συγχρόνως με το μικρό ποσοστό των ατόμων που

«Συμφωνούν» και «Συμφωνούν απόλυτα» (6%) ότι οι γυναίκες μπορούν να τα καταφέρουν καλά σε διάφορους τομείς όπως και στον οποίο τομέα διοίκησης. Συμπερασματικά, οι γυναίκες σε θέσεις διοίκησης είναι αποδεκτές από τους εργαζομένους του συγκεκριμένου ομίλου.

Για την δεύτερη ερευνητική υπόθεση δηλαδή την διερεύνηση των εμποδίων που προκαλούν οι στερεοτυπικές αντιλήψεις στην ανέλιξη των γυναικών, τα αποτελέσματα έχουν ως εξής:

-Εξαιρώντας τις απαντήσεις «ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ» που κάλυψαν το 53%, μόνο το 13,7% συμφωνεί στο ότι οι άνδρες είναι καλύτεροι managers μιας επιχείρησης. Η λογική των ανδρών manager δεν υπερτερεί αυτή των γυναικών (54,8%) σε συνδυασμό με μόνο το 10,3% να «Συμφωνεί» για το αντίθετο. Παράλληλα, η ικανότητα των ανδρών και των γυναικών ως manager στη λήψη σοβαρών αποφάσεων θεωρείται από τους ερωτηθέντες ότι δεν διαφέρει (43,6%: «Διαφωνώ» και «Διαφωνώ απόλυτα»). Επίσης, το 71,8% διαφωνεί ότι το management μιας επιχείρησης είναι πιο εύκολο για τους άνδρες.

-Δεν συμφωνεί κανείς ότι οι γυναίκες ως managers δεν έχουν συνηθίσει να διοικούν επιτυχημένα ενώ αντίθετα διαφωνούν έντονα (88%) στη θέση ότι οι γυναίκες ως managers δεν θέλουν να αναλαμβάνουν ευθύνες. Έντονη διαφωνία καταγράφεται και στην παρουσία έλλειψης προσαρμογής των γυναικών στις απαιτήσεις θέσεως manager (77,7%).

-Η στερεοτυπική αντίληψη που θέλει τις γυναίκες να χρειάζεται να χρησιμοποιήσουν τη θηλυκότητα τους ώστε να βρεθούν σε θέση manager δεν βρίσκει σύμφωνο κανέναν, με το 86,4% να «Διαφωνεί» ή να «Διαφωνεί απόλυτα».

-Στερεοτυπική αντίληψη περί καλύτερης διαπαιδαγώγησης των παιδιών της μίας γυναίκας που δεν εργάζεται σε θέση manager βρίσκει σύμφωνους (37,6%) λιγότερους εργαζομένους από ότι όσοι είναι εκείνοι που διαφωνούν (48,7%). Το στερεότυπο της γυναίκας manager που δεν μπορεί να είναι και καλή μητέρα βρίσκει αντίθετους το 52,1% και σύμφωνους μόνο το 16,3% των ερωτηθέντων. Επίσης έντονη διαφωνία καταγράφεται αναφορικά με τη θέση ότι οι γυναίκες δεν επιθυμούν ιδιαίτερα να βρεθούν σε θέση manager (61.5%).

Η αρνητική αντίδραση σε αυτή τη θέση συνάδει και με την αρνητική αντίδραση (Διαφωνία) με τη θέση ότι οι γυναίκες δεν γνωρίζουν πώς να ανέβουν την ιεραρχική κλίμακα (81,2%) καθώς επίσης και με τη θέση ότι γυναίκες δεν ξέρουν πώς να αντιμετωπίζουν τον κίνδυνο και έτσι αναλαμβάνουν λιγότερο ρίσκο σε διοικητικές θέσεις (77%).

-Πληθώρα περισσότερων τυπικών προσόντων ενός άντρα από μία γυναίκα για την απόκτηση θέσης manager, βρίσκει ως θέση το 61,5% να μην το στηρίζει.

-Η στερεοτυπική αντίληψη της μείωσης θηλυκότητας μίας γυναίκας manager μέσω ενός αυστηρού και κάπως ανδρικού στυλ ένδυσης βρίσκει σύμφωνο μόνο το 6% των ερωτηθέντων με αντίθετο το 67,4%.

Συμπερασματικά, εάν και υπάρχουν βασικές στερεότυπες αντιλήψεις και μεταξύ των εργαζομένων του συγκεκριμένου ομίλου, δεν γίνονται αποδεκτές από το μεγαλύτερο μέρος αυτών των εργαζομένων.

Για την τρίτη ερευνητική υπόθεση που αφορά την διερεύνηση των επιπτώσεων για τον όμιλο από την ύπαρξη του φαινομένου της γυάλινης οροφής δεν λαμβάνουμε για όλες τις ερωτήσεις ξεκάθαρες απαντήσεις. Για παράδειγμα είναι μικρή η διαφορά όσων πιστεύουν ότι δεν είναι σπατάλη ανθρωποδύναμης η μη απορρόφηση γυναικών σε θέσεις διοίκησης (41,9%) και όσων πιστεύουν στο αντίθετο (35%).

Παράλληλα, η συμφωνία με την θέση ότι η απουσία ποικιλομορφίας σε θέμα φύλου σε θέση manager επιφέρει αρνητικές επιπτώσεις βρίσκει σύμφωνους το 52,1%. Η απογοήτευση των γυναικών όταν μένουν στάσιμες στην εργασία τους καταγράφεται στην παραγωγικότητα ως βασική συνέπεια για το 71,8% του συνόλου των ερωτηθέντων. Όπως επίσης συνέπεια είναι και ο μειωμένος αριθμός γυναικών σε διοικητικές θέσεις λόγω του ότι στερείται από την επιχείρηση μία πολύτιμη πηγή νέου ταλέντου (72,6% «Συμφωνεί» και «Συμφωνεί απόλυτα»).

Μέσω της παρουσίας του φαινομένου της γυάλινης οροφής και κατά την περίπτωση που δεν εκπροσωπούνται και τα δύο φύλα στη διαδικασία λήψης αποφάσεων του ομίλου, θεωρείται από τους ερωτηθέντες η αντίστοιχη

κατάσταση αποφέρει συνέπειες στον όμιλο. Πιο συγκεκριμένα η ισότιμη εκπροσώπηση αποφέρει σπουδαία οφέλη (71,8%).

Μία ακόμη συνέπεια που όντως παρατηρείται από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων αναφορικά με το φαινόμενο της γυάλινης οροφής είναι ότι η απουσία γυναικών manager συμβάλλει στη μη δημιουργία ενός καινοτόμου περιβάλλοντος χωρίς τη μεγιστοποίηση επιχειρηματικών επιδόσεων. Τέλος, καταγράφεται συμφωνία (47,9%) παρά διαφωνία (17,9%) στο ότι οι εργοδότες πραγματοποιούν διακρίσεις ως προς τους όρους εργασίας των γυναικών.

Συμπερασματικά, η ψαλίδα των απαντήσεων δεν είναι ιδιαίτερα μεγάλη εκτός από μερικές περιπτώσεις γεγονός που συνάδει στην άποψη ότι στον συγκεκριμένο όμιλο, κατανοούν τα προβλήματα που επιφέρει το φαινόμενο της γυάλινης οροφής.

Επειδή η έρευνα έχει μικρή εμβέλεια, τα συμπεράσματα δεν μπορούμε να τα γενικεύσουμε, στην προσπάθεια όμως ερμηνείας τους ακολουθεί και η συσχέτιση με την βιβλιογραφία. Σύμφωνα με την παραπάνω παρουσίαση και ανάλυση των αποτελεσμάτων των ερωτηματολογίων που ελέχθησαν συμπεραίνουμε ότι στον συγκεκριμένο όμιλο εμπορίας αυτοκινήτων οι γυναίκες έχουν τις ίδιες δυνατότητες εξέλιξης με τους άντρες, υπάρχει δηλαδή γενικότερα αποδοχή αυτών των γυναικών από τους εργαζομένους του συγκεκριμένου ομίλου για θέσεις διοίκησης. Άρα το φαινόμενο της γυάλινης οροφής δεν καταγράφεται με την ολοκλήρωση του πρώτου ερευνητικού στόχου, ο όμιλος δεν αντιμετωπίζει δυσκολίες σχετικά με την αποδοχή των γυναικών σε διευθυντικές θέσεις του ομίλου. Δεν καταγράφεται ο απόλυτος επαγγελματικός διαχωρισμός που αναφέρει ο Ντερμανάκης (2005) δηλαδή η συγκέντρωση των αντρών και των γυναικών σε διαφορετικά τμήματα όπως είναι αυτό το τμήμα της διοίκησης.

Οι στερεοτυπικές αντιλήψεις περί φύλου και ηγεσίας ακολουθούν την βιβλιογραφία εδώ και αρκετές δεκαετίες, η αποτύπωσή τους στη μνήμη των ανθρώπων είναι πολύ εύκολη και η αντιστροφή αυτής της εικόνας, ιδιαίτερα και μέσα από τα ΜΜΕ είναι αρκετά δύσκολη εργασία (Τσαούση, 2006). Παράλληλα, το διοικητικό στερεότυπο όπου ο διοικητής είναι και απαραίτητα άντρας ακολουθεί επίσης χρόνια της θέσεις ηγεσίας σε οργανισμούς, ομίλους,

επιχειρήσεις κτλ (Gill, 2003). Στην περίπτωση της ερευνάς μας εάν και υπάρχουν βασικές στερεότυπες αντιλήψεις και μεταξύ των εργαζομένων του συγκεκριμένου ομίλου, δεν γίνονται αποδεκτές από το μεγαλύτερο μέρος αυτών των εργαζομένων.

Τέλος, καταγράφεται η κατανόηση των συνεπειών του φαινομένου της γυάλινης οροφής από τους εργαζομένους του ομίλου ως αποτέλεσμα πιθανής ενημέρωσης εκ της διευθύνσεως, της ίσης αντιμετώπισης όλων των εργαζομένων ανεξαρτήτου φύλου κ.ά. Το φαινόμενο της γυάλινης οροφής ορίζεται σε μέγεθος συγκριτικά με το πάχος της που δυσκολεύει περισσότερο την διάτρησή της. Στον παρόντα όμιλο κατανοούμε ότι το φαινόμενο αυτό αν και υπάρχουν απαντήσεις που καταγράφουν απόψεις αρνητικές ως προς την ισότητα, την ίση αντιμετώπιση και τα ίσα δικαιώματα των δύο φύλων στον τομέα της ηγεσίας, τα γενικά συμπεράσματα καταλήγουν στο ότι είναι ένα φαινόμενο που αντιμετωπίζεται συνετά από το μεγαλύτερο μέρος των εργαζομένων του ομίλου.

## **6.2: Πρακτική εφαρμογή των αποτελεσμάτων (managerial Implications)**

Σύμφωνα με στοιχεία του Παγκοσμίου Οικονομικού Φόρουμ (2011), η χώρα μας βρίσκεται στις τελευταίες θέσεις μεταξύ των χωρών της Ε.Ε. και χαμηλά επί του συνόλου των 135 χωρών που συμμετείχαν (56<sup>η</sup> θέση) αναφορικά με τις ίσες ευκαιρίες στα δύο φύλα και τη συμμετοχή των γυναικών στην οικονομία. 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 ενός ομίλου εμπορίας αυτοκινήτων σχετικά με το φαινόμενο της γυάλινης οροφής εντός του ομίλου από την πλευρά των εργαζομένων και αναφορικά με τις ηγετικές θέσεις. Τα αποτελέσματα παρουσίασαν ένα γενικότερο αρμονικό κλίμα μεταξύ ανδρών και γυναικών προς τις ανάγκες που μπορούν να καλύψουν τα δύο φύλα σε κάποια ηγετική θέση εντός του ομίλου. Σύμφωνα με την τάση της παγκοσμιοποίησης, είναι σημαντικό να δοθεί προσοχή στην παραγωγικότητα των γυναικών ως ανθρώπινο πόρο, προκειμένου να αυξηθεί

η πνευματική βάση του συνόλου των εργαζομένων ώστε να δημιουργούνται επαρκείς, ικανοί, έμπειροι και πιστοί manager ανεξαρτήτου φύλου.

Οι οργανισμοί θα πρέπει να κατανοήσουν τα οφέλη της σημασίας του φαινομένου της γυάλινης οροφής και να παρέχουν μερικά προγράμματα ευαισθητοποίησης των υπαλλήλων τους σχετικά με τις ανισότητες μεταξύ των φύλων και γενικότερα θέματα σχετικά με το φαινόμενο της γυάλινης οροφής. Οι πρακτικές που διευκολύνουν την ισότητα των φύλων και την αφαίρεση της ύπαρξης του φαινομένου της γυάλινης οροφής, μπορεί να αυξάνει το κόστος ενός οργανισμού ή επιχείρησης όμως μακροπρόθεσμα οι επαγγελματίες θα υπερβαίνουν σίγουρα τα μειονεκτήματα αυτά. Όσο καλύτερα αντιμετωπίζεται ένας εργαζόμενος, τόσο μεγαλύτερα είναι τα κέρδη και η παραγωγικότητα εντός των οργανισμών και επιχειρήσεων. Αυτά μπορούν να επιτευχθούν με ικανοποιημένους υπαλλήλους από την δουλειά τους γεγονός που βελτιώνει την απόδοση των εργαζομένων αλλά και τελικώς την απόδοση του οργανισμού στο σύνολό του.

### **6.3: Συστάσεις (για μελλοντική έρευνα)**

Η παραπάνω έρευνα προτείνει την ευκαιρία για τους ερευνητές που ενδιαφέρονται για την περαιτέρω διερεύνηση της επίδρασης της γυάλινης οροφής στους οργανισμούς. Περισσότερη εμπειρική έρευνα είναι αναγκαία και θα ήταν ιδιαίτερα χρήσιμο να παρέχονται πιο εμπειρικά στοιχεία που να υποστηρίζουν τα ευρήματα.

Η έρευνα παρουσιάστηκε με ερωτηματολόγια που διανεμήθηκαν σε ένα όμιλο εμπορίας αυτοκινήτων. Θα μπορούσε μελλοντικά να επιλεγεί και κάποιος άλλος τομέας επιχειρηματικής δραστηριότητας. Ακόμη να επιλεγθεί κάποιος όμιλος όπου οι ερωτηθέντες θα είχαν συγκεκριμένη σχέση μεταξύ τους όπως όλοι να ήταν μίας ειδικότητας ή τομέα της επιχείρησης.

#### **6.4: Περιορισμοί της έρευνας**

Οι παρακάτω δυσκολίες πιθανόν να αποτελέσουν τους περιορισμούς της έρευνας που θα πραγματοποιηθεί και να επηρεάσουν την αξιοπιστία της.

- Επιλέγοντας ως φιλοσοφία τον Θετικισμό είναι δύσκολο να φτάσουμε σε παραγωγή νέας θεωρίας.
- Το μέγεθος και η γεωγραφική κάλυψη του δείγματος στις οποίες στηρίχθηκαν τα αποτελέσματα είναι σχετικά μικρό και θα είναι δύσκολο να γενικευθούν τα ευρήματα.
- Μπορεί αρκετοί από τους υπαλλήλους, να δίστασαν να καταγράψουν την πραγματική, προσωπική τους άποψη.



## Βιβλιογραφία

### Ελληνική βιβλιογραφία

- Βακόλα, Μ., Νικολάου, Ι. (2012). Οργανωσιακή Ψυχολογία&Συμπεριφορά. Αθήνα: εκδ. Rosili.
- Γέμπος, Α. Π. (2003). Οι Κοινωνικές επιστήμες, Μια Εισαγωγή. Αθήνα: εκδ. τυπωθήτω.
- Γέμπος, Α. Π. (2004). Μεθοδολογία των Κοινωνικών Επιστημών. Αθήνα: εκδ. Παπαζήση.
- Γεωργίου Σ. (2016). *Η Διάσταση του Φύλου στην Καριέρα*. Μεταπτυχιακή ερευνητική εργασία. Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, τμήμα Αγροτικής Οικονομίας και Ανάπτυξης, Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων Τροφίμων & Γεωργίας.
- Κανταράκη, Μ., Παγκάκη, Μ., Σταματελοπούλου, Ε. (2008). Κατά φύλο επαγγελματικός διαχωρισμός (κάθετος&οριζόντιος), Διακρίσεις και ανισότητες κατά των γυναικών στην εκπαίδευση, ΚΕΘΙ.
- Καραμεσίνη, Μ., Ιωακείμογλου, Η. (2003). Προσδιοριστικοί παράγοντες του μισθολογικού χάσματος μεταξύ αντρών και γυναικών, ΚΕΘΙ.
- Κυριαζόπουλος, Π., Σαμαντά, Ε. (2011). Μεθοδολογία Έρευνας Εκπόνησης Διπλωματικών Εργασιών, Αθήνα: Σύγχρονη Εκδοτική.
- Μπάκος, Δ. Η. (1999). Μεθοδολογία Λόγου και Γραφής. Αθήνα: εκδ. Leader Books.
- Τζαβάρας, Γ. (2009). Εισαγωγή στην Οντολογία, Αθήνα: εκδ, Gutenberg.
- Chalmers, A. F. (2007). Τι είναι αυτό που το λέμε Επιστήμη;. Ηράκλειο: εκδ. Κρήτης.
- Hollis, M. (2005). Φιλοσοφία των Κοινωνικών Επιστημών, Μια Εισαγωγή. Αθήνα: εκδ. ΚΡΙΤΙΚΗ.

### Ξένη βιβλιογραφία

- Athena Petraki Kottis, (1993), "WOMEN IN MANAGEMENT: THE "GLASS CEILING" AND HOW TO BREAK IT".

- Athena Petraki Kottis, (1996) "Women in management and the glass ceiling in Greece: an empirical investigation".
- Adebowale Akande, (1993),"The Glass Ceiling: Women and Mentoring in Management and Business".
- Alimo-Metcalf, B. (2010a), "An investigation of female and male constructs of leadership and power", Gender In Management.
- Belle Rose Ragins, (1996) "Jumping the hurdles: barriers to mentoring for women in organizations".
- Birger Hjørland, (2005),"Empiricism, rationalism and positivism in library and information science".
- Brian J. Hurn, (2013),"Are cracks now appearing in the boardroom glass ceiling?".
- Camilla Veale Jeff Gold, (1998),"Smashing into the glass ceiling for women managers".
- Courtney Baker , (2014),"Stereotyping and women's roles in leadership positions".
- Conley, V. (2005) Career paths for women faculty.
- J.R. Carby-Hall, (1986),"Discrimination in Employment".
- Colaco, H., Myers, P. & Nitkin, M. (2011). Pathways to leadership: Board independence, diversity and the emerging pipeline in the United States for women directors.
- Courtney Baker , (2014),"Stereotyping and women's roles in leadership positions.
- Dominguez, C.M. (1991, November). "The glass ceiling and workforce 2000."
- Dimitrios Mihail, (2006),"Gender-based stereotypes in the workplace: the case of Greece".
- Estelle M. Phillips, (1986),"Job Desegregation and Organizational Structure".
- Felice N. Schwartz, (1989),"Management Women and the New Facts of Life"

- Francoeur, C., Labelle, R. & Sinclair-Desgagne, B. (2008) Gender Diversity in corporate and Top Management. *Journal Business of Ethics*, 81, p.83–95.
- Gladys L. Symons, (1992),"THE GLASS CEILING IS CONSTRUCTED OVER THE GENDERED OFFICE"
- Gary N. Powell D. Anthony Butterfield, (2003),"Gender, gender identity, and aspirations to top management".
- Galetsi P. (2013). Analysis of women representation in high responsibility positions of Greek corporate environment.
- Groysberg, B. & Bell, D. (2013). Dysfaction in the boardroom: Understanding the persistent gender gap at the highest levels.
- Hamid R. Tavakolian, (1993),"Break on Through to the Other Side of the Glass Ceiling".
- Hyman, H. (1972). *Secondary Analysis of Sample Surveys: Principles, Procedures and Potentialities*, London: John Willey& sons.
- Helen Rainbird, (2007),"Can training remove the glue from the “sticky floor” of low-paid work for women?".
- ICAP, (2012). *Leading employers in Greece: The Annual Leading edition on Human Resources and Corporate Social Responsibility*.
- John M. Budd, (2005),"Phenomenology and information studies", *Journal of Documentation*, Vol. 61 Iss 1.
- J.R. Carby-Hall, (1986),"Discrimination in Employment", *Managerial Law*, Vol. 28 Iss 3 pp. i – 26.
- John Hayes Christopher W. Allinson Steven J. Armstrong, (2004),"Intuition, women managers and gendered stereotypes".
- Janet Cooper Jackson, (2001),"Women middle managers' perception of the glass ceiling".
- Jennifer Leutwiler, Brian H. Kleiner, (2003) "Statistical analysis for determining pay discrimination".
- John Hayes Christopher W. Allinson Steven J. Armstrong, (2004),"Intuition, women managers and gendered stereotypes"

- Lin Xiu, Morley Gunderson, (2014) "Glass ceiling or sticky floor? Quantile regression decomposition of the gender pay gap in China".
- Maria J Mendez John R. Busenbark , (2015),"Shared leadership and gender: all members are equal ... but some more than others".
- Madeline E. Heilman, Elizabeth J. Parks-Stamm. "Gender Stereotypes in the Workplace: Obstacles to Women's Career Progress" In Social Psychology of Gender.
- McManus I. C., Sproston K.A. (2000). Women in hospital medicine in the United Kingdom: glass ceiling, preference, prejudice or cohort effect? *Journal Epidemiol Community Health*;54:10-16
- Marshall, J., (1993) WOMEN MANAGERS Travellers in a male world, New York: JohnWiley&sons.
- Mihail, D., (2006a). Gender-based stereotypes in the workplace: the case of Greece.
- Mihail, D., (2006b). Women in management: gender stereotypes and students' attitudes in Greece.
- MRB Hellas S.A (2012) Women on the top of the administrative pyramid, Athens, MRB Hellas S.A
- Margaret Linehan Hugh Scullion James S. Walsh, (2001),"Barriers to women's participation in international management", *European Business Review*, Vol. 13 Iss 1 pp. 10 – 19
- Margaret Linehan Professor Hugh Scullion, (2001),"European female expatriate careers: critical success factors"
- Nada Korac-Kakabadse Alexander Kouzmin, (1997),"Maintaining the rage: from "glass and concrete ceilings" and metaphorical sex changes to psychological audits and renegotiating organizational scripts
- Nancy J. Adler, Laura W. Brody, Joyce S. Osland. "Advances in global leadership: The women's global leadership forum" In *Advances in Global Leadership*

- Nielsen, S. & Huse, M. (2010). The Contribution of Women on Boards of Directors: Going beyond the Surface, *Corporate Governance: An International Review*, 18(2), p.136–148
- Neeraj Kaushik Anita Sharma Veerander Kumar Kaushik , (2014), "Equality in the workplace: a study of gender issues in Indian organisations", *Journal of Management Development*, Vol. 33 Iss 2 pp. 90 – 106.
- Okimoto, T.G. and Brescoll, V.L. (2010), "The price of power: power seeking and backlash against female politicians", *Personality and Social Psychology Bulletin*, Vol. 36, pp. 923-36.
- Powell, G.N. (2012), "Six ways of seeing the elephant: the intersection of sex, gender, and leadership", *Gender in Management: An International Journal*, Vol. 27, pp. 119-41.
- Paul Smith Peter Caputi Nadia Crittenden, (2012), "A maze of metaphors around glass ceilings".
- Peterson, C. & Philpot, J. (2006). *Women's Roles on U.S. Fortune 500 Boards: Director Expertise and Committee Memberships*.
- Paul Smith Peter Caputi Nadia Crittenden, (2012), "How are women's glass ceiling beliefs related to career success?"
- Pierella Paci Heather Joshi Gerry Makepeace Peter Dolton, (1995), "Is pay discrimination against young women a thing of the past? A tale of two cohorts"
- Ronald J. Burke, (1994), "Women on Corporate Boards of Directors"
- Ronald J. Burke, (1997), "The Sounds of Glass Breaking: Corporate Initiatives for Advancing Managerial Women".
- Ronald J. Burke, (2001), "Information sources: is there a gender issue?"
- Remenyi, D., Williams, B., Money, A., and Swartz, E., (1998)
- Raewyn Connell , *Glass Ceilings or Gendered Institutions? Mapping the Gender Regimes of Public Sector Worksite*
- Saunders, M., Lewis, P. and Thornhill, A. (2007), *Research Methods for Business Students*, 4th ed, Prentice Hall Financial Times, Harlow.

- Schwartz N. Felice (1989) "Management Women and the New Facts of life"
- Sobal, J. (1982). The role of secondary Data in Educational and Social Research, Berkshire: Open University Press.
- Sharon Mavin, (2000),"Approaches to careers in management: why UK organisations should consider gender",
- Susan Corby Celia Stanworth, (2009),"A price worth paying?"
- Titus Oshagbemi Roger Gill, (2003),"Gender differences and similarities in the leadership styles and behaviour of UK managers"
- Vinkenburg, C. J., van Engen, M. L., Eagly, A. H., & Johannesen-Schmidt, M. C. (2011). An exploration of stereotypical beliefs about leadership styles: Is transformational leadership a route to women's promotion? *The Leadership Quarterly*, 22(1), 10–21
- "Vertical segregation and gender practices. Perspectives of analysis and action", *Gender in Management: An International Journal*, Vol. 25 Issue: 6, pp.428-437
- Violetta Khoreva, (2011) "Gender pay gap and its perceptions", *Equality, Diversity and Inclusion*
- Virginia E. Schein "A Global Look at Psychological Barriers to Women's Progress in Management "
- Wolfgang Mayrhofer Michael Meyer Michael Schiffinger Angelika Schmidt, (2008),"The influence of family responsibilities, career fields and gender on career success"
- Yuan Cai Brian H. Kleiner, (1999),"Sex discrimination in hiring the glass ceiling

## Παράρτημα

### Ερωτηματολόγιο

Το ερωτηματολόγιο αυτό, απευθύνεται σε εν ενεργεία υπαλλήλους του ομίλου εμπορίας αυτοκινήτων

#### Δημογραφικά στοιχεία

##### Φύλο

1. Άνδρας

2. Γυναίκα

##### Ηλικία

1. <30

2. 31-40

3. 41-50

4. >50

##### Οικογενειακή κατάσταση

1. Άγαμος/η

2. Έγγαμος/η

##### Παιδιά

1. Ναι

2. Όχι

##### Μορφωτικό επίπεδο

1. Δημοτικό

2. Γυμνάσιο

3. Λύκειο

4. ΤΕΙ/ΑΕΙ

5. Μεταπτυχιακό

6. Διδακτορικό

7. Άλλο

##### Έτη απασχόλησης στον όμιλο

1. <2

2. 2-5

3. 5-10

4. >10

##### Ειδικότητα

1. Μάρκετινγκ- Πωλήσεις

2. Λογιστικό- Οικονομικό

3. Διοικητικό

4. Βοηθητικό Προσωπικό





5. Εργαστήκατε ποτέ σε θέση όπου υπήρχε γυναίκα manager;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Εάν σας δίνονταν η δυνατότητα να επιλέξετε ανάμεσα σε εργασία με άνδρα ή γυναίκα manager, ποια επιχείρηση θα επιλέγατε;

1. με άνδρα

2. με γυναίκα

3. αδιάφορο

7. Πιστεύεται η δομή του εργασιακού συστήματος προσφέρει ίσες δυνατότητες σε άνδρες και γυναίκες ώστε να βρεθούν σε θέση manager;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**Μέρος Β. Ύπαρξη διαφορών ανάμεσα στον άνδρα και τη γυναίκα εντός του εργασιακού χώρου. Παρακαλώ συμπληρώστε το  που σας εκφράζει περισσότερο.**

**Β1. Αποδοχή γυναικών σε διευθυντικές θέσεις**

A/A	Ερώτηση	Συμφωνώ απόλυτα	Συμφωνώ	Ούτε συμφωνώ Ούτε διαφωνώ	Διαφωνώ	Διαφωνώ απόλυτα
1	Πρέπει να προσφέρονται ίσες ευκαιρίες συμμετοχής σε θέσεις manager σε άνδρες και γυναίκες.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Είναι αποδεκτό να συναγωνίζονται οι γυναίκες τους άνδρες για την κατάκτηση των υψηλών θέσεων.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Οι γυναίκες ως manager είναι πιο συναισθηματικές από τους άνδρες.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Στον τομέα του management οι γυναίκες είναι πιο αναποφάσιστες.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Οι γυναίκες δεν πρέπει να υπερέχουν σε θέσεις manager.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Οι γυναίκες τα καταφέρνουν καλύτερα σε άλλους τομείς παρά στον τομέα της διοίκησης.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**B2. Εμπόδια που προκαλούν οι στερεοτυπικές αντιλήψεις στην ανέλιξη των γυναικών στον εργασιακό χώρο**

A/A	Ερώτηση	Συμφωνώ απόλυτα	Συμφωνώ	Ούτε συμφωνώ Ούτε διαφωνώ	Διαφωνώ	Διαφωνώ απόλυτα
1	Οι άνδρες είναι καλύτεροι ως manager μιας επιχείρησης.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Οι άνδρες ως managers είναι πιο λογικοί από τις γυναίκες.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Οι άνδρες ως managers είναι πιο ικανοί στην λήψη σοβαρών αποφάσεων από τις γυναίκες.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Οι γυναίκες ως managers δεν έχουν συνηθίσει να διοικούν επιτυχημένα.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Το management μιας επιχείρησης είναι πιο εύκολο για τους άνδρες.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Οι γυναίκες ως managers δεν θέλουν να αναλαμβάνουν ευθύνες.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	Οι γυναίκες χρειάζεται να χρησιμοποιήσουν την θηλυκότητά τους ώστε να βρεθούν σε θέση manager.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	Η γυναίκα που δεν εργάζεται σε θέση manager είναι καλύτερη στην διαπαιδαγώγηση των παιδιών της.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	Οι γυναίκες παρουσιάζουν έλλειψη προσαρμογής στις	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	απαιτήσεις θέσεως manager.					
10	Ένας άντρας μπορεί να έχει περισσότερα τυπικά προσόντα από μία γυναίκα για την απόκτηση θέσης manager.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	Η γυναίκα manager μιας επιχείρησης δεν μπορεί να είναι και καλή μητέρα.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	Οι γυναίκες δεν επιθυμούν ιδιαίτερα να βρεθούν σε θέση manager.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	Οι γυναίκες δεν γνωρίζουν πώς να ανέβουν την ιεραρχική κλίμακα.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	Οι γυναίκες δεν ξέρουν πώς να αντιμετωπίζουν τον κίνδυνο και επομένως έτσι αναλαμβάνουν λιγότερο ρίσκο σε θέσεις manager.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	Η γυναίκα manager τείνει να χάνει την θηλυκότητά της μέσω ενός αυστηρού και κάπως «ανδρικού» στυλ ένδυσης.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### B3. Επιπτώσεις από την ύπαρξη του φαινομένου της γυάλινης οροφής

A/A	Ερώτηση	Συμφωνώ απόλυτα	Συμφωνώ	Ούτε συμφωνώ Ούτε διαφωνώ	Διαφωνώ	Διαφωνώ απόλυτα
1	Είναι σπατάλη ανθρωποδύναμης η μη απορρόφηση γυναικών σε θέσεις manager.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Η απουσία ποικιλομορφίας σε θέσεις manager επιφέρει αρνητικές επιπτώσεις.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Η απογοήτευση των γυναικών που μένουν στάσιμες φέρει τελικές συνέπειες στην παραγωγικότητα.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Ο μειωμένος αριθμός γυναικών σε θέσεις manager στερεί από την επιχείρηση μια πολύτιμη πηγή νέου ταλέντου.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Η ισότιμη εκπροσώπηση των φύλων στη διαδικασία λήψης αποφάσεων αποφέρει σπουδαία οφέλη.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Η παρουσία περισσότερων γυναικών σε διευθυντικές θέσεις μπορεί να συμβάλει στη δημιουργία ενός καινοτόμου περιβάλλοντος μεγιστοποιώντας τις επιχειρηματικές επιδόσεις.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	Η γυναικεία υποεκπροσώπηση εκφράζει την άνιση μεταχείριση στην εργασία					

8	Οι εργοδότες πραγματοποιούν διακρίσεις ως προς τους όρους εργασίας των γυναικών.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
---	----------------------------------------------------------------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

## Περιεχόμενα πινάκων

Πίνακας 1: Κατανομή δείγματος ανά φύλο .....	71
Πίνακας 2: Κατανομή δείγματος ως προς την ηλικία .....	72
Πίνακας 3: Κατανομή δείγματος ως προς την οικογενειακή του κατάσταση .....	73
Πίνακας 4: Κατανομή δείγματος ως προς την ύπαρξη παιδιών .....	74
Πίνακας 5: Συνδυασμένη κατανομή δείγματος ως προς την οικογενειακή του κατάσταση και την ύπαρξη παιδιών .....	74
Πίνακας 6: Κατανομή δείγματος ως προς το μορφωτικό επίπεδο .....	75
Πίνακας 7: Κατανομή δείγματος ως προς τα έτη απασχόλησης στον όμιλο .....	76
Πίνακας 8: Κατανομή δείγματος ως προς την ειδικότητα .....	77
Πίνακας 9: B1 Reliability Statistics .....	80
Πίνακας 10: B1 Item Statistics .....	80
Πίνακας 11: B1 Scale Statistics .....	81
Πίνακας 12: B2 Reliability Statistics .....	81
Πίνακας 13: B2 Item Statistics .....	81
Πίνακας 14: B2 Scale Statistics .....	82
Πίνακας 15: B3 Reliability Statistics .....	83
Πίνακας 16: B3 Item Statistics .....	83

Πίνακας 17: B3 Scale Statistics .....	84
Πίνακας 18: Communalities .....	84
Πίνακας 19: Crosstabulation Φύλο * Αν σας δινόταν η δυνατότητα να επιλέξετε εργασία σε μια επιχείρηση με άνδρα ή γυναίκα manager ποια επιχείρηση θα επιλέγατε;.....	87
Πίνακας 20: Chi-Square Tests Φύλο* Οι γυναίκες τα καταφέρνουν καλύτερα σε άλλους τομείς παρά στον τομέα της διοίκησης .....	88
Πίνακας 21: Chi-Square Tests Φύλο* Είναι σπατάλη ανθρωποδύναμης η μη απορρόφηση γυναικών σε θέσεις manager .....	89
Πίνακας 22: Πρέπει να προσφέρονται ίσες ευκαιρίες συμμετοχής σε θέσεις manager σε άνδρες και γυναίκες .....	90
Πίνακας 23: Είναι αποδεκτό να συναγωνίζονται οι γυναίκες τους άνδρες για την κατάκτηση των υψηλών θέσεων.....	91
Πίνακας 24: Οι γυναίκες ως managers είναι πιο συναισθηματικές από τους άνδρες.....	92
Πίνακας 25: Στον τομέα του management οι γυναίκες είναι πιο αναποφάσιστες .....	93
Πίνακας 26: Οι γυναίκες δεν θα πρέπει να υπερέχουν σε θέσεις manager .....	94
Πίνακας 27: Οι γυναίκες τα καταφέρνουν καλύτερα σε άλλους τομείς παρά στον τομέα της διοίκησης.....	95
Πίνακας 28: Οι άνδρες είναι καλύτεροι ως managers μιας επιχείρησης.....	96
Πίνακας 29: Οι άνδρες ως managers είναι πιο λογικοί από τις γυναίκες .....	97
Πίνακας 30: Οι άνδρες ως managers είναι πιο ικανοί στην λήψη σοβαρών αποφάσεων από τις γυναίκες.....	98
Πίνακας 31: Οι γυναίκες ως managers δεν έχουν συνηθίσει να διοικούν επιτυχημένα .	99
Πίνακας 32: Το management μιας επιχείρησης είναι πιο εύκολο για τους άνδρες .....	100
Πίνακας 33: Οι γυναίκες ως managers δεν θέλουν να αναλαμβάνουν ευθύνες .....	101
Πίνακας 34: Οι γυναίκες χρειάζεται να χρησιμοποιήσουν τη θηλυκότητά τους ώστε να βρεθούν σε θέση manager.....	102

Πίνακας 35: Η γυναίκα που δεν εργάζεται σε θέση manager είναι καλύτερη στην διαπαιδαγώγηση των παιδιών της .....	103
Πίνακας 36: Οι γυναίκες παρουσιάζουν έλλειψη προσαρμογής στις απαιτήσεις θέσεως manager.....	104
Πίνακας 37: Ένας άνδρας μπορεί να έχει περισσότερα τυπικά προσόντα από μία γυναίκα για την απόκτηση θέσης manager .....	105
Πίνακας 38: Η γυναίκα manager μιας επιχείρησης δεν μπορεί να είναι και καλή μητέρα .....	106
Πίνακας 39: Οι γυναίκες δεν επιθυμούν ιδιαίτερα να βρεθούν σε θέση manager .....	107
Πίνακας 40: Οι γυναίκες δεν γνωρίζουν πώς να ανέβουν την ιεραρχική κλίμακα .....	108
Πίνακας 41: Οι γυναίκες δεν ξέρουν πώς να αντιμετωπίζουν τον κίνδυνο και έτσι αναλαμβάνουν λιγότερο ρίσκο σε διοικητικές θέσεις .....	109
Πίνακας 42: Η γυναίκα manager τείνει να χάνει την θηλυκότητά της μέσω ενός αυστηρού και κάπως ανδρικού στυλ ένδυσης .....	110
Πίνακας 43: Είναι σπατάλη ανθρωποδύναμης η μη απορρόφηση γυναικών σε θέσεις manager.....	111
Πίνακας 44: Η απουσία ποικιλομορφίας σε θέσεις manager επιφέρει αρνητικές επιπτώσεις.....	112
Πίνακας 45: Η απογοήτευση των γυναικών που μένουν στάσιμες φέρει τελικές συνέπειες στην παραγωγικότητα.....	113
Πίνακας 46: Ο μειωμένος αριθμός γυναικών σε θέσεις manager στερεί από την επιχείρηση μια πολύτιμη πηγή νέου ταλέντου .....	114
Πίνακας 47: Η ισότιμη εκπροσώπηση των φύλων στη διαδικασία λήψης αποφάσεων αποφέρει σπουδαία οφέλη .....	115
Πίνακας 48: Η παρουσία περισσότερων γυναικών σε διευθυντικές θέσεις μπορεί να συμβάλλει στη δημιουργία ενός καινοτόμου περιβάλλοντος μεγιστοποιώντας τις επιχειρηματικές επιδόσεις.....	117



Πίνακας 49: Η γυναικεία υποεκπροσώπηση εκφράζει την άνιση μεταχείριση στην εργασία..... 118

Πίνακας 50: Οι εργοδότες πραγματοποιούν διακρίσεις ως προς τους όρους εργασίας των γυναικών ..... 119