



ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

**ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΓΥΝΑΙΚΕΣ ΚΑΙ ΚΑΡΙΕΡΑ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

**ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ: ΔΑΝΙΚΑ ΧΡΥΣΟΥΛΑ ΝΕΛΛΗ ΑΜ: ΔΤ7307
ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: ΔΗΜΟΥ ΕΙΡΗΝΗ**

ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ 2020

Copyright © Δανίκα Χρυσούλα Νέλλη, 2020.

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved. Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το τμήμα Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων και Επιχειρήσεων Φιλοξενίας, δεν υποδηλώνει απαραίτητως και την αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εξ μέρους του τμήματος.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Σε αυτό το σημείο θα ήθελα να ευχαριστήσω την επιβλέπουσα καθηγήτρια αυτής της πτυχιακής, Δήμου Ειρήνη, διότι χωρίς την βοήθεια της δεν θα μπορούσε να ολοκληρωθεί αυτή η εργασία. Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω τους γονείς μου που όλα αυτά τα χρόνια με στηρίζουν ανελλιπώς.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει σημαντικά βήματα προόδου όσο αφορά την γυναικεία απασχόληση. Παλαιότερα τίποτα δεν θεωρούταν δεδομένο και οι γυναίκες εργαζόμενες έπρεπε να παλεύουν καθημερινά για τα δικαιώματα τους. Στην σημερινή εποχή, τα πράγματα είναι σαφώς καλύτερα, παρόλα αυτά οι εργαζόμενες σε πολλές περιπτώσεις δέχονται κατά εξακολούθηση διακρίσεις λόγω φύλου. Σκοπός της παρούσας πτυχιακής είναι η μελέτη της ικανοποίησης γυναικών που εργάζονται στο τουριστικό κλάδο στην Κρήτη και των ανισοτήτων που συναντούν λόγω φύλου. Στη σημερινή εποχή τα θέματα ισότητας μεταξύ ανδρών και γυναικών είναι εξέχουσας σημασίας, καθώς μια υγιής κοινωνία οφείλει να απασχολεί ίσο αριθμό ανδρών και γυναικών. Με αυτόν τον τρόπο η οικονομία της εκάστοτε χώρας γίνεται πιο ανταγωνιστική. Επίσης αναλύεται ο ρόλος της γυναίκας εργαζόμενης σε ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο από τα χρόνια των πρώτων εργατικών επαναστάσεων μέχρι και σήμερα. Είναι ευρέως γνωστό ότι η Κρήτη αποτελεί ένα από τους πιο δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως και για αυτό τον λόγο επιλέχθηκε για την παρούσα πτυχιακή. Αποτελεί ένα αντιπροσωπευτικό παράδειγμα της γυναικείας απασχόλησης στην Ελλάδα, καθώς απασχολούνται χιλιάδες εργαζόμενες κάθε χρόνο. Για να ερευνηθεί καλύτερα το παραπάνω θέμα, μοιράστηκαν 91 ερωτηματολόγια σε γυναίκες όλων των ηλικιών και στους 4 νομούς στην Κρήτη. Τα αποτελέσματα ήταν ενθαρρυντικά σε πολλές περιπτώσεις όμως και αποθαρρυντικά καθώς έδειξαν ότι δεν υπάρχει μεγάλη εργασιακή ικανοποίηση και οι διακρίσεις στην αγορά λόγω φύλου συνεχίζουν να υπάρχουν ακόμα και σήμερα. Το θετικό που σημειώθηκε είναι ότι πολλές εργαζόμενες έδειξαν ότι δεν δυσκολεύτηκαν καθόλου να βρουν εργασία στον τουριστικό κλάδο στην Κρήτη, πράγμα που δείχνει ότι η τουριστική βιομηχανία είναι ανοιχτή ως προς το να προσλαμβάνει γυναίκες σαν εργατικό δυναμικό. Τέλος ο στόχος και σκοπός της παρούσας έρευνας είναι να κατανοήσουν οι εργοδότες τι προβλήματα και δυσκολίες συναντούν οι γυναίκες στην εργασία τους λόγω φύλου και πως θα μπορέσουν να αυξήσουν την εργασιακή ικανοποίηση των γυναικών στον τουριστικό κλάδο. Όσο ο εργαζόμενος νιώθει ικανοποιημένος από την εργασία του σε όλα τα επίπεδα τόσο θα έχει την όρεξη και την διάθεση να αποδώσει και προσφέρει το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα. Σε αυτή την περίπτωση όλοι θα είναι κερδισμένοι.

Λέξεις κλειδιά: γυναίκα, φύλο, εργασία, διάκριση

ABSTRACT

In recent years, significant progress has been made in women's empowerment. In the past, nothing was taken for granted and the female workers had to fight for their rights on daily basis. Nowadays, things are clearly better, nonetheless the workers are in many cases still subjected to gender discrimination. The purpose of this dissertation is to study the job satisfaction of women that they are working in the tourism industry in Crete and the gender inequalities that they face. In our time, issues of equality between men and women are of paramount importance, as a healthy society must employ an equal number of men and women. In this way, the economy of each country will become more competitive. The role of women as a workforce is analyzed in both Greek and European context from the years of the first workers' revolutions to this day. It is widely known that Crete is one of the most famous tourist destinations worldwide and therefore this is the reason why was selected for this dissertation. It is a representative example of the female employment in Greece, as thousands of women are working in the tourism industry each year. For this reason, the researcher distributed questionnaires to 91 women of all ages in every prefecture in Crete. The outcome of this research is encouraging for the tourism industry in Crete, but in some cases also discouraging as such cases have shown that the job satisfaction is not at a good level and the gender discrimination continues to exist until now in the job market. As the results have shown, the positive aspect is that the female workers did not have any particular difficulty in finding employment in the tourism industry in Crete. This means that the tourist industry is open to recruit women as its working force. Last but not least, the purpose of the present study is to show to the employers the problems and the difficulties that the female workers are facing due to the gender discrimination and how they can increase the satisfaction in work in the tourism industry. The more the employees are satisfied from the salary, the working environment and the conditions in their work, the more they are willing to work for the best possible results. In this case everyone will be on the winning side.

Key words: women, gender, work, discrimination

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Περίληψη.....	4
Abstract.....	5
ΜΕΡΟΣ Α΄: ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ	
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο: ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	
1.1 Ορισμός του τουρισμού και γενικές πληροφορίες.....	8
1.2 Η τουριστική βιομηχανία στην Ελλάδα.....	8
1.3 Οι ανάγκες του σύγχρονου τουρίστα.....	11
1.4 Οι διακρίσεις και οι κατηγορίες του τουρισμού.....	11
1.4.1 Κατηγορίες του τουρισμού.....	12
1.5 Εναλλακτικός τουρισμός.....	12
1.6 Τάσεις του τουρισμού στο μέλλον.....	12
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο: Η ΓΥΝΑΙΚΑ ΩΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΗ	
2.1 Η ιστορία της παγκόσμιας ημέρας των γυναικών.....	15
2.2 Η ισότητα των δυο φύλων στην Ευρωπαϊκή Ένωση.....	16
2.2.1 Τα ποσοστά απασχόλησης στην Ευρωπαϊκή Ένωση.....	16
2.3 Το ευρωπαϊκό δίκαιο για τα δικαιώματα των εργαζόμενων γυναικών.....	17
2.4 Η μισθολογική διαφορά μεταξύ των δυο φύλων στην Ευρωπαϊκή Ένωση.....	18
2.5 Κοινωνικά στερεότυπα.....	19
2.5.1 Τα προβλήματα της σύγχρονης γυναίκας.....	19
2.5.2 ο φαινόμενο της γυάλινης οροφής.....	21
2.5.3 Το φαινόμενο του γυάλινου γκρεμού.....	22
2.5.4 Έμφυλες διακρίσεις στο περιβάλλον του σπιτιού.....	22
2.5.5 Οριζόντιος και κάθετος διαχωρισμός με βάση το φύλο.....	23
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο: Η ΓΥΝΑΙΚΑ ΣΤΟ ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΕΡΓΑΣΙΑΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	
3.1 Η πρώτη γυναικεία ψήφος στην Ελλάδα και η επανάσταση των γυναικών.....	24
3.2 Η Ελληνίδα εργαζόμενη στο σύγχρονο εργασιακό περιβάλλον.....	25
3.3 Τα δικαιώματα των γυναικών στην Ελλάδα.....	25
3.4 Η γυναικεία ημιαπασχόληση στην Ελλάδα.....	26
3.5 Η εργαζόμενη γυναίκα στην Ελλάδα της οικονομικής κρίσης.....	27
3.6 Κρατικές επιχορηγήσεις και γυναικεία επιχειρηματικότητα.....	28
3.7 Η συμμετοχή των γυναικών στον τουριστικό κλάδο.....	28
3.8 Τουρισμός και γυναίκα στην Ελλάδα.....	29
ΜΕΡΟΣ Β΄: ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ	
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	

4.1 Σκοπός της έρευνας και στόχοι.....	31
4.2 Ανάγκη εκπόνησης αυτής της έρευνας.....	31
4.3 Ερευνητικός σκοπός και στόχοι.....	32
4.4 Το ερευνητικό εργαλείο.....	32
4.5 Ερευνητική διαδικασία- Διεξαγωγή έρευνας.....	32

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

5.1 Αποτελέσματα των γενικών (δημογραφικών) ερωτήσεων.....	34
5.2 Αποτελέσματα εργασιακής ικανοποίησης.....	37
5.3 Αποτελέσματα αναφορικά με τις διακρίσεις στην αγορά λόγω φύλου.....	42

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Συμπεράσματα – Προτάσεις για το μέλλον.....	45
---	----

Παράρτημα: Ερωτηματολόγιο Έρευνας.....	51
--	----

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

Γράφημα 1: Απασχόληση ανδρών και γυναικών στην Ευρωπαϊκή Ένωση.....	17
Γράφημα 2: Ελλάδα και ημιαπασχόληση.....	27
Γράφημα 3: Ηλικία συμμετεχόντων.....	34
Γράφημα 4: Εκπαίδευση.....	35
Γράφημα 5: Οικογενειακή κατάσταση συμμετεχόντων.....	35
Γράφημα 6: Εξαρτώμενα παιδιά στις παρακάτω κατηγορίες.....	36
Γράφημα 7: Είδος απασχόλησης.....	36
Γράφημα 8: Χρόνια εργασίας στη συγκεκριμένη θέση.....	37
Γράφημα 9: Τμήμα του ξενοδοχείου που απασχολούνται.....	37
Γράφημα 10: Βαθμός ικανοποίησης από την εργασία.....	38
Γράφημα 11: Προοπτικές εξέλιξης.....	38
Γράφημα 12: Μισθός.....	39
Γράφημα 13: Επικοινωνία με τους προϊσταμένους.....	39
Γράφημα 14: Γνώσεις που αποκτούν κατά την διάρκεια της εργασίας.....	40
Γράφημα 15: Ευελιξία και κατανόηση από την μεριά των προϊσταμένων.....	40
Γράφημα 16: Στρες και πίεση που αντιμετωπίζουν λόγω εργασίας.....	41
Γράφημα 17: Σχέσεις με τους συναδέλφους.....	41
Γράφημα 18: Ομαδικό πνεύμα.....	42
Γράφημα 19: Υπερίσχυση ανδρικών μισθών έναντι των γυναικείων.....	42
Γράφημα 20: Προτίμηση ανδρών έναντι των γυναικών.....	43
Γράφημα 21: Απασχόληση ανδρών σε μεγαλύτερες θέσεις ιεραρχικά.....	43
Γράφημα 22: Απασχόληση περισσότερων ανδρών έναντι γυναικών στο εκάστοτε τμήμα.....	44
Γράφημα 23: Δυσκολία εύρεσης εργασίας στον τουριστικό τομέα.....	44

ΜΕΡΟΣ Α΄: ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο: ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1.1 Ορισμός του τουρισμού και γενικές πληροφορίες

Πριν προχωρήσουμε στην ανάλυση του τι είναι τουρισμός, καλό θα ήταν να γίνει κατανοητή η ετυμολογία της λέξης. Πολλοί πιστεύουν ότι ο τουρισμός παράγεται από την γαλλική λέξη *tour, tourisme*^[1]. Αυτό δεν ισχύει καθώς η γαλλική λέξη έχει ρίζες από την αρχαιοελληνική λέξη *τόρνος*. Η ακριβής μετάφραση του τόρνου είναι μηχανή που χρησιμοποιείται για την μορφοποίηση μετάλλου και ξύλου μέσω της περιστροφής. Μέσω της λατινικής λέξης *tornare, tornus, tourism* έχει έλθει στη σημερινή της μορφή *tourism* που σημαίνει βόλτα, ταξίδι^[2].

Κατά καιρούς, πολλοί έχουν προσπαθήσει να δώσουν έναν ορισμό για το τι είναι ο τουρισμός. Έως και σήμερα, αυτό δεν έχει επιτευχθεί. Αυτό συμβαίνει γιατί ο τουρισμός είναι ένα πολύπλοκο φαινόμενο, με πολλές εκφάνσεις. Σαν γενική έννοια, ο τουρισμός είναι ένα οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο, το οποίο βρήκε άνθιση, μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου πολέμου.

Η πρώτη προσπάθεια που έχει γίνει για να δοθεί ένας ακριβής ορισμός για το τι είναι τουρισμός, έγινε το 1942 από τους Hunziker και Krapf: 'Ο τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και των φαινομένων που δημιουργούνται από ένα ταξίδι και την παραμονή σε ένα μέρος από άτομα τα οποία δεν είναι μόνιμοι κάτοικοι, με την προϋπόθεση ότι οι παραπάνω, δεν έχουν μετακινηθεί μόνιμα και δεν έχουν επικερδείς δραστηριότητες στην περιοχή αυτή^[3].

Για πολλά χρόνια αυτός ο ορισμός έχει καθιερωθεί, καθώς ήταν αποδεκτός και από την AIEST(International Association of Scientific Experts in Tourism). Το 1976 έγινε επαναδιατύπωση του ορισμού αυτού από το Institute of Tourism στο Ηνωμένο Βασίλειο ως εξής: «Το σύνολο των αλληλεπιδράσεων και των φαινομένων που προέρχονται από ανθρώπους που ταξιδεύουν και σταματούν σε μέρη που δεν είναι η κύρια και μόνιμη κατοικία τους -αυτό δεν περιλαμβάνει ούτε θέσεις εργασίας για αναψυχή ή στα πλαίσια των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, ούτε μετακίνηση για σπουδές»^[4].

1.2 Η τουριστική βιομηχανία στην Ελλάδα

Η τουριστική βιομηχανία θεωρείται μια από τις σημαντικότερες οικονομικές δραστηριότητες σε όλο τον κόσμο, αλλά και στην Ελλάδα. Το 2017 η συνεισφορά του τουρισμού στην ελληνική οικονομία ανήλθε στο 27,3% του ΑΕΠ^[5]. Η τουριστική βιομηχανία θεωρείται η 'βαριά βιομηχανία' διότι συνεισφέρει χρήματα και έχει βοηθήσει την αποφυγή της οικονομικής κατάρρευσης σε περίοδο οικονομικής ύφεσης. Ενδιαφέρον προκαλεί το γεγονός ότι στην Ελλάδα το 2016, τα άτομα που απασχολούνταν στον τουριστικό κλάδο ξεπέρασαν τους δημοσίους υπαλλήλους^[6]. Τα στοιχεία για το μέλλον είναι ενθαρρυντικά και προβλέπουν ότι μέχρι το 2021 οι υπάλληλοι στον τουρισμό μπορεί να έχουν φτάσει το ένα εκατομμύριο. Μετά την οικονομική κρίση το 2008, η πτώση στην απασχόληση εργαζομένων στον τουριστικό κλάδο ήταν πιο συγκρατημένη σε σχέση με τους άλλους κλάδους. Από το 2014 έως και σήμερα, παρατηρείται ανοδική πορεία στην πρόσληψη προσωπικού στις τουριστικές επιχειρήσεις και οι ρυθμοί πρόσληψης προσωπικού επανήλθαν γρήγορα σε φυσιολογικά επίπεδα^[7].

Η τουριστική βιομηχανία στην Ελλάδα, είναι ένας κλάδος ο οποίος βρίσκει συνεχή άνθιση. Τα 13.676 χιλιόμετρα ακτογραμμής και τα 6.000 νησιά που δεσπόζουν στον ελλαδικό χώρο, αποτελούν ένα ιδιαίτερα στοιχείο, πολύ διαφορετικά από αυτά των άλλων χωρών στη Ευρώπη^[8].

Η τουριστική βιομηχανία στην Ελλάδα άρχισε να αναπτύσσεται με γοργούς ρυθμούς, μετά το τέλος του δεύτερου παγκοσμίου πολέμου. Βέβαια οι κινήσεις πάνω στον τουριστικό κλάδο, άρχισαν πιο νωρίς το 1929 με την ίδρυση του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού και της Διεθνούς Εκθέσεως Θεσσαλονίκης. Οι μεταπολεμικές κυβερνήσεις που υπήρξαν τότε ξεκίνησαν να επενδύουν στο τουριστικό προϊόν αφού είχαν καταλάβει την δυναμική που έχει ο κλάδος αυτός, δημιουργώντας υποδομές και αφήνοντας κεφαλαιούχους επενδυτές να επενδύουν στην Ελλάδα. Η πρώτες ροές ταξιδιωτών στην Ελλάδα, άρχισαν να φτάνουν την δεκαετία του 1950 και ήταν 33.333^[9]. Από το 1960 και μετά ο τουριστική βιομηχανία άρχισε να παίρνει την μορφή που έχει και σήμερα αφού από εκείνη την χρονιά άρχισε να αναπτύσσεται όλο και περισσότερο. Για να γίνει λίγο πιο κατανοητή η διαφορά στα μεγέθη του τότε και του σήμερα, κατέφθασαν στην Ελλάδα το 2018 33.000.000 τουρίστες. Ένας αριθμός ρεκόρ, άμα αναλογισθεί κανείς το μέγεθος της Ελλάδος. Βέβαια αυτό μερικές φορές είναι και αρνητικό, καθώς διάσημοι προορισμοί όπως η Μύκονος και η Σαντορίνη δεν διαθέτουν τις υποδομές για να αντέχουν αυτό το τεράστιο κύμα των τουριστών. Στα νησιά της Κρήτης, του νοτίου Αιγαίου και τα Ιόνια νησιά πρέπει να αρχίσουν μέχρι το 2022 να κατασκευάζονται καινούργιες κλίνες περίπου 24.000 δηλαδή 90 ξενοδοχεία σύμφωνα με έρευνα που εκπόνησε το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος το 2017 έτσι ώστε να μπορέσουν να καλύψουν την αυξημένη ζήτηση που υπάρχει. Σε όλους τους άλλους τουριστικούς προορισμούς στην Ελλάδα υπάρχει υπερπροσφορά^[10]. Στην σύγχρονη εποχή, ο τουρισμός έχει λάβει μια εντελώς διαφορετική μορφή και αυτό συμβαίνει παντού. Παλαιότερα είχε την δυνατότητα να ταξιδέψει μόνον ο εύπορος ή ο επιφανής ή κάποιος που υποχρεωνόταν να ταξιδέψει λόγω της εργασίας του. Σήμερα με της αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους που πετάνε σε προορισμούς σε όλο τον κόσμο, ακόμη και άνθρωποι από χαμηλότερα οικονομικά στρώματα έχουν την ευκαιρία να γνωρίσουν ξένους τόπους.

Στην Ελλάδα για πολλά χρόνια μέχρι και σήμερα, το είδος του τουρισμού το οποίο επικρατεί είναι ο μαζικός. Το μοτίβο του αγοράζω ένα πακέτο διακοπών και συμπεριλαμβάνονται τα πάντα, έχει κυριεύσει την ελληνική τουριστική αγορά. Παρόλο που οι αριθμοί μιλούν από μόνοι τους και οι τουριστικές ροές αυξάνονται χρόνο με το χρόνο, οι τουρίστες δεν είναι διατεθειμένοι να ξοδέψουν χρήματα, καθώς είναι όλα καλυμμένα από τους tour operators (τα ξένα τουριστικά γραφεία). Επίσης άλλες χώρες στην Μεσόγειο όπως η Ιταλία και η Ισπανία προσφέρουν σχετικά το ίδιο πακέτο του «Ήλιος-Θάλασσα». Το θέμα είναι να βρει η Ελλάδα τον τρόπο να ξεφύγει από αυτό και να αρχίζει να προσεγγίζει τουρίστες πιο ποιοτικούς, που είναι έχουν την δυνατότητα να ξοδέψουν περισσότερα χρήματα. Το μοντέλο του μαζικού τουρισμού έχει κουράσει και

τις τοπικές κοινωνίες, αφού σε πολλές περιοχές στην Ελλάδα οι τουρίστες μόνο προβλήματα δημιουργούν συνήθως λόγω υπερβολικής κατανάλωσης αλκοόλ.

Η ελληνική τουριστική βιομηχανία θα πρέπει να αναθεωρήσει τα 4 Π του μάρκετινγκ (μείγμα μάρκετινγκ). Ποια είναι αυτά:

1. Τιμή
2. Τόπος
3. Προώθηση
4. Προϊόν

Όσο αφορά την τιμή, ανάλογα με το τι προϊόν ή τουριστικές υπηρεσίες διατίθενται στην αγορά, πρέπει να υπάρξει και η σωστή κοστολόγηση. Για παράδειγμα εάν ένα ξενοδοχείο προσφέρει υψηλού βαθμού υπηρεσίες, η τιμή θα πρέπει να είναι ανάλογη. Ο τόπος αναφέρεται στο κανάλι διανομής. Δηλαδή σε τι target group απευθύνεται κάποιος (δηλαδή σε τι ομάδα τουριστών αποσκοπεί). Εάν αποσκοπεί σε μεγαλύτερες ηλικίες οι οποίες συχνά αναζητούν χαλάρωση και ξεκούραση, θα πρέπει να φτιαχτεί και η ανάλογη καμπάνια (καλύτερα είναι να γράψεις: να γίνει η ανάλογη διαφημιστική εκστρατεία) που θα τους προσελκύσει. Η προώθηση είναι με τι στρατηγικές μάρκετινγκ μπορεί κάποιος να κινηθεί έτσι ώστε το προϊόν ή υπηρεσία να αρχίσει να γίνεται γνωστή στο ευρύτερο κοινό. Θα προτιμήσει κάποιος την διαφήμιση μέσω τηλεόρασης ή μια καμπάνια μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης; Το προϊόν που σε αυτή την περίπτωση μιλάμε για την Ελλάδα, θέλουμε να είναι συνυφασμένο με την φράση «ήλιος και θάλασσα»; Ή μπορούμε να σχεδιάσουμε κάτι πιο ποιοτικό για να ξεφύγουμε από αυτό το μοτίβο^[11];

Αν και η τουριστική βιομηχανία στην Ελλάδα είναι πυλώνας την εθνικής οικονομίας και χωρίς αυτόν η κατάσταση θα ήταν πολύ χειρότερη, πρέπει να αλλάξουν ριζικά κάποια πράγματα έτσι ώστε το προϊόν είναι ποιοτικότερο. Κάποιοι από τους πολλούς λόγους για τους οποίους η Ελλάδα θεωρείται ένας ξεχωριστός ταξιδιωτικός προορισμός είναι:

1. Πολύ καλές κλιματολογικές συνθήκες, οι οποίες επικρατούν το μεγαλύτερο μέρος του χρόνου.
2. Η ιστορία αιώνων και οι χιλιάδες ιστορικοί χώροι που κοσμούν τις διάφορες πόλεις της Ελλάδας.
3. Το ιδιαίτερο φαγητό της μεσογειακής κουζίνας και οι αγνές πρώτες ύλες που χρησιμοποιούνται για τη παρασκευή αυτών (ελαιόλαδο, λαχανικά, τυρί)
4. Η φιλοξενία και η ζεστασιά των ανθρώπων.

Η Ελλάδα μπορεί να έχει ταυτιστεί με την έννοια του «ήλιος-θάλασσα» που εν μέρει ισχύει, αλλά έχει τις δυνατότητες να προσφέρει ένα πολύ πιο ιδιαίτερο και αποκλειστικό προϊόν στον καταναλωτή-ταξιδιώτη. Επιπρόσθετα, είναι γεγονός ότι στην Ελλάδα δεν έχουν συμβεί ακόμα περιστατικά τρομοκρατίας όπως σε πολλές άλλες ευρωπαϊκές χώρες και υπάρχει μια σχετική πολιτική σταθερότητα. Το ήσυχο περιβάλλον, προσεγγίζει τους ταξιδιώτες που απλά θέλουν να είναι ασφαλείς και να απολαύσουν τις διακοπές τους^[12].

Η απασχόληση στην τουριστική βιομηχανία στην Ελλάδα, προσφέρει ευκαιρίες για απασχόληση σε άτομα που δεν μπορούν να μπουν εύκολα στον κλάδο της εργασίας λόγω ηλικίας. Ενδεικτικά το 2018 στον τουριστικό τομέα το ποσοστό των ατόμων ηλικίας 45 έως 64 ήταν 32%. Την χρονιά του 2018 400.000 άτομα εργάζονταν σε τουριστικές επιχειρήσεις στην Ελλάδα. Τα ξενοδοχεία στην Ελλάδα αποτελούνται κατά κύριο λόγο από μικρές ξενοδοχειακές μονάδες και μόνο το 17% των ξενοδοχείων είναι 4 ή 5 αστέρων^[13].

Κάτι τελευταίο. Για να μπορέσουμε να εκμεταλλευτούμε την Ελληνική τουριστική βιομηχανία στο έπακρο είναι να προωθηθούν και άλλοι τουριστικοί προορισμοί πέραν των νησιών, όπως στην Βορειοανατολική Ελλάδα και την Θεσσαλία. Να τονισθεί ότι ο τουρισμός στην Ελλάδα μπορεί να μην περιορίζεται στην εποχή των καλοκαιρινών μηνών αλλά να επεκτείνεται καθ' όλη την διάρκεια του έτους, καθώς η ποικιλία του

Ελλαδικού χώρου δεν περιορίζεται μόνο στις ακτογραμμές της. Να γίνει αγορά ξενοδοχείων που μένουν ανεκμετάλλευτα εδώ και χρόνια και να μεταμορφωθούν σε 4 στερα ή 5 στερα και τέλος να γίνει αναβάθμιση των ήδη υπαρχόντων ξενοδοχείων σε ξενοδοχεία μεγαλύτερη κατηγορίας^[10].

1.3 Οι ανάγκες του σύγχρονου τουρίστα

Λόγω της ραγδαίας ανάπτυξης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και της αύξησης της χρήσης του διαδικτύου, ο σύγχρονος τουρίστας είναι πιο εύκολο να ενημερωθεί για τα πάντα γύρω από ένα τουριστικό προορισμό. Στο παρελθόν ο ταξιδιώτης ήταν πιο ανυποψίαστος, καθώς οι μοναδικές πηγές πληροφόρησης ήταν το γραφείο ταξιδιών, τα βιβλία (ταξιδιωτικοί οδηγοί) και η τηλεόραση. Κατά συνέπεια επόμενο ήταν ο τουρίστας να επηρεαζόταν και να βασιζόταν στις παραπάνω πηγές. Στη σημερινή εποχή το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού, έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο. Αυτό σημαίνει ότι κάποιος μπορεί πολύ εύκολα να ψάξει πληροφορίες για έναν προορισμό, να συγκρίνει τιμές και τέλος να επιλέξει γρήγορα και εύκολα τον προορισμό του ταξιδιού του. Ο σύγχρονος ταξιδιώτης ψάχνει κάτι το οποίο θα είναι 'στα μέτρα του'. Δηλαδή θα συμβαδίζει με τις ανάγκες του και τα θέλω του. Αυτό μπορεί να το βρει με ένα κλικ, αφού μπορεί να προσαρμόσει τις αναζητήσεις του ανάλογα με τον προϋπολογισμό που έχει και τα χαρακτηριστικά του τόπου που θέλει να πάει. Με αυτό τον τρόπο ο ταξιδιώτης απολαμβάνει ένα πιο ολοκληρωμένο τουριστικό προϊόν. Από την πλευρά των ταξιδιωτικών πρακτόρων και ξενοδόχων, θα ήταν κερδοφόρα η προσφορά τουριστικών πακέτων προσαρμοσμένων και εξατομικευμένων κατά περίπτωση. Ο τουριστικός πράκτορας ή ξενοδόχος πρέπει να αφουγκράζεται τις ανάγκες και τα θέλω των πελατών και να προσαρμόζεται στις εκάστοτε συνθήκες της αγοράς. Υπό τις σημερινές συνθήκες ο σύγχρονος ταξιδιώτης είναι διατεθειμένος να ξοδέψει περισσότερα χρήματα για το τουριστικό προϊόν που θα επιλέξει εάν καλύπτονται επαρκώς οι ανάγκες και τα θέλω του.

Οι σύγχρονοι τουρίστες ταξινομούνται σε δυο κύριες κατηγορίες, σε αυτήν που ακολουθεί ένα πιο εναλλακτικό τρόπο ταξιδιού και σε αυτήν που επιλέγει την νόρμα του μαζικού τουρισμού. Ο ταξιδιώτης στην πρώτη κατηγορία θέλει να ενσωματωθεί στη τοπική κοινωνία, να γνωρίσει τα ήθη και τα έθιμα του τόπου και να βιώσει την καθημερινή ζωή όπως και σαν τους ντόπιους. Επίσης προτιμάει οι μετακινήσεις του να μην έχουν αρνητικό αντίκτυπο στο περιβάλλον. Ο ταξιδιώτης του μαζικού τουρισμού από την άλλη, είναι μια κατηγορία η οποία δεν έχει ως κύριο γνώμονα να γνωρίζει εις βάθος την ξένη χώρα, αλλά θέλει να απολαμβάνει εύκολα και γρήγορα τις ανέσεις που παρέχονται από τους μεγάλους tour operators. Για αυτή την κατηγορία θα γίνει εκτενής αναφορά στο παρακάτω κεφάλαιο.

1.4 Οι διακρίσεις και κατηγορίες του τουρισμού

Ο τουρισμός αποτελείται από πολλές κατηγορίες και μπορεί να ταξινομηθεί με διαφορετικά κριτήρια κάθε φορά. Καθώς είναι αρκετά δύσκολο να αναλύσουμε όλα αυτά, παρακάτω θα δούμε τις βασικότερες διακρίσεις.

1. Εγχώριος τουρισμός: Ο τουρισμός αυτός αναφέρεται στα άτομα που ταξιδεύουν στην ίδια τους την χώρα, π.χ. ένας ηρακλειώτης ταξιδεύει στην Αθήνα.
2. Εξερχόμενος τουρισμός: αναφέρεται στους μόνιμους κατοίκους μιας χώρας, οι οποίοι ταξιδεύουν εκτός αυτής, π.χ. ένας Έλληνας ταξιδεύει στην Ισπανία
3. Εισερχόμενος τουρισμός: Όταν άτομα μια δεδομένης χώρας ταξιδεύουν σε μια άλλη, π.χ. ένας Άγγλος που έρχεται στην Ελλάδα
4. Διεθνής τουρισμός: Το σύνολο του εισερχόμενου και εξερχόμενου τουρισμού)
5. Εσωτερικός τουρισμός: Το σύνολο του εγχώριου και του εισερχόμενου τουρισμού.
6. Διεθνής τουρισμός: Το σύνολο του εγχώριου και εξερχόμενου τουρισμού.^[2]

1.4.1 Κατηγορίες του τουρισμού

Όσον αφορά τώρα στις κατηγορίες του τουρισμού, αυτές χωρίζονται σε δυο μεγάλες κατηγορίες. Τον μαζικό τουρισμό και τον εναλλακτικό τουρισμό. Το μοντέλο του μαζικού τουρισμού: Εκτός από τον σύγχρονο τουρίστα, ο οποίος ψάχνει κατά κύριο λόγο κάτι πιο διαφορετικό και εναλλακτικό από τα τετριμμένα, υπάρχει και ο μαζικός τουρισμός. Σύμφωνα με τον Αποστολόπουλο (2009), ο μαζικός τουρισμός είναι το είδος εκείνο του τουρισμού στο οποίο ο επισκέπτης απολαμβάνει παθητικά αυτό που οι οργανωμένες διακοπές του προσφέρουν με κύριο αντικείμενο τον ήλιο, την θάλασσα και τις υπηρεσίες των ξενοδοχείων και άλλων ειδικών εγκαταστάσεων^[14]. Το φαινόμενο του μαζικού τουρισμού άρχισε να ανθίζει στα μέσα της δεκαετίας του 1950 με τις αρχές του 1960. Πολλοί άνθρωποι που έχουν χαμηλό προϋπολογισμό και δεν θέλουν να διαθέσουν πολλά χρήματα για ένα ταξίδι, αγοράζουν πακέτα διακοπών στα οποία συνήθως περιλαμβάνονται όλα: από το φαγητό, την διαμονή στην χώρα υποδοχής και τα εισιτήρια. Επίσης ο μαζικός τουρισμός συνήθως προσανατολίζεται στην άφθονη διασκέδαση(για τη νεολαία) σε χώρες κυρίως στις οποίες δεν υπάρχει μεγάλος έλεγχος και η μη τήρηση των νόμων δεν έχει ως επακόλουθο μεγάλες κυρώσεις. Ο μαζικός τουρισμός σήμερα καταλαμβάνει μεγάλο ποσοστό του διεθνούς τουρισμού, το οποίο είναι της τάξης του 80%. Το συγκεκριμένο μοντέλο κερδίζει έδαφος στις μικρότερες ηλικίες που θέλουν να απολαμβάνουν τις ανέσεις του δυτικού πολιτισμού, την τυποποιημένη διασκέδαση και τα πλαστικοποιημένα αναμνηστικά. Μετά τον δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο η άνοδος του βιοτικού επιπέδου καθώς και η εισαγωγή νέων τεχνολογιών συνετέλεσαν στην αύξηση του μαζικού τουρισμού^[15].

1.5 Εναλλακτικός τουρισμός

Ο εναλλακτικός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού, η οποία έχει ως στόχο την επαφή του ταξιδιώτη με τις τοπικές κοινωνίες και το τοπικό περιβάλλον. Είναι ένα ταξίδι πιο αυθεντικό καθώς η κύρια δραστηριότητα του ταξιδιώτη είναι να γνωρίσει τον προορισμό μέσα από τα μάτια των ντόπιων, να ενταχθεί στην τοπική κοινωνία και να ζήσει την καθημερινή ζωή. Εκτός από τα παραπάνω, ένας από τους κύριους στόχους του εναλλακτικού τουρισμού είναι η επαφή του ταξιδιώτη με το φυσικό περιβάλλον και την προστασία αυτού. Υπάρχουν πολλές δραστηριότητες δηλαδή, οι οποίες δεν αφήνουν αποτύπωμα στη φύση όπως εξερεύνηση στις φυσικές περιοχές (ποδηλασία, ιππασία, rafting, ανάβαση) και σε περιοχές που γνωρίζει κάποιος την κουλτούρα μέσω αγροτικών δραστηριοτήτων, την επαφή με την θρησκεία, τα ήθη και τα έθιμα καθώς και με την ντόπια κουζίνα. Η Ελλάδα είναι ευνοημένη σε αυτό το κομμάτι καθώς ο πολιτισμός της, η ποικιλομορφία του φυσικού περιβάλλοντος, το κλίμα και η γαστρονομία προσφέρουν ένα συνδυασμό για να ανθίσει ο εναλλακτικός τουρισμός

ακόμα περισσότερο. Το μοντέλο «ήλιος-θάλασσα» δεν πουλάει πλέον τόσο, αφού αυτά μπορεί να τα βρει κάποιος και σε πολλές άλλες χώρες όπως η Ιταλία, η Ισπανία, η Τουρκία κλπ. Λίγες από τις υποκατηγορίες του εναλλακτικού τουρισμού είναι ο επιχειρηματικός τουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός, ο τουρισμός υγείας, ο τουρισμός κινήτρων και ο πολιτιστικός τουρισμός^[16].

1.6 Οι τάσεις του τουρισμού στο μέλλον

Καθώς οι τουριστικές ροές σε όλο τον κόσμο αυξάνονται και οι μόδες αλλάζουν, οι ξενοδόχοι και γενικά αυτοί που ασχολούνται με τον τουρισμό, θα πρέπει να αφουγκράζονται τις ανάγκες των τουριστών και να προσαρμόζουν το τουριστικό προϊόν σύμφωνα με τις επιθυμίες των επισκεπτών. Βέβαια όλο αυτό θα πρέπει να γίνεται έχοντας υπόψη τι δυνατότητες και υποδομές έχει ο κάθε τόπος πριν φτάσει στο σημείο του κορεσμού.

1. Solo travel

Το solo travel είναι μια τάση η οποία αναπτύσσεται με γοργούς ρυθμούς ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια. Παλαιότερα επικρατούσε το στερεότυπο ότι πρέπει κάποιος να ταξιδεύει με φίλους ή οικογένεια. Πολλοί είναι αυτοί όμως που παίρνουν την απόφαση να ταξιδέψουν μόνοι σε μια ξένη χώρα και να βιώσουν αυτή την ξεχωριστή εμπειρία. Ακόμα και για τις γυναίκες στην σημερινή εποχή, αυτό θεωρείται κάτι απολύτως φυσιολογικό, καθώς δεν υπάρχει πλέον το ταμπού του να συνοδεύονται από κάποιον άλλον. Το solo travel δίνει την δυνατότητα της απόλυτης αυτονομίας και ανεξαρτησίας. Επίσης ο ταξιδιώτης έχει την ευκαιρία να έρχεται σε επαφή με την τοπική κοινωνία και να γνωρίζει άτομα πιο εύκολα. Συνήθως οι solo travelers (μοναχικοί ταξιδιώτες) μένουν σε χόστελ (δηλαδή σε εστίες ή ξενοδοχεία χαμηλού κόστους). Τα χόστελ είναι ένας οικονομικός τρόπος διαμονής που απευθύνεται κυρίως σε νέους. Είναι μεγάλα δωμάτια με 4,8 ή 16 κρεβάτια με ένα κοινόχρηστο μπάνιο και κουζίνα. Στην Ελλάδα τα χόστελ σήμερα δεν είναι πολύ διαδεδομένα καθώς υπάρχουν κυρίως στις μεγάλες πόλεις (Αθήνα και Θεσσαλονίκη) και τώρα έχουν αρχίσει να επεκτείνονται και στην υπόλοιπη Ελλάδα.

2. Eco travel

Μια ακόμη τάση που έχει αναδυθεί ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια λόγω της κλιματικής αλλαγής είναι ο οικοτουρισμός (eco travel). Σύμφωνα με την International Ecotourism Society ο οικοτουρισμός είναι το υπεύθυνο ταξίδι σε φυσικές περιοχές που διαφυλάσσει το περιβάλλον, διατηρεί την ευημερία του τοπικού πληθυσμού και περιλαμβάνει την εκπαίδευση του ταξιδιώτη^[17]. Είναι ευρέως γνωστό σήμερα ότι ο μαζικός τουρισμός έχει δραματικό αντίκτυπο στο περιβάλλον γιαυτό χρόνο με τον χρόνο ο οικοτουρισμός κερδίζει έδαφος. Μερικές δραστηριότητες που μπορεί να κάνει ο ταξιδιώτης είναι: διαδρομές στην φύση με ποδήλατο ή με τα πόδια, συμμετοχή σε πολιτιστικές εκδηλώσεις και σε τοπικά δρώμενα και δραστηριότητες που έχουν να κάνουν με προϊόντα εποχής όπως κλάδεμα ελιών και τυροκομία κλπ.

3. Εξατομίκευση

Ο σύγχρονος τουρίστας έχει γίνει πιο απαιτητικός. Αυτό συμβαίνει γιατί η τεχνολογία έχει εξελιχθεί και ο ίδιος ο ταξιδιώτης έχει την ευκαιρία να ψάξει στο διαδίκτυο πληροφορίες σχετικά με τον επόμενο προορισμό του. Επίσης είναι κουρασμένος από την ιδέα του μαζικού τουρισμού και ψάχνει κάτι πιο καινοτόμο και ξεχωριστό. Η έννοια της εξατομίκευσης μπορεί να εφαρμοστεί στα περισσότερα 'προϊόντα' του τουρισμού. Εξατομίκευση σημαίνει να βρει ο ταξιδιώτης κάτι που ταιριάζει στις δικές του ανάγκες και ενδιαφέροντα. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί είτε με την μορφή ερωτηματολογίων από τα ταξιδιωτικά γραφεία είτε από τα ξενοδοχεία. Σύμφωνα με έρευνα που έχει εκπονηθεί ο ταξιδιώτης και ειδικότερα οι

millennials είναι διατεθειμένοι να ξοδέψουν περισσότερα χρήματα εάν βρουν κάτι που θα ικανοποιεί τις προσωπικές τους ανάγκες και τις επιθυμίες τους.

4. Ο αυτοματισμός

Κάτι που θεωρείται λίγο πιο ακραίο αλλά χρόνο με το χρόνο κερδίζει έδαφος ειδικά σε χώρες τις Ασίας είναι ο αυτοματισμός. Πρόκειται για μια καινοτομία που έχει αρχίσει να γίνεται πιο γνωστή τα 10 τελευταία χρόνια. Αποτελείται από συστήματα και ρομπότ τα οποία κάνουν όλες τις απαιτούμενες ενέργειες για να εξυπηρετούν τους πελάτες.

5. VIRTUAL REALITY (εικονική πραγματικότητα)

Το VR είναι μια τεχνική η οποία άρχισε να ανθίζει ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια λόγω της ανάπτυξης της τεχνολογίας. Απευθύνεται σε ταξιδιώτες οι οποίοι θέλουν να επισκεφθούν προορισμούς ευθραύστους λόγω της περιβαλλοντικής τους σημαντικότητας και δυσπρόσιτους. Μπορεί για παράδειγμα κάποιος να πραγματοποιήσει ένα ταξίδι στην Βόρεια Κορέα, να επισκεφθεί τα σημαντικότερα αξιοθέατα και να περπατήσει στις πλατείες της πρωτεύουσας σαν ντόπιος. Είναι γνωστό πόσο χρονοβόρα και ακριβή διαδικασία θα ήταν να οργανώσει κάποιος ένα τέτοιο ταξίδι. Σύμφωνα με πραγματικές μαρτυρίες που έχουν δοκιμάσει αυτόν τον πρωτότυπο τρόπο ταξιδιού, είναι σαν αληθινή εμπειρία και μπορούν να περιγράψουν το μέρος σαν να το έχουν επισκεφτεί πραγματικά^[18].

6. Ταξίδια προώθησης μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης

Αν κάτι θα μπορούσε να θεωρηθεί τάση ή μόδα είναι τα ταξίδια που γίνονται με σκοπό να προωθηθεί ένα ξενοδοχείο ή ένα προορισμός μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Είναι ευρέως γνωστό άλλωστε ότι τα παραπάνω έχουν μπει στις ζωές όλων ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια. Κάτι λοιπόν που είναι εύκολο και σχετικά φθηνότερο από τη παραδοσιακή διαφήμιση είναι η online διαφήμιση. Ιδιοκτήτες ξενοδοχείων και γενικά άνθρωποι οι οποίοι ασχολούνται με την τουριστική βιομηχανία προσεγγίζουν άτομα με μεγάλο κοινό (ακόλουθους) στα social media (μέσα κοινωνικής δικτύωσης) και προωθούν το κατάλυμα, την υπηρεσία ή τον προορισμό με αυτόν τον τρόπο.

7. Dark Tourism

Μια καινούργια τάση η οποία έχει μπει δυναμικά στην αγορά του τουρισμού και αναπτύσσεται με γρήγορους ρυθμούς είναι το Dark Tourism. Το dark tourism αναφέρεται στην επίσκεψη τουριστών σε μέρη που συνέβησαν μακάβρια γεγονότα όπως δολοφονίες, μαζικοί θάνατοι κλπ. Ένας από τους πιο διάσημους τέτοιους προορισμούς στην Ευρώπη είναι το Auschwitz στην Πολωνία. Τα γκρουπ των τουριστών σε αυτά τα μέρη τις περισσότερες φορές συνοδεύονται από ξεναγό, ο οποίος τους διηγείται τα ιστορικά γεγονότα. Οι ταξιδιώτες προσπαθούν να νιώσουν τον φόβο και την αγωνία μέσω αυτών των περιγραφών καθώς θέλουν να μπουν στην λογική εκείνης της στιγμής ή της περιόδου κατά την οποία διαδραματίστηκαν κάποια τραγικά περιστατικά^[19].

Σε κάθε περίπτωση, ο τουρισμός θεωρείται ένα ευμετάβλητο φαινόμενο στο οποίο κανένας δεν μπορεί να προβλέψει με ακρίβεια τι μπορεί να γίνει στο μέλλον. Μπορεί οι τάσεις και η μόδα να επηρεάσουν έναν τουριστικό προορισμό, είτε μακροπρόθεσμα είτε βραχυπρόθεσμα και οι μάνατζερ να κάνουν σχέδια για το μέλλον αλλά είναι και τόσοι άλλοι άγνωστοι παράγοντες (πχ τρομοκρατικές επιθέσεις, πολιτική αστάθεια και τιμή συναλλάγματος) οι οποίοι δυστυχώς δεν μπορούν να προβλεφθούν από κανένα.^[20]

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο: Η ΓΥΝΑΙΚΑ ΩΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΗ

Οι γυναίκες στην Ευρωπαϊκή Ένωση έχουν δικαιώματα, τα οποία μπορεί σε πολλές περιπτώσεις να μην είναι ευρέως γνωστά ή να αγνοούνται από τους εργοδότες εσκεμμένα. Πολλές φορές όμως δεν υπάρχει η σωστή πληροφόρηση έτσι ώστε να γνωρίζουν οι εργαζόμενες τα δικαιώματά τους. Παρόλο που έχουν θεσπισθεί από παλαιότερα νόμοι, οι οποίοι κατοχυρώνουν τα δικαιώματα των γυναικών, αυτοί δεν τηρούνται πάντα και αυτό έχει ως συνέπεια τις διακρίσεις και την ανισότητα μεταξύ των δυο φύλων σε θέματα εργασίας.

Στο κεφάλαιο αυτό θα αναλυθούν και θα απαντηθούν τα παρακάτω ερωτήματα. Πως και πότε άρχισαν οι γυναίκες να διεκδικούν τα δικαιώματά τους; Ποια είναι τα δικαιώματα της γυναίκας στην Ευρωπαϊκή Ένωση; Ποια είναι η τρέχουσα κατάσταση στην αγορά εργασίας; Ποια είναι η συνεισφορά της γυναίκας στη Ευρωπαϊκή οικονομία και στο ΑΕΠ; Τέλος θα αναφερθούμε στο μισθολογικό χάσμα και ποιες είναι οι αιτίες που αυτό συμβαίνει.

2.1 Η ιστορία της παγκόσμιας ημέρας των γυναικών

Μέχρι τις αρχές του 19^{ου} αιώνα, το να διαδηλώσουν γυναίκες θεωρούταν κάτι εξωπραγματικό καθώς ο ρόλος τους μέχρι τότε ήταν περιορισμένος και προκαθορισμένος και περιοριζόταν κατά κύριο λόγο στο περιβάλλον του σπιτιού και του νοικοκυριού. Η πρώτη φορά στην ιστορία που καταγράφεται μαζική διαδήλωση εργατριών ήταν στις 8 Μαρτίου του 1857 στην Νέα Υόρκη. Χιλιάδες γυναίκες εργαζόμενες σε εργοστάσια της περιοχής, προσπάθησαν να διεκδικήσουν πράγματα τα οποία σήμερα θεωρούνται δεδομένα: όπως οκτάωρη εργασία, καθαροί και φωτεινοί χώροι εργασίας και μεροκάματα ίσα με των ανδρών. Σύμφωνα με μαρτυρίες από τις γυναίκες που εργάζονταν σε εργοστάσια ιματισμού, η απασχόληση τους είχε διάρκεια από την αυγή έως και την δύση του ηλίου, 7 ημέρες την εβδομάδα. Ο ψυχολογικός εκβιασμός ήταν καθημερινός αφού ακόμα και μια απλή συνομιλία με την συνάδελφο, φάνταζε πολυτέλεια. Ο φόβος κυριαρχούσε και προφανώς δεν είχαν το δικαίωμα να εκφράζονται αφού φοβόντουσαν ότι θα έχαναν την δουλειά τους. Είχε γίνει κατανοητό λοιπόν από τις γυναίκες εργαζόμενες, ότι εάν δεν κινητοποιούνταν όλες μαζί έτσι ώστε να μπορέσουν να διεκδικήσουν αυτά που πραγματικά τους αναλογούσαν, η κατάσταση θα έμενε ως έχει, χωρίς καμία ουσιαστική αλλαγή. Δυστυχώς το αποτέλεσμα αυτής της πορείας ήταν την ογδόη Μαρτίου οι δρόμοι της Νέας Υόρκης βράβηκαν με αίμα.

Το 1903 ιδρύεται για πρώτη φορά στα χρονικά η πρώτη γυναικεία συνδικαλιστική οργάνωση στην Αμερική (Women's Trade Union League) η οποία συνέβαλε στις προσπάθειες στήριξης των εργατριών για την δημιουργία σωματίων εντός των εργοστασίων. Ένα θλιβερό συμβάν που διαδραματίστηκε στο Triangle Waist όταν ο όροφος ενός εργοστασίου ιματισμού τυλίχθηκε στις φλόγες, έδειξε πόσο προκατειλημμένοι ήταν το κράτος υπέρ των εργοδοτών. Ο τραγικός απολογισμός ήταν 143 γυναίκες να βρουν θάνατο αφού δεν τηρούνταν οι βασικές συνθήκες ασφαλείας και εκτός από αυτό οι εργαζόμενες δούλευαν κλειδωμένες σε μεγάλα δωμάτια μέχρι να τελειώσει η βάρδια τους.

Αυτό το γεγονός απέδειξε δυστυχώς πόσο προκατειλημμένο ήταν το κράτος υπέρ των εργοδοτών αφού οι ιδιοκτήτες αθωώθηκαν και έλαβαν αποζημίωση 60.000\$ (!) για τις ζημιές που έγιναν στο εργοστάσιο. Αυτή η επανάσταση συνεχίστηκε στην Ευρώπη, πιο συγκεκριμένα στη Ρωσία αφού οι αγωνίστριες διεκδικούσαν τα δεδουλευμένα τους και μια μεγαλύτερη ελευθερία στον εργασιακό χώρο.^[21]

2.2 Η ισότητα των δυο φύλων στην Ευρωπαϊκή Ένωση

Στην Ευρωπαϊκή Ένωση η ισότητα των δυο φύλων ήταν και είναι ένας από τους κύριους στόχους από την αρχή της ιδρύσεως της. Είναι ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά το οποίο καθορίζει εάν μια κοινωνία είναι υγιής. Άλλωστε για αυτό τον λόγο εξαρχής είχε θεσπιστεί το εξής: «Προκειμένου να εξασφαλιστεί εμπράκτως η πλήρης ισότητα μεταξύ ανδρών και γυναικών στην εργασία, η αρχή της ίσης μεταχείρισης δεν εμποδίζει τα κράτη μέλη να διατηρήσουν ή να θεσπίσουν μέτρα που προβλέπουν ειδικά πλεονεκτήματα, τα οποία διευκολύνουν το λιγότερο εκπροσωπούμενο φύλο να συνεχίσει μια επαγγελματική δραστηριότητα ή προλαμβάνουν ή αντισταθμίζουν τα μειονεκτήματα στην επαγγελματική σταδιοδρομία (άρθρο 141 παράγραφος 4 της συνθήκης για τη ίδρυση της Ευρωπαϊκής κοινότητας).^[22]

Αυτό δεν συγκεκριμενοποιείται βέβαια μόνο στον τομέα της εργασίας αλλά είναι ένας από τους βασικούς πυλώνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Κάτι ακόμα που λαμβάνεται σοβαρά υπόψη στην Ευρωπαϊκή Ένωση είναι η ενδυνάμωση των γυναικών και η προστασία τους από φαινόμενα βίας. Για να γίνει αυτό πιο κατανοητό, η ΕΕ ήταν από της πρώτες Ηπείρους που είχαν θεσπίσει νόμους για την ισότητα μεταξύ ανδρών και γυναικών. Το 1957 ψηφίστηκε η συνθήκη της Ρώμης η οποία από τότε κιάλας κατοχύρωνε ότι θα υπάρχει ίση μεταχείριση και θα δίδονται ίσες ευκαιρίες σε άνδρες και γυναίκες.^[23] Εντύπωση προκαλεί το γεγονός ότι εάν η Ευρωπαϊκή Ένωση λάβει σοβαρά τα μέτρα που έχει θεσπίσει και τα τηρήσει κατά γράμμα (σύμφωνα με έρευνα που έγινε από το Global Gender Gap Report το 2016) σε 47 χρόνια από τώρα θα έχει καταφέρει γεφυρώσει τελείως το χάσμα ανάμεσα στους άνδρες και τις γυναίκες. Εκεί που παρατηρούνται οι μεγαλύτερες ανισότητες στην Ευρωπαϊκή Ένωση είναι στην εκπαίδευση, την εργασία και την αμοιβή. Η κατάσταση σε σχέση με τα παλαιότερα χρόνια φυσικά έχει βελτιωθεί αισθητά, αλλά το χάσμα μεταξύ των φύλλων φαίνεται να είναι βαθιά ριζωμένο στις κοινωνίες^[24].

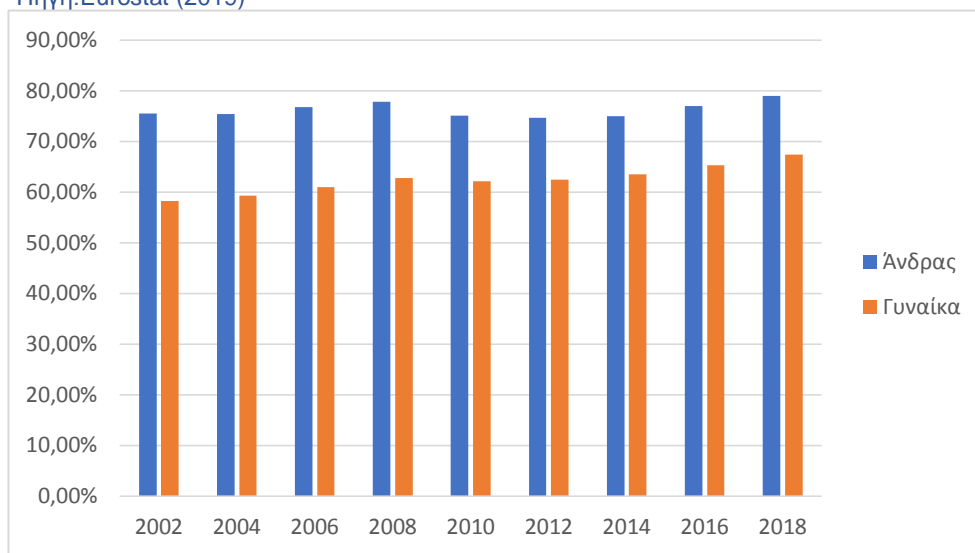
Σε άλλες ηπείρους αντίθετα όπως στη Νότια Αμερική που αυτό είναι δύσκολο έως και ανέφικτο. Μετά από τόσα χρόνια οι γυναίκες ακόμα παλεύουν για αυτά που θα έπρεπε να θεωρούνται σήμερα δεδομένα, χωρίς δυστυχώς να τα έχουν καταφέρει ολοκληρωτικά. Εκεί οι γυναίκες πέφτουν συχνά θύματα βίας και η εκμετάλλευση στον χώρο της εργασίας είναι μεγάλη.

Μπορεί ο όρος «Ευρωπαϊκή Ένωση» σε πολλούς να είναι συνυφασμένος με την ισότητα και την αξιοκρατία, όμως η αλήθεια βρίσκεται κάπου στη μέση καθώς πρέπει να γίνουν πολλές και ρηξικέλευθες αλλαγές για να φτάσει κάποια στιγμή η Ευρωπαϊκή Ένωση να γίνει η ιδανική κοινωνία, στην οποία θα μπορούν να απολαμβάνουν οι γυναίκες τα ίδια «προνόμια» με αυτά των ανδρών.

2.2.1 Ποσοστά απασχόλησης ανδρών και γυναικών στην Ευρωπαϊκή Ένωση

Κάτι ακόμα που προκαλεί εντύπωση είναι ότι έπειτα από έρευνα της EUROSTAT το 2018 σε όλα τα κράτη μέλη τη ΕΕ φαίνεται ότι τα ποσοστά των εργαζόμενων ανδρών ήταν υψηλότερα από αυτά των γυναικών. Αυτό φυσικά, δεν αποτυπώνει μόνο την αλήθεια της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αλλά αυτό είναι κάτι που δυστυχώς συμβαίνει παγκοσμίως^[25].

Πηγή: Eurostat (2019)



Γράφημα 1: Απασχόληση στην Ευρωπαϊκή Ένωση (2002-2018)

Από το παραπάνω διάγραμμα, γίνεται κατανοητό ότι οι άνδρες στην Ευρωπαϊκή Ένωση απασχολούνται πολύ περισσότερο από τις γυναίκες. Από το 2002 όμως και έπειτα, παρουσιάζεται μια αύξηση στην γυναικεία απασχόληση. Μπορεί να μην υπάρχει μεγάλη διαφορά στα ποσοστά αλλά αυτά έχουν μια αυξητική τάση σταθερά και αυτό φυσικά είναι ένα θετικό γεγονός. Δίνεται η εντύπωση ότι το μέλλον θα είναι ακόμα πιο αισιόδοξο και ότι τα πράγματα τείνουν σιγά σιγά να αλλάζουν. Αυτό που πρέπει να λάβει βέβαια κάποιος υπόψιν είναι ότι τα νούμερα αυτά διαφέρουν αρκετά από χώρα σε χώρα. Γενικά παρατηρείται ότι στις σκανδιναβικές χώρες υπάρχει μεγαλύτερη ισορροπία στο γυναικείο και ανδρικό εργατικό δυναμικό, από ότι για παράδειγμα στις μεσογειακές χώρες και δίνονται περισσότερες ευκαιρίες επαγγελματικής εξέλιξης εκεί. Παρατηρείται γενικά ότι οι Σκανδιναβικές χώρες είναι πρωτοπόρες είναι πρωτοπόρες σε αυτό τον τομέα και το χάσμα μεταξύ των δύο φύλων, είναι από μικρό έως και ανύπαρκτο. Το κράτος πρόνοιας, φροντίζει για την επαγγελματική αποκατάσταση των γυναικών και για την ένταξη τους στον εργασιακό χώρο. Επίσης το γεγονός ότι συναντώνται πολύ πιο συχνά γυναίκες σε εξέχουσες θέσεις, είτε στη πολιτική, είτε σε μεγάλες επιχειρήσεις δηλώνει από μόνο του ότι δίνονται ευκαιρίες και υπάρχει ένα κλίμα εμπιστοσύνης όσο αφορά της γυναίκες.

Η ισότητα των δυο φύλων στο θέμα της εργασίας δεν είναι μόνο θέμα ηθικό αλλά έχει επίσης τεράστιο αντίκτυπο και στην ανάπτυξη της Ευρωπαϊκής οικονομίας. Μιλώντας με αριθμούς και σύμφωνα με την έρευνα από το ευρωπαϊκό ινστιτούτο για την ανισότητα των φύλων προέκυψε ότι προσλαμβάνοντας περισσότερες γυναίκες στην εργασία, το ευρωπαϊκό ΑΕΠ μπορεί να αυξηθεί από 6,1% έως 9,1%. Αυτό αυτόματα συνεπάγεται καταπολέμηση της φτώχειας και της ανεργίας και αύξηση των γεννήσεων γεγονός πολύ σημαντικό το οποίο θα επηρεάσει και το συνταξιοδοτικό πρόβλημα. Θα προκληθεί δηλαδή ένα ντόμινο από αντιδράσεις, οι οποίες είναι ευνοϊκές για την Ευρωπαϊκή κοινωνία^[26].

2.3 Το ευρωπαϊκό δίκαιο για τα δικαιώματα των εργαζόμενων γυναικών

Πολλές είναι οι εργαζόμενες γυναίκες στην Ευρωπαϊκή Ένωση που δεν γνωρίζουν ακριβώς τα δικαιώματά τους. Παρακάτω λοιπόν μπορούμε να δούμε τι περιλαμβάνει το Ευρωπαϊκό δίκαιο για την ισότητα και δικαιώματα των γυναικών:

1. Ίσα δικαιώματα και ίσες ευκαιρίες για τους άνδρες και τις γυναίκες.
2. Ίσα δικαιώματα και ίσες ευκαιρίες για τους άνδρες και τις γυναίκες.
3. Ίση αμοιβή για ίση εργασία.
4. Ίση μεταχείριση στον χώρο εργασίας χωρίς διακρίσεις στην πρόσβαση για την απασχόληση, την εκπαίδευση, τις προαγωγές κλπ.
5. Πρωτοβουλίες θετικής δράσης για τις γυναίκες με το πρόγραμμα NOW.
6. Ίση μεταχείριση στην κοινωνία ασφάλιση, ίσες ασφαλιστικές εισφορές και παροχές^[27].

Ποια είναι τα δικαιώματα της εργαζόμενης γυναίκας όταν είναι μητέρα και κατά την διάρκεια της κύησης αλλά και μετά στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

1. Έχει το δικαίωμα να αρνηθεί την νυχτερινή εργασία.
2. Δικαιούται 14 εβδομάδες άδεια μητρότητας.
3. Μπορεί να απουσιάσει από την εργασία για προγεννητικές εξετάσεις.
4. Απαγόρευση απόλυσης από τον εργοδότη λόγω εγκυμοσύνης.
5. Γονική άδεια 3 τουλάχιστον μηνών.
6. Απουσία από την εργασία για οικογενειακούς λόγους^[27].

Οι παραπάνω κανόνες είναι σαφείς και κατανοητοί. Δυστυχώς όμως πολλές φορές παραβλέπονται από τους εργοδότες, με απώτερο σκοπό το κέρδος. Επίσης πολλές από αυτές σιωπούν, με αποτέλεσμα το πρόβλημα να διαιωνίζεται και να μην δίνεται μια ουσιαστική λύση ούτε για αυτές αλλά ούτε και τις υπόλοιπες γυναίκες εργαζόμενες.

2.4 Η μισθολογική διαφορά μεταξύ των δυο φύλων στην Ευρωπαϊκή Ένωση

Οι μισθολογικές διαφορές στην Ευρώπη του σήμερα είναι δυστυχώς συχνό φαινόμενο. Το μισθολογικό χάσμα μετριέται με την διαφορά μεταξύ του ακαθάριστου μισθού ανδρών και γυναικών ως ποσοστό του μισθού των ανδρών^[28]. Σύμφωνα με στοιχεία της ευρωπαϊκής επιτροπής, οι πιο συχνές αιτίες για τις μισθολογικές διαφορές είναι οι εξής:

1. Οι γυναίκες εργαζόμενες διακόπτουν την εργασία τους πιο συχνά από ότι οι άνδρες. Αυτό συμβαίνει συνήθως για την γέννηση των παιδιών τους. Το συγκεκριμένο γεγονός βέβαια έχει αντίκτυπο στην προϋπηρεσία, τον μισθό και τον χρόνο της συνταξιοδότησης. Αυτό θα έπρεπε να ληφθεί σοβαρά υπόψη και η παραμονή τους εκτός εργασιακού χώρου να μην επιφέρει διαφορετική μεταχείριση σε ότι αφορά τα παραπάνω. Επίσης η καθώς η προσφορά των μητέρων και των θυγατέρων είναι άκρως σημαντική στην οικογένεια θα μπορούσαν να ισχύουν ελαφρύνσεις στο συνταξιοδοτικό.
2. Συνήθως τις πιο υψηλές θέσεις σε μια εργασία τις καταλαμβάνουν οι άνδρες. Ως συνέπεια αυτού, η προαγωγή είναι πιο εύκολη και ο μισθός προφανώς μεγαλύτερος.
3. Πολλές φορές οι γυναίκες προτιμούν να δουλεύουν σε μερική απασχόληση και αυτό γιατί τα άμισθα καθήκοντα που αναλαμβάνουν όπως οι φροντίδα των

παιδιών και του σπιτιού αναλίσκουν αρκετά ένα αρκετά μεγάλο μέρος της ημέρας^[29].

Σύμφωνα με στοιχεία του Ινστιτούτου Εργασίας της ΓΣΕΕ, το γυναικείο φύλο τις περισσότερες φορές λαμβάνει αμοιβές χαμηλότερες από αυτές των ανδρών και αυτό γιατί οι γυναίκες εργάζονται σε χαμηλά αμειβόμενες θέσεις κατά 54%..(οι ανισότητες μεταξύ των φύλων)

Οι άνδρες βρίσκονται σε καλύτερη θέση, καθώς η διαπραγματευτική τους δύναμη είναι μεγαλύτερη από αυτή των γυναικών.(οι ανισότητες μεταξύ των φύλων)

Το μισθολογικό χάσμα υπάρχει και θα συνεχίσει να υπάρχει, καθώς οι γυναίκες απασχολούνται συνήθως σε επαγγέλματα που προσφέρουν χαμηλότερους μισθούς π.χ. πωλήτριες, σερβιτόρες, και όχι τόσο σε θέσεις με υψηλότερο κοινωνικό υπόβαθρο π.χ. στελέχη, διευθυντές^[30].

2.5 Κοινωνικά στερεότυπα

2.5.1 Τα προβλήματα της σύγχρονης γυναίκας

Η γυναίκα έχει μια αυτόνομη και πολύπλευρη προσωπικότητα. Εκτός όμως από αυτό μια γυναίκα είναι από την φύση της επιφορτισμένη με τους ρόλους της μητέρας, της συζύγου και της εργαζόμενης. Πολλές φορές η κοινωνία θεωρεί δεδομένο ότι μια γυναίκα πρέπει να ανταπεξέρχεται επιτυχώς σε όλα αυτά τα καθήκοντα. Μπορεί να ακούγεται ιδανικό και εύκολο αλλά οι ευθύνες είναι πολλές και μεγάλες. Η γυναίκα πολλές φορές στην προσπάθειά της να ανταποκριθεί επιτυχώς σε όλα αυτά, καταλήγει να αισθάνεται δυστυχισμένη και να την κατακλύζουν τα αισθήματα της υπερκόπωσης. Οι επαγγελματικές υποχρεώσεις, το μέγεθος των παιδιών, ο ρόλος της συζύγου και της καλής νοικοκυράς καταλήγουν από ένα σημείο και μετά να φαίνονται σαν μια καθημερινή αγκαριά. Το πιο σημαντικό είναι εφόσον οι εποχές έχουν αλλάξει και έχουν εξελιχθεί, να υπάρχει μια ίση κατανομή των υποχρεώσεων μαζί με τον σύζυγο-σύντροφο. Αυτό θα βοηθήσει και τις δυο πλευρές έτσι ώστε να κατανοήσουν καλύτερα ο ένας τον άλλον, αλλά και δεν θα επιβαρύνεται τόσο από την μεριά της η γυναίκα. Έτσι και αλλιώς το πιο σημαντικό είναι η αλληλοκατανόηση και ο σεβασμός, πράγμα που θα προκύψει μόνο εάν ο ένας μπει στην θέση του άλλου.

Πολλά είναι τα παραδείγματα από γυναίκες στην σύγχρονη εποχή που βιώνουν τη κατάθλιψη και άλλες ψυχικές ασθένειες λόγο αυτού του φαινομένου. Το γυναικείο φύλο είναι από την φύση του πιο επιρρεπές και πιο ευάλωτο. Οι συνηθέστεροι λόγοι που οι γυναίκες έχουν μια παραπάνω ροπή στις ψυχικές ασθένειες είναι ορμονολογικοί, ψυχολογικοί και κοινωνικοί. Έρευνες έχουν αποδείξει ότι οι παντρεμένες εμφανίζουν μεγαλύτερα ποσοστά κατάθλιψης. Γιαυτό λοιπόν είναι πολύ σημαντικό να απομυθοποιηθεί αυτός ο τίτλος της τέλει γυναίκας που τα προλαβαίνει όλα και αναλαμβάνει να φέρει εις πέρας όλες τις υποχρεώσεις επιτυχώς, γιατί πολύ απλά αυτό είναι κάτι ουτοπικό.

Τα βήματα που έχουν γίνει τα τελευταία χρόνια όσο αφορά την γυναίκα στην αγορά εργασίας είναι προφανώς ενθαρρυντικά. Σύμφωνα με την φεμινιστική θεωρία, οι κοινωνικές δομές των φύλων παράγουν αποδεκτούς κανόνες στην κοινωνία που επηρεάζουν τις σχέσεις και τις αλληλεπιδράσεις μεταξύ ανδρών και γυναικών^[45]. Εάν λοιπόν μια κοινωνία αρχίζει να αλλάζει την συνολικότερη προσέγγισή της, τότε μπορούν αν γίνουν πολλά άλματα βελτίωσης. Όλο και περισσότερες γυναίκες μπαίνουν δυναμικά στον επιχειρηματικό κόσμο και γίνονται επιτυχημένες ακόμα και σε υψηλόβαθμες θέσεις, πράγμα που φάνταζε ανέφικτο πριν από κάποιες δεκαετίες. Υπάρχουν βέβαια κάποιοι παράγοντες που μπορούν να καθορίσουν την σταδιοδρομία μιας γυναίκας. Η χώρα στην οποία διαμένει παίζει σημαντικό ρόλο, καθώς η αντίστοιχη νομοθεσία και ο τρόπος ζωής με τον οποίο μεγαλώνει κάποιος είναι στοιχεία κρίσιμα

και για την μετέπειτα ζωή του. Για παράδειγμα, πιο δύσκολα συναντάται μια γυναίκα επιχειρηματίας στις αυστηρά μουσουλμανικές χώρες, καθώς πολλές φορές δεν επιτρέπεται στις γυναίκες να δουλεύουν, πόσο μάλλον να αρχίζουν κάτι δικό τους εντελώς μόνες. Επιπρόσθετα το οικονομικό και το πολιτικό επίπεδο μιας χώρας έχει μια ιδιότυπη σχέση με την οικογενειακή υποστήριξη την οποία λαμβάνει μια επιχειρηματίας. Η πιθανότητα μια γυναίκα να λάβει βοήθεια από το οικογενειακό της περιβάλλον είναι πιο πιθανή όταν στην χώρα στην οποία διαμένει επικρατεί πολιτική/οικονομική αστάθεια. Αντιθέτως, όταν σε μια χώρα επικρατεί πολιτική/οικονομική σταθερότητα και εύρυθμη λειτουργία των θεσμών, τότε ίσως να μη χρειάζεται η ιδιαίτερη οικογενειακή υποστήριξη. Η υποστήριξη και η συμβολή της οικογένειας στην περίπτωση πολιτικής/οικονομικής αστάθειας είναι εξέχουσας σημασίας. Ως γενική παρατήρηση βέβαια ισχύει ότι όσο υπάρχει βοήθεια από την οικογένεια, είτε οικονομική είτε ψυχολογική, υπάρχουν περισσότερες πιθανότητες να πετύχει μια γυναίκα.

Πολλές έρευνες επιβεβαιώνουν ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες αυξάνουν το επίπεδο της οικονομική ανάπτυξης σε μια χώρα. Οι γυναίκες που προσπαθούν να κάνουν ένα βήμα στον επιχειρηματικό χώρο και να εδραιώσουν τη δική τους επιχείρηση πρέπει αν επιδείξουν σθένος και επιμονή να πετύχουν διότι, εκτός από την υποστήριξη της οικογένειας, παίζει σημαντικό ρόλο και η οικονομία μιας χώρας. Πολλές φορές οι επιχειρηματίες επηρεάζονται από γεγονότα που μπορεί να συμβούν στην ζωή τους είτε σε προσωπικό επίπεδο είτε στον χώρο της εργασίας τους. Αυτά τα γεγονότα φαίνεται να επηρεάζουν περισσότερο τις γυναίκες από τους άνδρες.

Οι γυναίκες όσο περνούν τα χρόνια γίνονται πιο ανεξάρτητες αλλά ακόμα και σήμερα επικρατεί δυστυχώς η άποψη ότι όταν παντρεύονται υπάρχει μια μεγαλύτερη εξάρτηση από τον σύζυγο. Σύμφωνα με στατιστικές οι γυναίκες συνεισφέρουν λιγότερο από τους άντρες στο σπιτικό τους. Η θεωρία του Becker (1991) υποστηρίζει ότι ο άνδρας είναι πιο σύνθητος να φέρνει το μεγαλύτερο μέρος των χρημάτων στο σπίτι ενώ η γυναίκα 'εργάζεται' πιο πολύ σε μια εργασία, η οποία δεν αποφέρει χρήματα είναι δηλαδή άμισθη. Υπηρετεί το ίδιο της το σπίτι ανελλιπώς. Οι σύζυγοι πολλές φορές βασίζονται στο γεγονός ότι εργάζονται περισσότερες ώρες και συνεισφέρουν μεγαλύτερο μέρος των χρημάτων στο νοικοκυριό^[46]. Αυτό αυτόματα τους χρήζει πιο ισχυρούς και οι πιο σημαντικές αποφάσεις λαμβάνονται από αυτούς καθώς έχουν μεγαλύτερη δύναμη. Συνήθως βέβαια οι άνδρες που επιμένουν ότι η σύζυγος πρέπει να σταματήσει την εργασία της ή να μειώσει τις ώρες που εργάζεται ένα αυτοί βγάζουν ικανοποιητικό μισθό. Ενδιαφέρον επίσης προκαλεί το γεγονός ότι συνήθως άνδρες οι οποίοι βγάζουν ικανοποιητικούς μισθούς, ψάχνουν γυναίκες με παρόμοια χαρακτηριστικά. Η σύνδεση δηλαδή μεταξύ ομοίων είναι πολύ συχνό φαινόμενο στην σύγχρονη κοινωνία.

Τα Ηνωμένα Έθνη ορίζουν την ανισότητα των δυο φύλων ως εξής: Όταν οι άνδρες κατέχουν υψηλότερες θέσεις σε κοινωνικό, οικονομικό και πολιτικό επίπεδο σε σύγκριση με τις γυναίκες^[47]. Οι Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής για παράδειγμα είναι μέσα στις χώρες στις οποίες οι διακρίσεις μεταξύ φύλων σε γενικές γραμμές δεν είναι τόσο έντονες και οι γυναίκες έχουν την ευκαιρία να αδράξουν περισσότερες ευκαιρίες. Η κατάσταση όμως από πολιτεία σε πολιτεία είναι εντελώς διαφορετική, καθώς οι Η.Π.Α είναι μια τεράστια χώρα.

Οι διακρίσεις και τα κοινωνικά στερεότυπα δεν παύουν να ισχύουν. Όσο και αν πιστεύουμε ότι η σύγχρονη κοινωνία έχει υιοθετήσει μια άλλη άποψη για την επαγγελματική ανέλιξη των γυναικών, σε πολλές περιπτώσεις φαίνεται η δυσπιστία και η επιφιλιακτικότητα. Άγραφοι νόμοι οι οποίοι καθορίζουν την επαγγελματική πορεία μιας γυναίκας και μπορούν να αποκλείσουν από το να ακολουθήσει από αυτό που πραγματικά θέλει. Παρόλο που η νομοθεσία έχει προβλέψει αυτές τις ανισότητες που πιθανόν να προκύπτουν και προσφέρει διορθωτικά μέτρα, πολλές φορές αυτά αψηφούνται. Πολλές φορές οι προστατευτικές ρυθμίσεις όπως οι πρόωρη συνταξιοδότηση έγγαμων μητέρων, έχουν ως αποτέλεσμα την προώθηση των

σεξιστικών προτύπων και δημιουργούν την εντύπωση ότι η γυναίκα είναι πιο αδύναμη. Πρέπει να γίνει κατανοητό ότι η άνιση μεταχείριση των γυναικών στον τομέα της εργασίας δεν έγκειται στο γεγονός ότι είναι λιγότερο μορφωμένες από τους άνδρες ή έχουν ελλιπή επαγγελματική κατάρτιση. Αδικούνται διότι η κοινωνία το έχει περάσει σαν κάτι φυσιολογικό λόγω της φύσης του φύλλου.

Πώς όμως αυτή η κατάσταση θα μπορούσε να αλλάξει και να υπάρξει μια πιο ίση μεταχείριση ως προς τις γυναίκες; Αν και σε χώρες όπως οι Η.Π.Α. και στις σκανδιναβικές χώρες αυτό πλέον θεωρείται σχεδόν κάτι δεδομένο και εφαρμόζεται, στον υπόλοιπο κόσμο η κατάσταση επιδέχεται βελτίωσης. Το μεγαλύτερο λάθος που κάνουν οι γυναίκες όταν προσλαμβάνονται σε μια καινούργια δουλειά είναι ότι δεν ρωτούν και δεν διεκδικούν. Πολλές από αυτές δεν γνωρίζουν την νομοθεσία και τα δικαιώματά τους. Αυτό προφανώς και τις κρατάει πίσω, αφού συμβιβάζονται με αυτό που τους προσφέρεται. Ο φόβος γίνεται πολύ συχνά γνώμονας και οι σκέψεις ότι μπορεί ένα μιλήσουν να χάσουν την εργασία τους κυριαρχούν. Το να ενημερωθεί κάποια εργαζόμενη είναι το πιο εύκολο πράγμα, αφού το διαδίκτυο στο οποίο πλέον έχει πρόσβαση το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού, μπορεί να αντλήσει τις πληροφορίες που θέλει. Ως γνωστόν, η γνώση είναι το μεγαλύτερο όπλο κατά της χειραγώγησης. Η γυναίκα εργαζόμενη, κατ' αυτόν τον τρόπο, μπορεί να ξέρει τι ζητάει από την εργασία της και μέχρι που θα θέλει να φτάσει. Επίσης η λογική, του ότι σιωπούν για να μην χάσουν την εργασία τους θα πρέπει να πάψει να υπάρχει. Η γυναίκα πρέπει να μιλήσει, για ό,τι θεωρήσει εκείνη ότι είναι άδικο και καταπατά τα δικαιώματά της. Γιαυτόν τον λόγο υπάρχουν τηλεφωνικές γραμμές που έχουν δημιουργηθεί από την Γενική Γραμματεία Ισότητας Φύλων που στελεχώνονται από επιστήμονες, κοινωνικούς λειτουργούς και ψυχολόγους, οι οποίοι είναι έτοιμοι να βοηθήσουν ανά πάσα στιγμή μια γυναίκα που χρειάζεται τις αντίστοιχες πληροφορίες. Σε αυτό το σημείο να τονιστεί ότι οι συμβουλές που παρέχονται είναι δωρεάν και ότι υπάρχουν συμβουλευτικά κέντρα σε πολλά σημεία στην Ελλάδα.

Για να συνοψίσουμε τα παραπάνω, το σύνδρομο της τέλει γυναίκας θα πρέπει να σταματήσει. Κανένας άνθρωπος δεν είναι προορισμένος έτσι και αλλιώς να αντεπεξέρχεται επιτυχώς σε τόσα καθήκοντα και να λειτουργεί σαν μηχανήμα. Η ισορροπία είναι πάντοτε η λύση, για την ψυχική υγεία και την ευτυχία των γυναικών. Επίσης ένα περιβάλλον υποστηρικτικό είναι κάτι το πολύ θετικό και βοηθά την γυναίκα να προχωράει και να εξελίσσεται.

«Μια γυναίκα είναι πολλές φορές σαν μια σακούλα τσάι - δεν μπορείς να πεις πόσο δυνατή είναι μέχρι να την βάλεις στο ζεστό νερό... άλλες διαλύονται, άλλες μετατρέπονται σε κάτι μοναδικό και υπέροχο...!» Ελέανor Ρούσβελτ^[48].

2.5.2 Το φαινόμενο της γυάλινης οροφής

Το φαινόμενο της γυάλινης οροφής είναι ένας μεταφορικός όρος που χρησιμοποιήθηκε πρώτη φορά από τους δημοσιογράφους της Wall Street Journal το 1986. Με αυτή την φράση ήθελαν να αποτυπώσουν τους φραγμούς που αντιμετωπίζουν ή αόρατα εμπόδια που συναντούν οι γυναίκες όταν θέλουν να ανεβούν σε ιεραρχία στην εργασία τους και κατά την διάρκεια της επαγγελματικής τους ανέλιξης. Αυτά τα εμπόδια συναντιούνται έντονα στο επιχειρηματικό και στον επιστημονικό κλάδο και κυρίως σε επαγγέλματα τα οποία θεωρούνται ανδροκρατούμενα^[49]. Οι γυναίκες μπορεί να διαθέτουν προσόντα ανάλογα ή και περισσότερα από αυτά των ανδρών παρόλα αυτά είναι αρκετά δύσκολο να ανεβούν στην ιεραρχία και να εξελιχθούν. Οι μεγαλύτερου μεγέθους επιχειρήσεις κάνουν την ανέλιξη των γυναικών δυσκολότερη, καθώς διαθέτουν αυστηρότερες δομές από αυτές που ισχύουν στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Σύμφωνα με έρευνα του N. Ντερμανάκη το 2004 το πρόβλημα το οποίο εντοπίζεται στην Ελλάδα αναφορικά με το φαινόμενο της γυάλινης οροφής, είναι ότι η γυναίκα

απασχόληση θεωρείται συμπληρωματική και βοηθητική αυτής των ανδρών^[34].

Ένα παράδειγμα για να γίνει πιο κατανοητός ο παραπάνω όρος είναι ότι το 2008 η Χίλαρη Κλίντον έθεσε υποψηφιότητα για την θέση της προέδρου στην Αμερική. Είχε μιλήσει λοιπόν επανειλημμένα για τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες στην αγορά εργασίας και είχε υποσχεθεί ότι εάν έβγαινε πρόεδρος θα έκανε ότι καλύτερο για να εξαλειφθεί αυτή η κατάσταση. Εν ολίγοις πολλοί ήταν αυτοί που είπαν ότι η ίδια έπεσε θύμα του παραπάνω φαινομένου διότι, παρόλη την δημοτικότητα της, βγήκε πρόεδρος ο Μπαράκ Ομπάμα. Αξίζει να σημειωθεί επίσης ότι στην Αμερική το Υπουργείο εργασίας το 1991 δημιούργησε μια επιτροπή που ονομάζεται στα αγγλικά the Glass Ceiling Commission. Αυτό το τμήμα ήταν υπεύθυνο για τον εντοπισμό των εμποδίων που συναντούν οι γυναίκες στον εργασιακό χώρο και τους τρόπους που αυτά θα μπορούσαν να ξεπεραστούν και να καταπολεμηθούν^[50]. Πόσο εύκολο είναι όμως να «σπάσει» η γυάλινη οροφή; Για πολλούς όχι και τόσο. Η ιδέα του ότι οι γυναίκες μπορούν να τα καταφέρουν σε οποιοδήποτε εργασιακό περιβάλλον πρέπει να ξεκινήσει από το σχολείο. Εκεί τα παιδιά μαθαίνουν από μικρή ηλικία την έννοια της ισοτιμίας μεταξύ των δύο φύλων και ίσως αργότερα τους είναι πιο εύκολο να την εφαρμόσουν και στην μετέπειτα ζωή τους. Αξίζει να σημειωθεί ότι το 2017 οι γυναίκες κατείχαν το 25% των ανώτερων θέσεων ανά τον κόσμο, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για το 2018 ήταν 24%^[51].

2.5.3 Το φαινόμενο του γυάλινου γκρεμού

Το φαινόμενο του γυάλινου γκρεμού είναι και αυτή μια μεταφορική φράση που ειπώθηκε για πρώτη φορά από τους ψυχολόγους Michelle Ryan και Alex Haslam. Ο γυάλινος γκρεμός είναι όταν γυναίκες αναλαμβάνουν υψηλές θέσεις σε μια εταιρεία σε περιόδους δυσμενείς για αυτήν που οι πιθανότητες να αποτύχουν στην εκάστοτε θέση είναι υψηλότερες. Μπορεί οι γυναίκες μάλιστα να μην είναι τόσο αποφασιστικές και να μην μπορούν να είναι τόσο κάθετες όταν πρέπει να πάρουν κρίσιμες αποφάσεις σε σχέση με τους άνδρες, αλλά έχουν ένα τρόπο να καταλαβαίνουν καλύτερα την άλλη πλευρά και μια ευγένεια να αντιμετωπίσουν τα επικείμενα προβλήματα^[52].

2.5.4 Έμφυλες διακρίσεις στο περιβάλλον του σπιτιού

Η δουλειά δεν είναι όμως το μόνο πρόβλημα για τις γυναίκες. Οι γυναίκες έρχονται αντιμέτωπες με τις διακρίσεις καθημερινά στο περιβάλλον του σπιτιού τους. Αυτοί οι διαχωρισμοί γίνονται πολλές φορές εντός της οικογένειας. Όταν για παράδειγμα ο πατέρας παροτρύνει την κόρη να αφιερώσει παραπάνω χρόνο στις δουλειές του σπιτιού από όση ώρα θα αφιέρωνε ο αδερφός της. Κάτι πολύ ενδιαφέρον που είχε αναφέρει ο Pierre Bourdieu ο οποίος ήταν Γάλλος φιλόσοφος και κοινωνιολόγος ήταν το εξής: «Η κληρονομιά του πολιτιστικού πλούτου που συσσωρεύτηκε και δόθηκε στις προηγούμενες γενιές, αν και θεωρητικά προσφέρεται σε όλους, ανήκει ουσιαστικά σε όσους έχουν τα μέσα και το κατέχουν μόνοι τους»^[27]. Τι σημαίνει αυτό; Ότι μπορεί η κοινωνία και το σχολείο να προσφέρουν τα ίδια ερεθίσματα στα παιδιά, αλλά είναι στην κρίση του ατόμου πως θα τα αντιληφθεί και πως θα τα επεξεργαστεί αυτά τα δεδομένα. Σημαντικό ρόλο βέβαια παίζει και το κοινωνικοοικονομικό επίπεδο του ανθρώπου δηλαδή που μεγάλωσε και αν κατάγεται από εύπορη οικογένεια. Πως μπορούμε να κατανοήσουμε αυτό το παράδειγμα καλύτερα μέσω της ελληνικής κοινωνίας; Ενώ για παράδειγμα στην Ελληνική κοινωνία πολλές φορές βλέπουμε την γυναίκα αφιερωμένη στο σπίτι και στην οικογένεια της υπάρχουν και εξαιρέσεις, γυναίκες δηλαδή, οι οποίες έχουν επιτυχημένες σταδιοδρομίες. Μπορεί δηλαδή το γεγονός ότι στην σύγχρονη

κοινωνία μια γυναίκα είναι προσηλωμένη στο σπίτι να είναι κάτι που σήμερα δεν είναι και πολύ κοινό, αλλά δεν κατακρίνεται κιόλας όταν γίνεται.

Πολλές είναι οι φορές στις οποίες η γυναίκα αδικείται ακόμα και στην ίδια της την επιχείρηση. Για παράδειγμα όταν εργάζεται εκεί και τα υπόλοιπα αδέρφια τυχαίνει να είναι άνδρες, ανατίθενται σε αυτή δουλειές με λιγότερες ευθύνες και πιο εύκολες. Τις πιο σημαντικές αποφάσεις για την εταιρία τις παίρνουν οι άνδρες και συχνά ο λόγος της γυναίκας δεν είναι τόσο ισχυρός, ώστε τα λεγόμενα της να καθορίσουν το μέλλον της επιχείρησης. Σύμφωνα με τη Λ. Μ. Μουσούρου η διαφοροποίηση ανδροκρατούμενων και τα γυναικοκρατούμενων επαγγελματιών είναι κυρίως κοινωνική^[53]. Δηλαδή πολλές φορές η ίδια η κοινωνία δημιουργεί μια εικόνα στους ανθρώπους ότι κατάλληλοι για αυτή την δουλειά είναι περισσότερο οι άνδρες παρά οι γυναίκες, π.χ. μηχανικοί, μάνατζερ κλπ. Όσο πιο παραδοσιακή είναι μια κοινωνία τόσο πιο δύσκολο είναι να εισέλθει μια γυναίκα σε ένα ανδροκρατούμενο κλάδο και αντίστοιχα ένας άνδρας σε έναν γυναικοκρατούμενο κλάδο. Για παράδειγμα σπάνια ακούμε ότι ένας άνδρας εργάζεται ως βρεφονηπιοκόμος και μια γυναίκα να εργάζεται στην ομάδα ΔΙΑΣ της αστυνομίας.

2.5.5 Οριζόντιος και κάθετος διαχωρισμός με βάση το φύλο

Τι σημαίνει και πως ορίζεται ο οριζόντιος διαχωρισμός. Σημαίνει πόσα άτομα των δυο φύλων συγκεντρώνονται σε διαφορετικά επαγγέλματα. Σύμφωνα με τον Ντερμανάκη 2005 ο διαχωρισμός αυτός παύει να υφίσταται όταν η αναλογία ανδρών και γυναικών σε κάθε επάγγελμα είναι ίδια με την αναλογία των φύλων στη συνολική απασχόληση. Ο διαχωρισμός αυτός χωρίζεται σε κάθετο και οριζόντιο. Ο οριζόντιος διαχωρισμός με βάση το φύλο αναφέρεται στην συγκέντρωση των γυναικών σε συγκεκριμένους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας. Για παράδειγμα πολλές γυναίκες βλέπουμε ότι εργάζονται στον τριτογενή τομέα στην Ελλάδα δηλαδή στο εμπόριο και στην παροχή υπηρεσιών και έπειτα στη γεωργία. Η ενασχόληση των Ελληνίδων με την γεωργία υπερβαίνει κατά 4 φορές τον αντίστοιχο αριθμό στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

Ο κάθετος διαχωρισμός με βάση το φύλο είναι η υψηλή συγκέντρωση ενός φύλου σε ένα επαγγελματικό κλάδο. Παρόλο που τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα όλο και περισσότερες γυναίκες κατακτούν τα ανδροκρατούμενα άλλοτε επαγγέλματα και γίνονται για παράδειγμα μηχανικοί, η ανέλιξη τους όμως στα υψηλότερα στρώματα ηγεσίας γίνεται ακόμα με δειλά βήματα^[34].

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο: Η ΓΥΝΑΙΚΑ ΣΤΟ ΣΥΧΡΟΝΟ ΕΡΓΑΣΙΑΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Προτού προχωρήσουμε στην καταγραφή των δεδομένων που ισχύουν σήμερα στην Ελλάδα, αναφορικά με την γυναικεία απασχόληση, καλό θα ήταν να κάνουμε μια αναδρομή στο παρελθόν. Στο κεφάλαιο αυτό θα εξετασθούν τα εξής κρίσιμα ερωτήματα. Πότε η Ελληνίδες ψήφισαν για πρώτη φορά, πότε άρχισαν να μάχονται για τα εργασιακά τους δικαιώματά και ποια είναι η σύγχρονη πραγματικότητα; Πως έχουν εξελιχθεί τα πράγματα σε σχέση με το παρελθόν;

3.1 Η πρώτη γυναικεία ψήφος στην Ελλάδα και η επανάσταση των γυναικών

Το αίτημα των γυναικών για ψήφο απορριπτόταν για πολλά χρόνια έως ότου ήρθε η στιγμή να αλλάξει αυτή η κατάσταση. Η στενομυαλιά που επικρατούσε τότε και τα βαθιά ριζωμένα ανατολίτικα πρότυπα που υπήρχαν στην ελληνική κοινωνία, θεωρούσαν ότι η γυναίκα ήταν κατώτερη των προορισμένη για συγκεκριμένες δουλειές. Οπότε μέσα σε μια ανδροκρατούμενη κοινωνία γίνεται κατανοητό ότι το να έχει δικαίωμα να ψηφίσει ήταν κάτι ανήκουστο. Τα ευρωπαϊκά κράτη άρχισαν σιγά σιγά να προετοιμάζουν νομοθεσίες ώστε να αρχίσουν οι γυναίκες να ψηφίζουν πάντα χωρίς ιδιαίτερη προθυμία από πλευράς τους. Η στιγμή που θα γραφόταν στην ιστορία ως η πρώτη μέρα που ψηφισαν οι γυναίκες στην Ελλάδα ήρθε το Νοέμβριο του 1952 καθώς την ίδια χρονιά είχε ψηφιστεί στις 28 Μαΐου ότι η γυναίκα έχει τα ίδια πολιτικά δικαιώματα με τον άνδρα. Η τραγική ειρωνεία ήταν ότι αυτό δεν πραγματοποιήθηκε ποτέ καθώς ήρθαν στην επιφάνεια τα γνωστά προβλήματα γραφειοκρατίας και πιο συγκεκριμένα δεν είχαν ενημερωθεί οι εκλογικοί κατάλογοι. Η πολυπόθητη στιγμή φτάνει στις 19 Φεβρουαρίου του 1956 και η πρώτη ψήφος των γυναικών στην Ελλάδα μετά από περίπου έναν αιώνα είναι γεγονός. Η μέρα εκείνη γράφτηκε στην ιστορία αν και πολλοί ήταν οι άνδρες που εναντιώθηκαν σ' αυτήν την ενέργεια^[31].

Η Ελλάδα προφανώς δεν ήταν η εξαίρεση στον 'κανόνα' αφού η μεταχείριση των γυναικών εργαζομένων ήταν η ίδια με αυτή και στις άλλες χώρες του κόσμου. Η

επανάσταση των γυναικών στην Ελλάδα έλαβε χώρα λίγο αργότερα από την Αμερική. Η πρώτη απεργία εργατριών, η οποία δεν είναι και τόσο γνωστή στο ευρύ κοινό, έγινε στις 13 Απριλίου του 1892 στο Πειραιά. Οι γυναίκες εργάζονταν 12 με 14 ώρες αδιάκοπα στο εργοστάσιο κλωστούφαντουργίας Ρεσίνα με τους μισούς μισθούς από ότι έπαιρναν οι άνδρες. Νέα κορίτσια, εκ των οποίων πολλά από αυτά ξεκινούσαν την δουλειά από τα 12 μόλις χρόνια τους, ερχόντουσαν από διάφορα νησιά της Ελλάδος στην πρωτεύουσα για ένα καλύτερο αύριο αλλά η κατάσταση που αντίκριζαν ήταν διαφορετική. Δυστυχώς δεν υπάρχουν πολλές πληροφορίες για την έκβαση του αποτελέσματος της συγκεκριμένης απεργίας, καθώς στις εφημερίδες της εποχής υπάρχουν λιγοστές ή και καθόλου αναφορές. Αυτό το γεγονός πέρασε στην ιστορία. Πολύ πιθανό είναι να έγινε αυτό για να μην ξεσηκωθούν και οι υπόλοιπες γυναίκες της πρωτεύουσας ή για να μην φανεί ότι τα δεδομένα εκείνης της εποχής άρχιζαν να αλλάζουν και οι γυναίκες εργαζόμενες είχαν αρχίσει τις δικαιολογημένες διεκδικήσεις τους. Ένα από τα λίγα πράγματα που έγινε γνωστό είναι ότι οι εργοδότες για αντίποινα μείωσαν τον είδη πενιχρό μισθό των εργατριών κατά 20%^[32]

3.2 Η Ελληνίδα εργαζόμενη στο σύγχρονο εργασιακό περιβάλλον

Η Ελληνίδα του σήμερα δεν έχει καμία σχέση με αυτήν του παρελθόντος. Η απαρхайωμένη εικόνα και αντίληψη που θέλει την γυναίκα να είναι σπίτι ολημερίς ευτυχώς δεν συναντάται πλέον συχνά. Η σύγχρονη Ελληνίδα πλέον αντιλαμβάνεται τον εαυτό της πιο δυναμικό και ανεξάρτητο, αφού εργάζεται σε καθημερινά και διεκδικεί αυτά που θέλει. Επίσης οι γυναίκες στην χώρα μας τείνουν να παντρεύονται σε μεγαλύτερη ηλικία αφού πριν δεσμευτούν, θέλουν να εκπληρώσουν κάποιους στόχους στην καριέρα τους. Αυτό είναι ένα θετικό γεγονός διότι με αυτόν τον τρόπο μπορούν να μεγαλώσουν πιο υγιή παιδιά. Με λίγα λόγια κάνουν ό,τι και οι άλλες γυναίκες ανά τον κόσμο.

Πολλές είναι οι φορές που η Ελληνίδα εργαζόμενη δεν μπορεί να αποδώσει το εκατό τις εκατό της ενέργειας της σε ένα τομέα διότι ασχολείται με πάρα πολλά πράγματα σχετικά με το νοικοκυριό και την εργασία της. Το αρνητικό σε αυτό είναι ότι τις περισσότερες φορές την κυριεύουν τα αισθήματα του άγχους και των ενοχών.

Η αλήθεια είναι ότι στην ελληνική κοινωνία θεωρείται κάπως αυτονόητο ότι εφόσον μια γυναίκα αποφασίζει να ασχοληθεί με την καριέρα της είναι επόμενο ότι θα ασχολείται εξίσου με την οικογένεια της, το νοικοκυριό και θα μοιράζει εξ ίσου τον χρόνο της. Όσο περνούν τα χρόνια οι ευθύνες των γυναικών εργαζομένων αυξάνονται στις περισσότερες χώρες στον κόσμο και προφανώς δεν αποτελεί εξαίρεση η Ελλάδα. Ο ρόλος της εργαζόμενης γυναίκας είναι πολυδιάστατος. Μπορεί η γυναίκα στην Ελλάδα να προσπαθεί να κρατάει μια ισορροπία ανάμεσα σε σταδιοδρομία, παιδιά και σπίτι, κάποιες φορές όμως αυτό είναι ακατόρθωτο ως αποτέλεσμα αυτού να είναι δυστυχισμένη^[33]. Σήμερα επίσης έχει επικρατήσει η άποψη ότι ο ρόλος της γυναίκας στην εργασία είναι συμπληρωματικός και βοηθητικός ενώ η ανδρική εργασία θεωρείται κύρια.

Ένας σύμμαχος στην γυναικεία απασχόληση στην Ελλάδα, φαίνεται να είναι το δημόσιο καθώς προσφέρει ένα μεγάλο αριθμό από πλεονεκτήματα. Οι αμοιβές ανδρών και γυναικών είναι ίσες και το πιο σημαντικό είναι ότι δίνεται η ευκαιρία στις γυναίκες να συνδυάζουν την προσωπική ζωή τους και το νοικοκυριό με την σταδιοδρομία. Ευτυχώς ο δημόσιος τομέας στην Ελλάδα έχει μια πιο ανθρώπινη προσέγγιση και μεγαλύτερη κατανόηση από τον ιδιωτικό τομέα, όσο αφορά τις γυναίκες^[34].

3.3 Τα δικαιώματα των γυναικών στην Ελλάδα

Το ΚΕΘΙ (Κέντρο Ερευνών για θέματα ισότητας) είχε αναφερθεί σε ένα σχετικό βιβλίο για τα δικαιώματα των γυναικών στην απασχόληση και πως μπορούν να τα διεκδικούν. Πιο συγκεκριμένα αναφέρεται ότι ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά των γυναικών είναι ότι σιωπούν, όχι μόνο για θέματα που αφορούν την απασχόληση αλλά γενικά σε θέματα ισότητας. Σε αυτό το σημείο πρέπει να αναφερθεί ότι το ΚΕΘΙ έχει μεγάλη δράση στην Ελλάδα και βοηθάει τις γυναίκες στο επαγγελματικό τους προσανατολισμό αλλά και να προσπερνούν προβλήματα και εμπόδια τα οποία οι ίδιοι οι εργοδότες τους βάζουν. Είναι απλά καθημερινά παραδείγματα που δυστυχώς πολλές περνάνε απαρατήρητα γιατί πολύ απλά θεωρούνται αποδεκτά και φυσιολογικά από την κοινωνία. Είναι πολύ διαδεδομένο οι εργοδότες στην Ελλάδα να ζητούν προϋπηρεσία ανεξάρτητα από την ηλικία. Δηλαδή αν μια κοπέλα 25 χρονών θέλει να βρει δουλειά ζητούν συνήθως 10 χρόνια προϋπηρεσίας, πράγμα εντελώς παράλογο. Αν και αυτή είναι μια συχνή δικαιολογία για να μην προσλάβει κάποιος εργοδότης μια νεαρή κοπέλα στην δουλειά υπάρχει και ο αντίλογος που είναι ότι μια νεαρή γυναίκα είναι πρόθυμη και έχει όρεξη να μάθει καθώς και το ότι έχουν βγει προσφάτως στην αγορά εργασίας και είναι πιο ενημερωμένες πάνω στο αντικείμενο τους. Οπότε το θέμα για την προηγούμενη εμπειρία δεν μπορεί να αποτελέσει δικαιολογία.

Η ισότητα των δυο φύλων στην Ελλάδα, άρχισε να λαμβάνεται πιο σοβαρά υπόψη με το σύνταγμα που είχε ψηφιστεί το 1975 για την αρχή της ισότητας των δυο φύλων. Η θεμελίωση βέβαια έγινε το 1980 και έκτοτε άρχισε η εισαγωγή σημαντικών νομοθετικών και θεσμικών αλλαγών^[35].

1. Η γυναικεία απασχόληση στην Ελλάδα μπορεί να μην είναι του ίδιου μεγέθους με αυτή της ανδρικής απασχόλησης αλλά με το πέρασμα οι ρυθμοί είναι αυξητικοί. Οι λόγοι είναι πολλοί. Οι Ελληνίδες δεν γεννούν όσα παιδιά γεννούσαν στο παρελθόν, κατά συνέπεια υπάρχει περισσότερος χρόνος για εργασία^[36].
2. Με την ενσωμάτωση του διαδικτύου στις ζωές μας, οι υλιστικές ανάγκες κατέλαβαν πρωταρχικό στόχο στις ζωές των ανθρώπων και δη των γυναικών. Ένας από τους λόγους που οι ώρες εργασίας αυξήθηκαν για αυτόν τον λόγο.

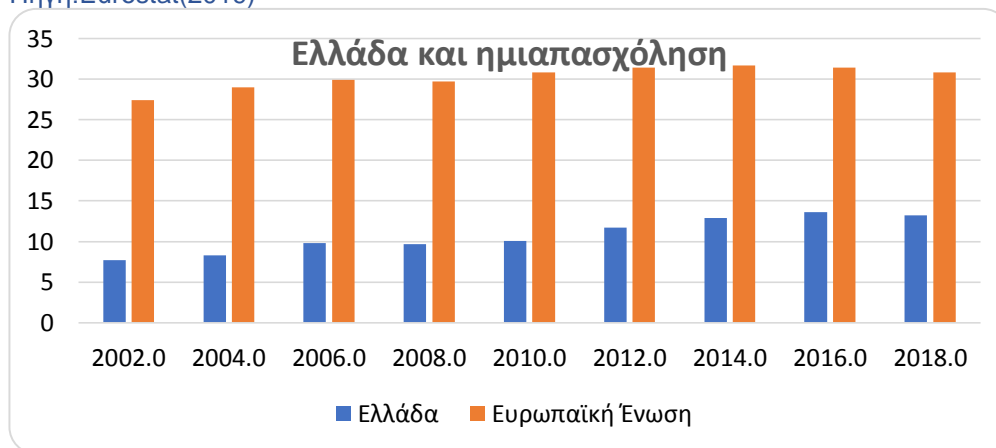
Η ελληνική κοινωνία σε σχέση με 50 χρόνια πριν είναι φυσικό να έχει αλλάξει και να έχουν πραγματοποιηθεί μεγάλα άλματα προς το καλύτερο όσον αφορά την θέση της γυναίκας στον κλάδο της εργασίας. Τα στερεοτυπικά πρότυπα όμως δεν έχουν πάψει να ισχύουν και στις περισσότερες δουλειές η εργοδότες να επιλέγουν προσωπικό με αυτόν τον γνώμονα. Σήμερα επίσης έχει επικρατήσει η άποψη ότι ο ρόλος της γυναίκας στην εργασία είναι συμπληρωματικός και βοηθητικός ενώ η ανδρική εργασία θεωρείται κύρια.

Ένας σύμμαχος στην γυναικεία απασχόληση στην Ελλάδα, φαίνεται να είναι το δημόσιο καθώς προσφέρει ένα μεγάλο αριθμό από πλεονεκτήματα. Ο δημόσιος τομέας από όσο φαίνεται υπερασπίζεται τις γυναίκες και τα δικαιώματα τους. Οι αμοιβές ανδρών και γυναικών είναι ίσες και το πιο σημαντικό είναι ότι δίνεται η ευκαιρία στις γυναίκες να συνδυάζουν την προσωπική ζωή τους και το νοικοκυριό με την σταδιοδρομία. Ευτυχώς ο δημόσιος τομέας στην Ελλάδα έχει μια πιο ανθρώπινη προσέγγιση και μεγαλύτερη κατανόηση από τον ιδιωτικό τομέα, όσο αφορά τις γυναίκες.^[34]

3.4 Γυναικεία ημιαπασχόληση στην Ελλάδα

Σημαντικά στοιχεία για την μερική απασχόληση μπορούμε να αντλήσουμε από το διαδικτυακό ιστότοπο της EUROSTAT. Φαίνεται ότι τα ποσοστά της ημιαπασχόλησης των γυναικών στην Ελλάδα είναι αρκετά χαμηλά σε σχέση με αυτά την Ευρωπαϊκής Ενωσης αν και τα τελευταία χρόνια παρουσιάζονται με μικρές αυξητικές τάσεις. Στην Ελλάδα της οικονομικής κρίσης, η επιβίωση των επιχειρήσεων γίνεται όλο και πιο δύσκολη. Ένας τρόπος να ανταπεξέλθουν οι επιχειρήσεις σε αυτή την οικονομική ύφεση είναι να προσλαμβάνουν άτομα με συμβάσεις μερικής απασχόλησης. Με αυτόν τον τρόπο γίνεται πιο εύκολο για την επιχείρηση να ρυθμίζει τα χρέη της. Ένας λόγος για τον οποίο μια γυναίκα προτιμάει να δουλέψει ημιαπασχόληση είναι διότι μπορεί να αφιερώσει περισσότερο χρόνο στην οικογένεια της και έχει ένα πιο ευέλικτο ωράριο. Ο μισθός εννοείται ότι είναι χαμηλότερος, αλλά υπάρχουν άλλα πλεονεκτήματα.

Πηγή: Eurostat(2019)



Γράφημα 2: Η ημιαπασχόληση των γυναικών στην Ελλάδα

Μέσω του παραπάνω πίνακα μπορεί κάποιος να διαπιστώσει πως έχουν διαμορφωθεί τα ποσοστά της ημιαπασχόλησης από της χρονιές 2002 έως 2018 και ποια είναι τα αντίστοιχα ποσοστά στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Γενικά το είδος αυτής της εργασίας δηλαδή της ημιαπασχόλησης στον τουρισμό δεν ευδοκιμεί καθώς δεν έχουν ασχοληθεί ούτε το κράτος αλλά ούτε και οι εργοδότες με αυτό. Η πλήρης απασχόληση στον τουριστικό κλάδο ανέρχεται στο 95%.^[37]

3.5 Η εργαζόμενη γυναίκα στην Ελλάδα της οικονομικής κρίσης

Στην Ελλάδα της οικονομικής ύφεσης, είναι ακόμα πιο εύκολο να γίνονται στερεοτυπικές και έμφυλες διακρίσεις εις βάρος των γυναικών. Η εκμετάλλευση πλέον στον εργασιακό χώρο αποτελεί καθημερινό φαινόμενο χωρίς οι γυναίκες να μπορούν να κάνουν κάτι για αυτό. Στις μικρές πόλεις δε η κατάσταση είναι ακόμα πιο δύσκολη, καθώς κυριαρχεί ο φόβος για το ότι την επόμενη μέρα μπορεί να βρεθούν στο δρόμο χωρίς εργασία. Επίσης στις μικρότερες πόλεις δεν υπάρχουν πολλές επιλογές για εργασία, οπότε οι γυναίκες καταλήγουν να συμβιβάζονται με αυτό που βρίσκουν. Το Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων έχει τηλεφωνική γραμμή καταγγελιών στην επιθεώρηση εργασίας, που στηρίζει άτομα τα οποία έχουν εξαπατηθεί στην εργασία τους αλλά και προωθεί την ίση μεταχείριση στον τομέα της απασχόλησης. Η καταγγελία βέβαια είναι το τελευταίο πράγμα που σκέφτονται γιατί μερικές φορές

φοβούνται ακόμα και για την σωματική τους ακεραιότητα. Οι εργοδότες στην πλειοψηφία τους έχουν υπερβολικές απαιτήσεις από τις εργαζόμενες και πολλές φορές παράλογες. Κάτι πολύ κοινό είναι η καταπάτηση των ωραρίων. Η εργαζόμενη πολλές φορές δεν τελειώνει στην ώρα που έχει συμφωνηθεί στο συμβόλαιο αλλά να κάνει υπερωρίες χωρίς να πληρώνεται για αυτές. Κάτι ακόμα που είναι πολύ κοινό είναι να μην εργάζονται μόνο στο πόστο που τους έχει ανατεθεί, αλλά να βοηθούν σε όποια δουλειά υπάρχει έλλειψη ανθρώπινου δυναμικού. Κάποιες φορές ακόμα δουλεύουν σε χώρους που δεν τηρούνται οι βασικοί κανόνες ασφαλείας ή ακόμα χειρότερα υγιεινής.

Ένα θετικό γεγονός που παρατηρείται στην Ελλάδα είναι ότι τουλάχιστον στον δημόσιο τομέα, οι αμοιβές ανδρών γυναικών είναι ίσες ενώ στο ιδιωτικό τομέα η διαφορά παραμένει ακόμα και σήμερα μεγάλη.

Με τη έναρξη της οικονομικής κρίσης στη Ελλάδα παρατηρήθηκαν περισσότερες απολύσεις των γυναικών και σε πολλές περιπτώσεις πήρε χρόνια να βρουν ξανά απασχόληση. Αυτό που μπορεί να οδήγησε τους εργοδότες σε μια τέτοια απόφαση είναι η μεγάλη πίεση που αντιμετώπιζαν οι περισσότερες εταιρίες στον ελλαδικό χώρο, ήθελαν το εργατικό τους δυναμικό να είναι πιο σκληρό, να παίρνει γρήγορα αποφάσεις και να αντιδράει στις νέες προκλήσεις με εγρήγορση. Η λέξη γυναίκα είναι συνυφασμένη λόγω της μητρότητας με τα χαρακτηριστικά της ευθραυστότητας και της ευαισθησίας, τα οποία δεν είναι από δεκτά στο επιχειρηματικό κόσμο.

3.6 Κρατικές επιχορηγήσεις και γυναικεία επιχειρηματικότητα

Βλέπουμε ότι τα τελευταία χρόνια το ΕΣΠΑ προσπαθεί από την πλευρά του να βοηθήσει και να τονώσει την γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα. Δίνει την ευκαιρία λοιπόν σε γυναίκες οι οποίες είτε είναι άνεργες είτε ελεύθεροι επαγγελματίες να λάβουν χρηματοδοτική ενίσχυση για να ιδρύσουν την δική τους επιχείρηση. Το γεγονός αυτό είναι πάρα πολύ σημαντικό καθώς οι γυναίκες κατά κύριο λόγο είναι πιο δύσκολο να ξεκινήσουν κάτι από το μηδέν και πάρουν ένα μεγάλο Ρίσκο. Μπορεί στη Ελλάδα γενικά η γυναικεία επιχειρηματικότητα να παρουσιάζει σταθερή άνοδο με το πέρασμα των χρόνων αλλά πάντα υπάρχουν σημαντικά περιθώρια βελτίωσης. Ενδιαφέρον αποτελεί το γεγονός ότι οι επιχειρήσεις στις οποίες δραστηριοποιούνται οι περισσότερες γυναίκες είναι οι τουριστικές και έπειτα στον ευρύτερο κλάδο του εμπορίου. Επίσης οι επιχειρήσεις που διοικούνται από γυναίκες είναι κατά κύριο λόγο μικρομεσαίες. Καλό θα ήταν λοιπόν να αρχίσει η εντονότερη δραστηριοποίηση των γυναικών στον κλάδο των επιχειρήσεων για να υπάρξει μια ισορροπία στην αγορά. Άλλωστε οι γυναίκες διαθέτουν πρωτότυπες ιδέες που μπορούν να φανούν πολύ χρήσιμες^[38].

3.7 Τουρισμός και γυναίκα στην Ελλάδα

Η βιβλιογραφία που υπάρχει για το συγκεκριμένο θέμα είναι περιορισμένη και για αυτό τον λόγο ήταν αναγκαία η έρευνα μέσω ερωτηματολογίων.

Σε γενικές γραμμές ότι ισχύει για τις υπόλοιπες επιχειρήσεις και την γυναίκα εργαζόμενη, ισχύουν και τις τουριστικές επιχειρήσεις. Η γυναικεία απασχόληση στον τουριστικό κλάδο παρουσιάζει αυξητικές τάσεις τα τελευταία χρόνια σε αυτό έχει συμβάλει το γεγονός ότι η τουριστική απασχόληση κατά κύριο λόγο περιορίζεται τους καλοκαιρινούς μήνες και δεν επεκτείνεται καθ όλη την διάρκεια του χρόνου.

Αξίζει να αναφερθεί ότι από τα στατιστικά της χρονιάς 2000 φαίνεται ότι, η απασχόληση των γυναικών στο τουριστικό κλάδο ανήλθε στο 43%. Σε αντίστοιχη έρευνα το 1995 το ποσοστό των εργαζόμενων γυναικών στον τουρισμό ήταν 40%. Το αντίστοιχο ποσοστό των γυναικών το 2018 αυξήθηκε στο 46,2%. Μπορούμε να

κάνουμε λόγο για μια μεγάλη αύξηση που με το πέρασμα των χρόνων γίνεται όλο και πιο προφανής^[39].

Μια γυναίκα στην Ελλάδα, μπορεί να απασχοληθεί σε πολλές διαφορετικές θέσεις στον κλάδο του τουρισμού. Για παράδειγμα μπορεί να εργαστεί σε ξενοδοχεία, σε καταστήματα εστίασης, σε γραφεία τουρισμού, σε κρουαζιερόπλοια κλπ. Εκτός όμως από αυτό, όπως αναφέρουν και τα Ηνωμένα Έθνη, η γυναικεία συμμετοχή στον τουριστικό κλάδο είναι ιδιαίτερα σημαντική όχι μόνον στις άκρες τουριστικές περιοχές (όπως Μύκονος και Σαντορίνη) αλλά και σε αγροτικές, επαρχιακές περιοχές^[40]. Στην Ελλάδα οι γυναίκες μπορούν να επωφεληθούν μέσω αυτού. Λόγω του μεγάλου πολιτιστικού πλούτου που διαθέτει η χώρα μας, η ανακαίνιση παραδοσιακών κτισμάτων, η δημιουργία παραδοσιακών γλυκών, η αναβίωση των εθίμων και η ενασχόληση με τις αγροτικές δουλειές είναι κάτι πρωτότυπο, μακριά από τα εμπορευματοποιημένα τουριστικά πακέτα και προϊόντα. Αυτή η ενέργεια είναι ωφέλιμη μόνο για τις γυναίκες να απασχοληθούν και βγάλουν κέρδος αλλά και για τους ταξιδιώτες που φεύγοντας, αποκομίζουν μια αυθεντική εμπειρία της Ελλάδας.

3.8 Η συμμετοχή των γυναικών στον τουριστικό κλάδο

Ο τουριστικός κλάδος φαίνεται ότι είναι ένας μεγάλος σύμμαχος για την εργασία των γυναικών και μπορούμε να καταλάβουμε ότι δημιουργεί θέσεις εργασίας για τις γυναίκες, καθώς προσφέρει ευκαιρίες λόγω της ποικιλίας των πραγμάτων που μπορεί κάποιος να κάνει. Σύμφωνα με το UNWTO (World Tourism Organization 2010) ο τουρισμός έπαιξε σημαντικό ρόλο στην μείωση των ανισοτήτων μεταξύ των δύο φύλων, προσφέροντας πρόσβαση σε γυναίκες να συμμετέχουν σε οικονομικές δραστηριότητες και να εργάζονται με σχετική αξιοπρέπεια σε σχέση με άλλους κλάδους. Ο World Tourism Organization κάνει προσπάθειες και συμμετέχει ενεργά μέσω καμπανιών για τη προώθηση της ισότητας μεταξύ των δυο φύλων^[41].

Στην Ευρωπαϊκή Ένωση το 2018 το 59% του εργατικού δυναμικού στον τουρισμό είναι γυναίκες και η συνολική απασχόληση των γυναικών στην συνολική οικονομία ανέρχεται στο 46%. Από αυτούς τους αριθμούς, μπορεί να συμπεράνει κανείς την συμβολή του τουρισμού στην γυναικεία εργασία. Μια ακόμα σημαντική πληροφορία είναι ότι ο τουριστικός κλάδος απασχολεί γυναίκες σε διπλάσιο ποσοστό σε σχέση με άλλους κλάδους^[42].

Ο λόγος που στον τουριστικό κλάδο απασχολούνται τόσες γυναίκες είναι εξής:

1. Ο τουρισμός σαν αντικείμενο έχει πολλές εκφάνσεις. Δεν είναι υποχρεωτικό κάποια να εργάζεται μόνο σε ξενοδοχεία αλλά μπορεί να βρει και άλλους τομείς που της ταιριάζουν καλύτερα. Με άλλα λόγια είναι ένας κλάδος που έχει πολλές εκφάνσεις.
2. Τους καλοκαιρινούς μήνες είναι πολύ εύκολο να βρει κάποια ημιαπασχόληση. Κάτι το οποίο την εξυπηρετεί καθώς μπορεί συνδυάζει οικογένεια και εργασία. Επίσης η εποχικότητα της απασχόλησης βοηθάει την γυναίκα να εργάζεται για έξι μήνες και τους υπόλοιπους να αφιερώνεται στην οικογένεια της.
3. Έχει χαμηλά εμπόδια εισόδου.
4. Είναι πιο εύκολο μια γυναίκα να ξεκινήσει μια τουριστική επιχείρηση από μόνη της, καθώς έχει την ευκαιρία να ασχοληθεί με την παραγωγή γλυκών και διάφορες χειροτεχνίες- σουβενίρ που φτιάχνει η ίδια^[43].

Μπορεί οι γυναίκες να έχουν μια πιο εύκολη πρόσβαση στον τουριστικό κλάδο και να βρίσκουν εργασία πιο γρήγορα σε σχέση με άλλους κλάδους, αυτό όμως δεν σημαίνει ότι οι αμοιβές τους είναι ίδιες ή και καλύτερες από αυτές των ανδρών. Έρευνα του Hollingsworth το 2006 έδειξε ότι οι γυναίκες στο τουριστικό κλάδο στην Αμερική αμείβονται πολύ λιγότερο από ότι οι άνδρες γεγονός που συμβαίνει συχνά στα υπόλοιπα επαγγέλματα και δεν γίνεται αποκλειστικά στον τουριστικό κλάδο^[43].

Όπως και σε πολλά ακόμη κλάδους έτσι και στο τουριστικό οι περισσότερες γυναίκες εργαζόμενες εργάζονται σε θέσεις με λιγότερες ευθύνες και χαμηλότερου επιπέδου. Πολύ συχνά συναντούμε γυναίκες καθαρίστριες σε ξενοδοχεία για παράδειγμα και εργαζόμενες ως σερβιτόρες. Οι άνδρες από την άλλη κατέχουν θέσεις μανάτζερ και διευθυντών που έχουν αυτόματα περισσότερες ευθύνες και μεγαλύτερη δυναμική.

Ένα παράδειγμα που μπορεί κάποιος να φέρει στο μυαλό για να γίνει περισσότερο κατανοητό το παραπάνω είναι ότι στον τομέα της αεροπορικής βιομηχανίας η συντριπτική πλειοψηφία των εργαζομένων είναι γυναίκες. Είτε αυτές εργάζονται στον γκισσέ είτε ως αεροσυνοδοί. Στις πιο υψηλόβαθμες θέσεις σε αυτόν τον τομέα (όπως πιλότοι, χειριστές εναέριας κυκλοφορίας) δουλεύουν άνδρες. Το γεγονός ότι στο κόσμο πολλοί περισσότεροι άνδρες πιλότοι και μόνον το 5% από αυτές είναι γυναίκες είναι από τα πολλά τρανταχτά παραδείγματα ότι δεν υπάρχει τόση εμπιστοσύνη και προφανώς είναι πιο εύκολο να προσλάβουν έναν άνδρα. Τα ανδροκρατούμενα επαγγέλματα έχουν υψηλά εμπόδια εισόδου και η πρόσληψη μιας γυναίκας, αν όχι ακατόρθωτη, είναι πολύ δύσκολη^[44]. Από τα παραπάνω συμπεραίνουμε ότι στον τουριστικό κλάδο πολλές φορές, και σε κάποιους συγκεκριμένους τομείς, υπάρχει υπερεκπροσώπηση από τις γυναίκες. Η εκμετάλλευση επίσης στον τουριστικό κλάδο είναι αναπόφευκτη καθώς πολλές φορές εργάζονται υπερωρίες και δεν πληρώνονται όπως τους αρμόζει αλλά και το μέγεθος της εργασίας τους δεν είναι ισοδύναμο με τον μισθό τους. Η εκμετάλλευση όμως στον τουρισμό, μπορεί να λάβει και άλλου είδους μορφές όπως: σεξουαλική παρενόχληση, κακές συνθήκες εργασίας, άγχος και καθημερινές ανισότητες είναι μόνο λίγα από τα περιστατικά με τα οποία έρχονται αντιμέτωπες οι γυναίκες εργαζόμενες.

Το άσχημο αυτής της κατάστασης είναι ότι πολλές φορές σιωπούν καθώς είναι γυναίκες με χαμηλό μορφωτικό επίπεδο και φοβούνται ότι ένας διαπληκτισμός με τον εργοδότη τους μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα και την απόλυση.

Για να συνοψίσουμε, καταλήγουμε στο γεγονός ότι παρόλο που ο τουρισμός έχει πολλές θετικές πλευρές, όπως και σε όλες τις βιομηχανίες, έχει και αρκετές αρνητικές. Συχνό είναι το φαινόμενο, οι γυναίκες να πέφτουν θύματα εκμετάλλευσης και σε περιπτώσεις ύφεσης, όπως γίνεται και στους άλλους κλάδους να απολύονται πρώτες.

ΜΕΡΟΣ Β΄: ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η παρακάτω έρευνα εκπονήθηκε στα πλαίσια ολοκλήρωσης της πτυχιακή εργασίας. Η μεθοδολογία έρευνας αποτελεί πολύ σημαντικό εργαλείο αφού γίνεται πιο εύκολος ο εντοπισμός του προβλήματος και ο σκοπός της διερεύνησης του. Το νησί το οποίο επιλέχθηκε για την παρακάτω ερεύνα είναι η Κρήτη. Λόγω του μεγάλου μεγέθους αλλά και της ποικιλίας στα διάφορα πεδία απασχολήσεως που διαθέτει, αποτελεί ένα αντιπροσωπευτικό παράδειγμα για την μέτρηση της ικανοποίησης των εργαζόμενων γυναικών στην Ελλάδα. Για τη αποπεράτωση της παρακάτω έρευνας της παρούσας πτυχιακής χρησιμοποιήθηκαν ερωτηματολόγια, που δόθηκαν αποκλειστικά σε γυναίκες ανά την Κρήτη. Προτού όμως προχωρήσουμε στην αναλυτική καταγραφή των δεδομένων, καλό θα ήταν να ορίσουμε την έννοια της λέξης έρευνα. « Έρευνα είναι η δημιουργική εργασία που αναλαμβάνεται σε συστηματική βάση με σκοπό την αύξηση του αποθέματος γνώσης. Στην έρευνα, μπορεί να μην προσδοκάτε (βασική έρευνα) ή να προσδοκάτε (εφαρμοσμένη έρευνα) η χρήση του αποθέματος γνώσης για την επινόηση νέων εφαρμογών» Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης- Επιτροπή Ερευνών 2009

4.1 Σκοπός της έρευνας και στόχοι

Ο σκοπός της παρακάτω έρευνας και μελέτης είναι η μέτρηση της ικανοποίησης των γυναικών που εργάζονται στον τουριστικό κλάδο και των ενδεχόμενων ανισοτήτων που αντιμετωπίζουν, σε σχέση με τους άνδρες συναδέλφους τους. Γενικά είναι σημαντικό να εντοπιστούν οι διακρίσεις που γίνονται και κατά πόσο αυτές επηρεάζουν την απόδοση των γυναικών στην εργασία τους στον τουρισμό.

4.2 Ανάγκη εκπόνησης αυτής της έρευνας

Από την αναζήτηση που έγινε στο διαδίκτυο αλλά και σε βιβλιοθήκες, δεν εντοπίστηκαν πτυχιακές με παρόμοια έρευνα τουλάχιστον στο ελληνικό περιβάλλον, στο πρόσφατα παρελθόν. Μπορούμε να συμπεράνουμε ότι η συγκεκριμένη πτυχιακή με το θέμα «Η γυναίκα στον τουριστικό κλάδο στην Κρήτη» δεν έχει ξαναπραγματοποιηθεί. Είναι ένα θέμα που απασχολεί πολλές γυναίκες, καθώς το περισσότερο εργατικό δυναμικό στον κλάδο του τουρισμού στην Ελλάδα, είναι γυναίκες. Με την παραπάνω έρευνα που έγινε και γενικά με την παραπάνω πτυχιακή, η ερευνήτρια τρέφει προσδοκίες ότι θα παραχθεί καινούργια γνώση μελετώντας τον βαθμό ικανοποίησης των εργαζόμενων γυναικών στον τουριστικό κλάδο και τις διαφορές των δύο φύλων σε αυτό και ευελπιστεί με την σειρά της να βοηθήσει τους άλλους ανθρώπους να κατανοήσουν τις δυσκολίες που συναντούν οι εργαζόμενες και το ενδεχόμενο με το πέρασμα των χρόνων αυτές οι αντιξοότητες να ξεπεραστούν και ο χώρος των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων να γίνει πιο αξιοκρατικός.

4.3 Ερευνητικός σκοπός και στόχοι

Ο σκοπός αυτής της έρευνας είναι να καταγραφεί το πως αντιλαμβάνονται την καριέρα και τις ευκαιρίες επαγγελματικής εξέλιξης οι γυναίκες που εργάζονται στον τουριστικό τομέα στην Κρήτη.

Πιο συγκεκριμένα τα ερευνητικά ερωτήματα της εργασίας αφορούν τα παρακάτω:

- Ποιος ο βαθμός ικανοποίησης από την εργασία τους;
- Πώς αξιολογούν το επίπεδο εργασιακών σχέσεων με τους συναδέλφους, προϊσταμένους κλπ; (επικοινωνία, ομαδικότητα κτλ)
- Σε ποιο βαθμό θεωρούν ότι οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις στις οποίες εργάζονται ευνοούν τους άνδρες σε σύγκριση με τις γυναίκες εργαζόμενες;
- Πόσο εύκολο θεωρούν ότι είναι για τις γυναίκες να βρουν εργασία στον τουριστικό κλάδο;
- Υπάρχουν προοπτικές εξέλιξης για τις γυναίκες στην τουριστική βιομηχανία στην Κρήτη;

4.4 Το ερευνητικό εργαλείο

Η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε για την ολοκλήρωση της έρευνας στην συγκεκριμένη πτυχιακή είναι τα ερωτηματολόγια με ερωτήσεις κλειστού τύπου και το είδος της έρευνας είναι ποσοτική. Αξίζει να αναφερθεί ότι χρησιμοποιήθηκε η κλίμακα ικανοποίησης Likert. Η χρήση των ερωτηματολογίων θεωρήθηκε ότι ήταν η πιο κατάλληλη για την αποπεράτωση της παρακάτω έρευνας, καθώς υπάρχει η δυνατότητα να απαντήσει μεγαλύτερος αριθμός ατόμων και έτσι να υπάρχει μια πιο

αντικειμενική άποψη για το θέμα καθώς ο ερευνητής δεν μπορεί να κατευθύνει τους ερωτώμενους. Όσο αφορά την δομή του ερωτηματολογίου:

1° μέρος: Υπάρχουν επτά ερωτήσεις δημογραφικού περιεχομένου αναφορικά με την ηλικία, την εκπαίδευση τους, την οικογενειακή κατάσταση, τα παιδιά τους, τον τύπο της απασχόλησης, τα χρόνια που εργάζονται σε αυτό τον κλάδο και το τμήμα το οποίο εργάζονται.

2° μέρος: Στη συνέχεια ερευνάται η εργασιακή τους ικανοποίηση σε εννιά ερωτήσεις και σε ποιο βαθμό αυτή υπάρχει. (ικανοποίηση από την εργασία, προοπτικές εξέλιξης, μισθός, γνώσεις που αποκτούνται, κατανόηση, στρες και σχέσεις με τους συναδέλφους).

3° μέρος: Στο τρίτο και στο τελευταίο μέρος του ερωτηματολογίου με πέντε ερωτήσεις εξετάζονται οι τυχόν ανισότητες που έχουν συναντήσει στην εργασιακή τους πορεία έως και σήμερα σε σχέση με τους άνδρες συναδέλφους τους, η δυσκολία εύρεσης εργασίας και κατά πόσο υπάρχει αξιοκρατία στον τουριστικό κλάδο στην Κρήτη.

Έγινε προσπάθεια να δημιουργηθεί ένα ερωτηματολόγιο σύντομο διότι ο χρόνος είναι πολύτιμος και ήταν προτεραιότητα να μην κουράσουν τον ερωτώμενο.

Ως κλίμακα ικανοποίησης χρησιμοποιήθηκαν βαθμιδωτές κλίμακες και υπήρχε ένα σύνολο προκαθορισμένων απαντήσεων (ΔΓ/ΔΑ, Λίγο, Αρκετά, Πολύ, Πάρα πολύ).

4.5 Ερευνητική διαδικασία – Διεξαγωγή έρευνας

Στην παρακάτω έρευνα, η διαδικασία συλλογής δεδομένων διήρκεσε έξι μήνες, από τον Αύγουστο του 2019 μέχρι τον Ιανουάριο του 2020. Τα περισσότερα ερωτηματολόγια μοιράστηκαν την περίοδο του Αυγούστου 2019 μέχρι και τον Οκτώβριο 2019. Καθώς η ερευνήτρια δεν βρισκόταν στην Κρήτη από την αρχή της σεζόν, έγινε η προσπάθεια συλλογής δεδομένων προς το τέλος της σεζόν του 2019. Πιο συγκεκριμένα, τα ερωτηματολόγια απαντήθηκαν αποκλειστικά από γυναίκες, 91 στον αριθμό που εργάζονται στον τουριστικό κλάδο στο Νομό Ηράκλειου (Χερσόνησος, Μάλλια, Σταλίδα), στο Νομό Λασιθίου (κυρίως στην Σητεία και στον Μακρύ Γιαλό), στο Νομό Ρεθύμνου και τέλος στο Νομό Χανίων. Κρίθηκε σωστό το μοίρασμα των ερωτηματολογίων σε όλους τους νομούς, καθώς με αυτόν τον τρόπο θα υπάρχει μια πιο αντικειμενική άποψη πάνω στο θέμα. Αξίζει να σημειωθεί σε αυτό το σημείο ότι η ερευνήτρια ήταν παρούσα στην διανομή των περισσότερων ερωτηματολογίων. Προτιμήθηκε κατά κύριο λόγο το μοίρασμα τους μέσω προσωπικής επαφής διότι η ερευνήτρια θεώρησε ότι κατά αυτό τον τρόπο θα μπορέσει να αποσπάσει κάποιες παραπάνω πληροφορίες για την απασχόληση τους και την εμπειρία που έχουν αποκομίσει όλα αυτά τα χρόνια που εργάζονται, πέρα από τις ερωτήσεις των ερωτηματολογίων.

Τα δεκαπέντε ερωτηματολόγια απαντήθηκαν από εργαζόμενες στο Aldemar Cretan Village και τα υπόλοιπα από γυναίκες που εργάζονται σε διάφορα ξενοδοχεία ανά την Κρήτη. Σε αυτό το σημείο αξίζει να σημειωθεί ότι το δείγμα που επιλέχθηκε δεν ήταν και τόσο εύκολο να προσεγγιστεί, αφού τα ερωτηματολόγια τα συμπλήρωσαν γυναίκες διάφορων ηλικιακών ομάδων. Όσο αφορά τις μικρότερες ηλικίες ήταν πιο εύκολα προσεγγίσιμες καθώς μπορούσαν να κατανοήσουν καλύτερα τον λόγο που γίνεται αυτή την έρευνα. Οι μεγαλύτερες σε ηλικία γυναίκες από την άλλη, αρχικά φαινότουσαν ότι αντιμετώπιζαν την όλη κατάσταση με μια δυσπιστία καθώς στα ερωτηματολόγια υπάρχουν και ερωτήσεις πιο προσωπικού περιεχομένου που πολλές φορές τις απαντούσαν διστακτικά. Εφόσον βεβαιώθηκαν ότι τα ερωτηματολόγια θα χρησιμοποιηθούν αυστηρά και μόνο για σκοπούς έρευνας για την ολοκλήρωση της πτυχιακής εργασίας και δεν θα διαρρεύσουν σε προϊστάμενους και στα ανώτερα στελέχη τα συμπλήρωναν με μεγαλύτερη ευκολία.

Εφόσον η παρούσα πτυχιακή είναι προσανατολισμένη στην εργασία της

γυναίκας στον τουριστικό κλάδο στην Κρήτη, ήταν λογικό η επιλογή του δείγματος να είναι αποκλειστικά γυναίκες που εργάζονται στην Κρήτη. Αυτό συμβαίνει γιατί μας ενδιέφερε να εντοπίσουμε την γνώμη των γυναικών για και την κατάσταση που επικρατεί στο σύγχρονο εργασιακό περιβάλλον. Καθώς ο συνολικός αριθμός του δείγματος ήταν 91 γυναίκες, είναι επόμενο μέσα στο δείγμα να είναι γυναίκες οι οποίες εργάζονται σε ξενοδοχεία διάφορων διαβαθμίσεων. Στη συγκεκριμένη περίπτωση τα ερωτηματολόγια απαντήθηκαν από γυναίκες που εργάζονται σε ξενοδοχεία από δυο αστέρων μέχρι πέντε αστέρων.

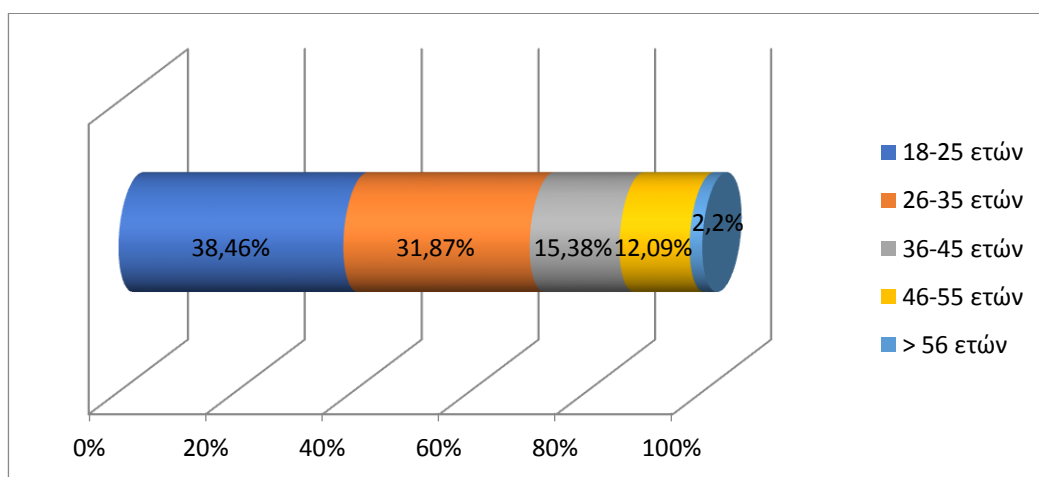
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5° : ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Σε αυτό το κεφάλαιο αναλύονται τα στατικά στοιχεία που συγκεντρώθηκαν από τα ερωτηματολόγια. Κατά αυτό τον τρόπο, θα αναλυθεί κατά πόσο οι γυναίκες σήμερα είναι ικανοποιημένες από την εργασία τους στον τουρισμό στην Κρήτη και αν γίνονται διακρίσεις εις βάρος των γυναικών μεταξύ των δυο φύλων.

5.1 Αποτελέσματα των γενικών (δημογραφικών) ερωτήσεων

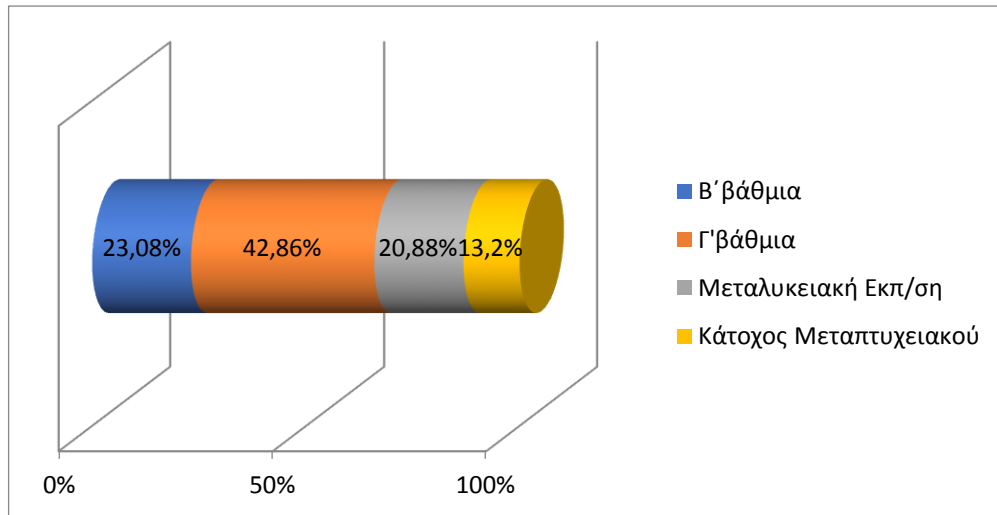
Σε αυτό το σημείο αξίζει να αναφερθεί ότι τα ερωτηματολόγια τα συμπλήρωσαν αποκλειστικά γυναίκες, καθώς το θέμα της παραπάνω πτυχιακής πραγματευόταν την γυναικεία εργασία. Οπότε δεν τίθεται το θέμα να γίνει η παράθεση των στατιστικών συμπλήρωσης ανδρών και γυναικών.

Επιπλέον, οι γυναίκες που συμμετείχαν για την συμπλήρωση των ερωτηματολογίων, ανήκαν σε διάφορες ηλικιακές ομάδες. Πιο συγκεκριμένα 35 ερωτηματολόγια απαντήθηκαν από γυναίκες 18 έως 25 ετών, 29 άτομα από 26 έως 35 ετών, 14 άτομα 36 έως 45 ετών, 11 γυναίκες από 46 έως 55 ετών και τέλος 2 άτομα από 56 και άνω χρονών. Στο παρακάτω διάγραμμα παρουσιάζονται οι ηλικίες με ποσοστά.



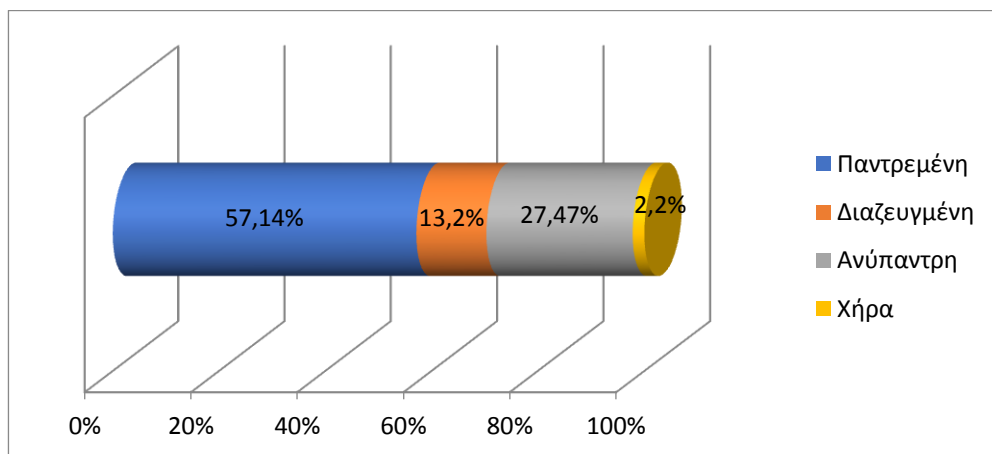
Γράφημα 3: Ηλικία συμμετεχόντων στα ερωτηματολόγια

Μια ακόμα σημαντική ερώτηση έτσι ώστε να γίνει πιο κατανοητό το προφίλ του ερωτώμενου είναι η εκπαίδευση. Στο παρακάτω διάγραμμα φαίνονται αναλυτικά τα ποσοστά. Οι περισσότερες από τις ερωτώμενες γυναίκες πιο συγκεκριμένα το 42,86% έχουν πτυχίο ή σπουδάζουν στην τριτοβάθμια εκπαίδευση. Έπειτα ακολουθεί η δευτεροβάθμια εκπαίδευση με 23,08%, η μεταλυκειακή εκπαίδευση που περιλαμβάνει Ι.Ε.Κ και σχολές επαγγελματικής κατάρτισης με ποσοστό 20,88% και τέλος έρχονται οι κάτοχοι μεταπτυχιακού με το χαμηλότερο ποσοστό 13,20%. Είναι εμφανές ότι ένα σημαντικό ποσοστό των ερωτώμενων έχει πλέον πτυχίο πανεπιστημίου ή Τ.Ε.Ι. Αυτό δείχνει ότι οι εποχές έχουν αλλάξει και σε σχέση με το παρελθόν, όλο και περισσότεροι νέοι μορφώνονται.



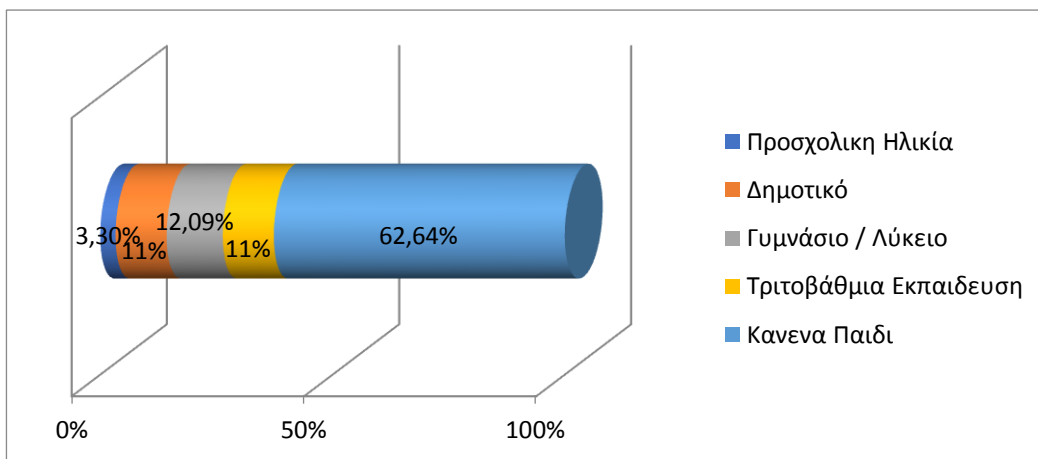
Γράφημα 4: Εκπαίδευση συμμετεχόντων

Στη συνέχεια παρουσιάζεται η οικογενειακή κατάσταση. Το 57,14% το αποτελούν οι παντρεμένες, έπειτα έρχονται οι ανύπαντρες με 27,47%, οι διαζευγμένες με 13,19% και τέλος οι χήρες με 2,2%.



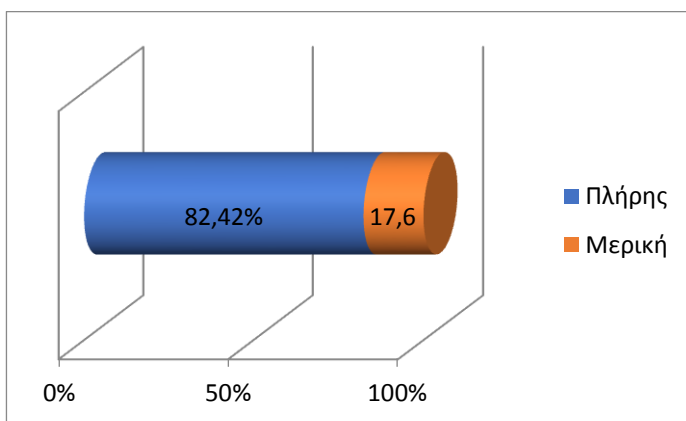
Γράφημα 5: Οικογενειακή κατάσταση

Σε σχέση με τα εξαρτώμενα τέκνα που έχουν οι γυναίκες και σε ποια ηλικία βρίσκονται, ένας μεγάλος αριθμός των ερωτηθέντων το 62,64% απάντησε πως δεν έχει παιδιά. Το 12,09% απάντησε ότι έχει παιδιά στο Γυμνάσιο/Λύκειο, το 11% στην τριτοβάθμια εκπαίδευση, 11% στο δημοτικό και τέλος μόνον το 3,3% στην προσχολική ηλικία.



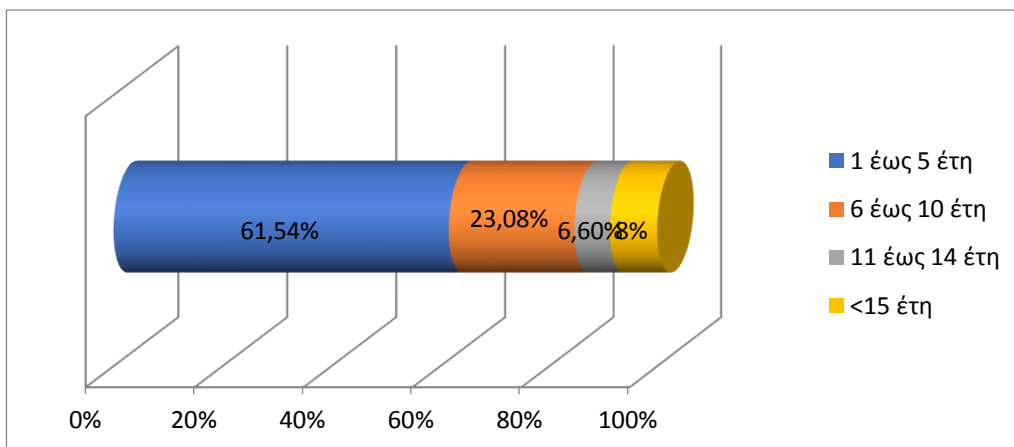
Γράφημα 6: Εξαρτώμενα παιδιά στις παρακάτω κατηγορίες

Στην επόμενη ερώτηση ζητήθηκε να συμπληρώσουν το είδος απασχόλησης τους. Δηλαδή εάν είναι πλήρης η απασχόληση ή μερική. Η συντριπτική πλειοψηφία δηλαδή το 82,42% έχει συμβόλαιο για πλήρη απασχόληση και το υπολειπόμενο 17,60% έχει συμβόλαιο για μερική. Γενικά παρατηρείται ότι στον τουριστικό κλάδο και ιδιαίτερα σε περιοχές οι οποίες προσελκύουν χιλιάδες τουρίστες, η μερική απασχόληση δεν είναι πολύ κοινή, καθώς οι επιχειρήσεις τις περιόδους high season έχουν μεγάλο φόρτο εργασίας.



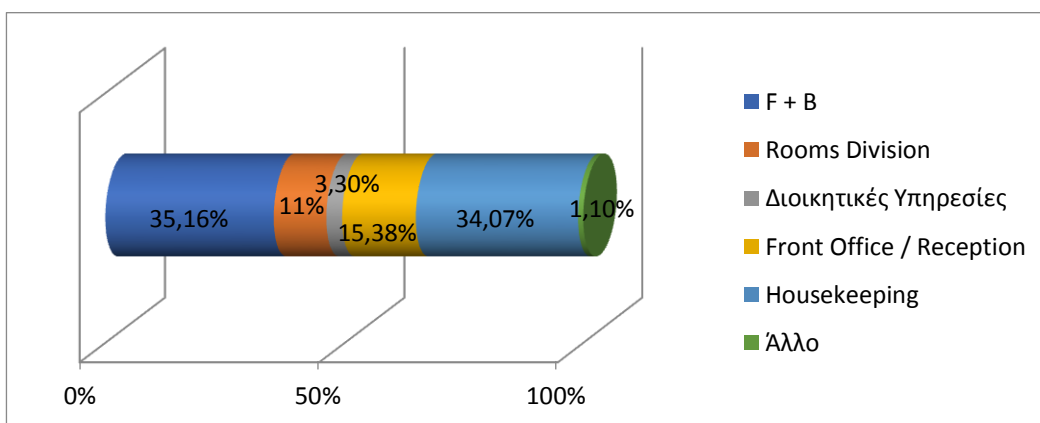
Γράφημα 7: Είδος απασχόλησης

Στην έκτη από τις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου για το πόσα χρόνια εργάζονται σε αυτή την θέση, το 61,54% απάντησε ότι εργάζεται από 1 έως 5 χρόνια, το 23,08% από 6 έως 10, το 6,6% από 11 έως 14 χρόνια και το 8,79% πάνω από 15 χρόνια. Κατά την διάρκεια του μοιράσματος των ερωτηματολογίων και την προσωπική επαφή που είχε η ερευνήτρια με της ερωτώμενες, πολλές είπαν ότι με το πέρασμα των χρόνων θα ήθελαν να μεταβούν και σε ένα διαφορετικό κλάδο πέρα από αυτό του τουρισμού.



Γράφημα 8: Χρόνια εργασίας σε αυτή τη θέση

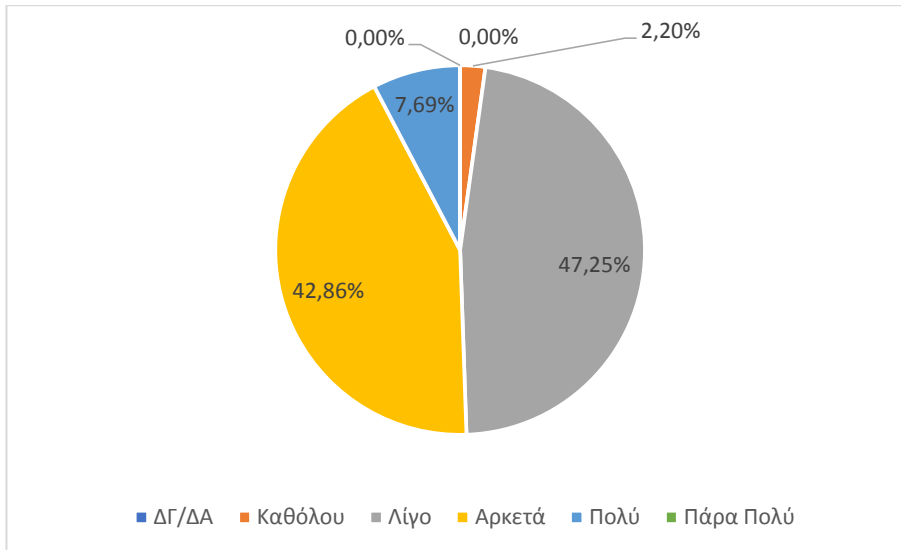
Η τελευταία ερώτηση για τα δημογραφικά στοιχεία, περιλαμβάνει σε ποιο από τα τμήματα του ξενοδοχείου δουλεύουν οι γυναίκες. Το ποσοστό που εργάζεται στο τμήμα του F&B αγγίζει το 35,16%, 34,07% στο Housekeeping, 11% στο Room Division, 15,38% στο Front office/ Reception, στις διοικητικές υπηρεσίες το 3,3% και τέλος άλλο 1,1%. Από τις 91 γυναίκες λοιπόν που ερωτήθηκαν σε πιο τμήμα δουλεύουν μόνο το 3% απάντησε ότι απασχολείται σε διοικητικές θέσεις δηλαδή τις πιο υψηλόβαθμες. Αυτός ο αριθμός εκφράζει το πόσο δύσκολη είναι η ανέλιξη στον τουριστικό κλάδο. Η εκπροσώπηση των γυναικών σε υψηλόβαθμες θέσεις είναι πολύ μικρή, καθώς δεν υπάρχει μεγάλη εμπιστοσύνη από την πλευρά των εργοδοτών και πρέπει να διαθέτει μεγάλη προϋπηρεσία, έτσι ώστε να εξελιχθεί.



Γράφημα 9: Τμήμα του ξενοδοχείου που ανήκουν

5.2 Αποτελέσματα εργασιακής ικανοποίησης

Το δεύτερο μέρος των ερωτηματολογίων ασχολείται με την εργασιακή ικανοποίηση των γυναικών. Η πρώτη ερώτηση αναφέρεται στο κατά πόσο οι γυναίκες είναι ικανοποιημένες από την εργασία τους. Οι ερωτώμενες κλήθηκαν να απαντήσουν στην κλίμακα ΔΓ/ΔΑ, καθόλου, λίγο, αρκετά, πολύ πάρα πολύ. Το 2,2% απάντησε καθόλου, το 47,25% απάντησε λίγο, το 32,97% απάντησε αρκετά, το 7,7% απάντησε πολύ και καμία γυναίκα δεν απάντησε πάρα πολύ. Παρατηρούμε από τα αποτελέσματα ότι υπάρχει μια γενική δυσαρέσκεια, καθώς ένα σημαντικό ποσοστό απάντησε ότι είναι λίγο ικανοποιημένο με την εργασία του. Αυτό δείχνει ότι υπάρχουν σημαντικά περιθώρια βελτίωσης στην Κρήτη.



Γράφημα 10: Ικανοποίηση από την εργασία

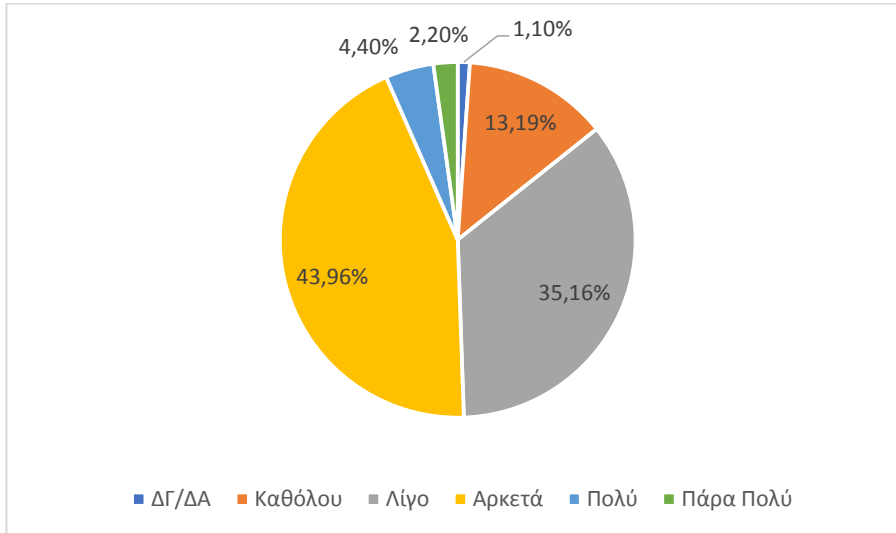
Η δεύτερη ερώτηση της ενότητας είναι κατά πόσο υπάρχουν προοπτικές εξέλιξης. Το 2,2% των γυναικών απάντησε ΔΓ/ΔΑ, το 6,6 απάντησε καθόλου, το 46,15% απάντησε λίγο, αρκετά το 37,36% το 7,7% απάντησε πολύ και τέλος καμία γυναίκα δεν απάντησε πάρα πολύ. Το μεγαλύτερο ποσοστό των γυναικών έκρινε ότι υπάρχουν λίγες πιθανότητες να εξελιχθούν. Η επαγγελματική εξέλιξη στα ξενοδοχεία είναι πολύ δύσκολη για τις γυναίκες και πολλές από τις γυναίκες είναι στην ίδια θέση για πολλά χρόνια και νομίζουν ότι αυτή η κατάσταση δεν θα αλλάξει τουλάχιστον στο άμεσο μέλλον. Το θετικό είναι ότι επίσης ένα μεγάλο ποσοστό θεωρεί ότι υπάρχουν προοπτικές εξέλιξης στο ξενοδοχείο που εργάζονται.



Γράφημα 11: Προοπτικές εξέλιξης

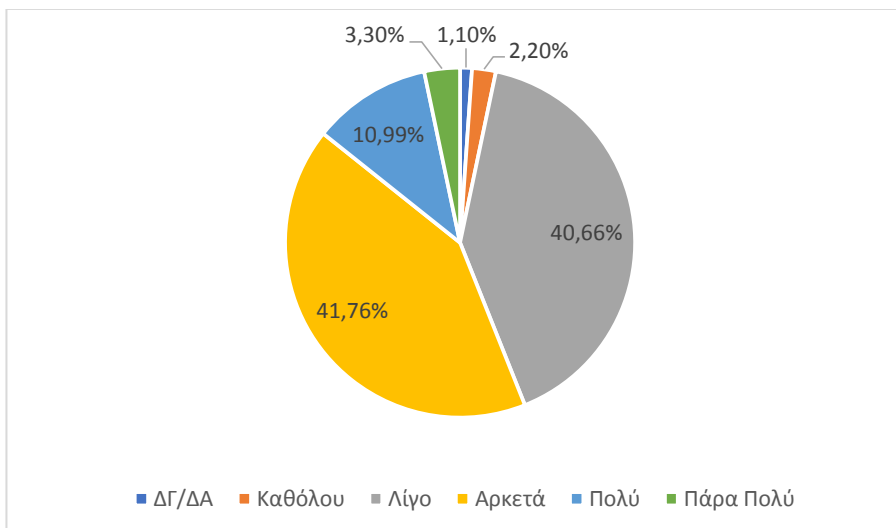
Στη συνέχεια ερωτώνται για το πόσο ικανοποιητικά πληρώνονται σε σχέση με υπηρεσίες που προσφέρουν. Ο μισθός αποτελεί ένα μεγάλο κίνητρο για τον εργαζόμενο. Εάν ο εργαζόμενος νιώθει ότι πληρώνεται καλά για αυτό που προσφέρει στην εκάστοτε επιχείρηση, τότε μπορεί να αποδώσει πολύ καλύτερα. Το ΔΓ/ΔΑ το συμπλήρωσε 1,1%, έπειτα καθόλου απάντησε το 6,59%, λίγο το 35,16%, Αρκετά καλά το 43,96%, πολύ το 4,4% και τέλος μόλις το 2,2% συμπλήρωσε το πάρα πολύ. Βλέπουμε ότι αρκετές είναι οι γυναίκες που εκφράζουν την ικανοποίησή τους από τον

μισθό τους και αυτό είναι πολύ σημαντικό καθώς οι περισσότερες γυναίκες που εργάζονται στον κλάδο του τουρισμού στην Ελλάδα είναι κακοπληρωμένες. Στην αντίθετη πλευρά όμως βρίσκεται επίσης ένα αρκετά μεγάλο το ποσοστό που δηλώνει λίγο ικανοποιημένο από το μισθό του. Σε γενικές γραμμές και από την παραπάνω μελέτη που έχει πραγματοποιηθεί, μπορεί οι μισθοί στον τουριστικό κλάδο να είναι λίγο καλύτερη από τους συμβατικούς μισθούς που θα έπαιρνε σε ένα γραφείο για παράδειγμα, καταπατούνται όμως τα ωράρια (παραπάνω από 8 ώρες και δεν υπάρχουν Κυριακές και αργίες. Παρακάτω βλέπουμε το διάγραμμα.



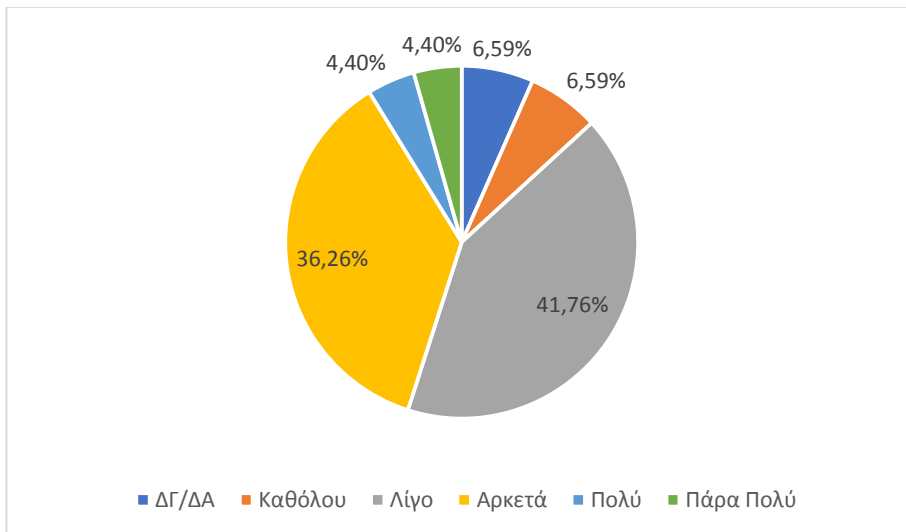
Γράφημα 12: Πληρωμή αναλόγως των υπηρεσιών

Στην τέταρτη ερώτηση αυτής της ενότητας οι εργαζόμενες καλούνται να απαντήσουν εάν έχουν καλή επικοινωνία με τον προϊστάμενο τους. Είναι πολύ σημαντικό να νιώσει ο εργαζόμενος ότι στο περιβάλλον της εργασίας του υπάρχει κάποιος που θα ακούσει αυτό που έχει να του πει και θα τον κατανοήσει. Πολλές φορές όταν ανακύπτουν προβλήματα που ο εργαζόμενος δεν μπορεί να λύσει, παίζει καθοριστικό ρόλο η βοήθεια του προϊσταμένου. Το 1,1% απάντησε ΔΓ/ΔΑ, το 2,2% απάντησε ότι δεν υπάρχει καθόλου καλή επικοινωνία με το προϊστάμενο, το 40,66 λίγο, το 41,76 αρκετά καλή επικοινωνία το 11% πολύ καλή και τέλος το 3,3% πάρα πολύ. Καλό θα είναι τα ξενοδοχεία να επενδύσουν σε αυτό το κομμάτι, καθώς ένας καλός προϊστάμενος μπορεί να βοηθήσει τους εργαζόμενους σε πολλούς τομείς.



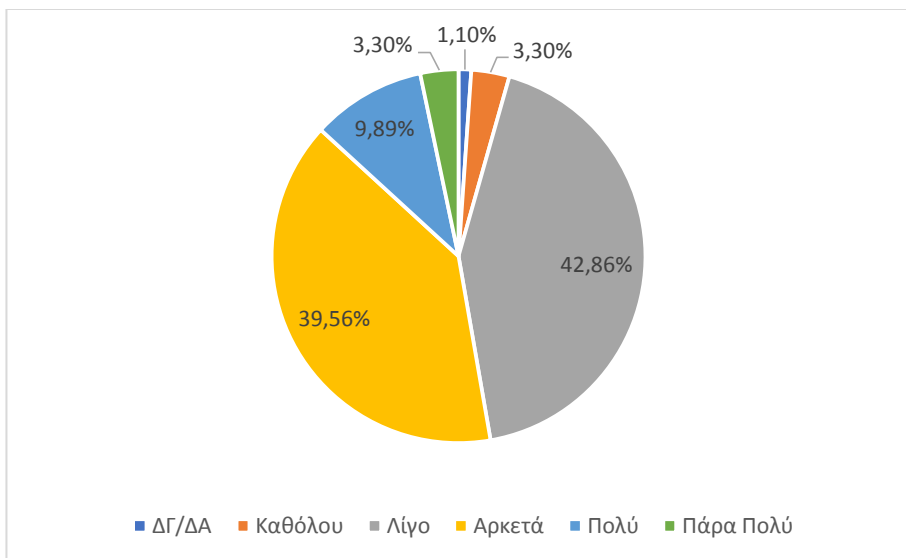
Γράφημα 13: Επικοινωνία με τους προϊσταμένους

Η Πέμπτη ερώτηση αναφέρεται στις γνώσεις που αποκτούν οι εργαζόμενες κατά την διάρκεια της εργασίας τους. Η προσωπική εξέλιξη σε οποιαδήποτε είναι εξέχουσας σημασίας. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί είτε με σεμινάρια που η εταιρεία τα διοργανώνει αποκλειστικά για τους εργαζόμενους, είτε με ημερίδες ενημέρωσης για τις νέες τάσεις που κυκλοφορούν στον κλάδο του τουρισμού. Το 6,6 απάντησε ΔΓ/ΔΑ, το 6,6 καθόλου, το 41,76 απάντησε λίγο, το 36,26 αρκετά, το 4,4 πολύ και τέλος το 4,4 πάρα πολύ.



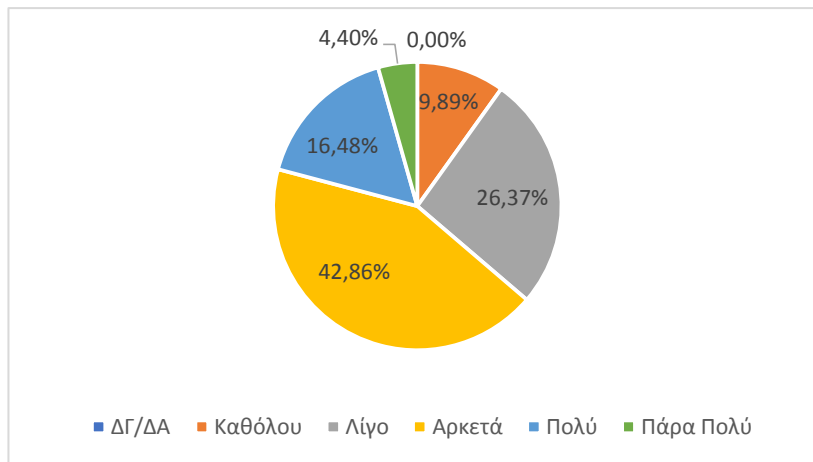
Γράφημα 14: Απόκτηση γνώσεων κατά την διάρκεια της εργασίας

Στην ερώτηση για το εάν υπάρχει ευελιξία και κατανόηση όταν προκύπτουν προσωπικά προβλήματα το 1,1 απάντησε ΔΓ/ΔΑ, το 3,3 καθόλου, ένα μεγάλο ποσοστό απάντησε λίγο 42,86, το 39,56 ότι υπάρχει αρκετή ευελιξία, το 9,89% πολύ και το 3,3 πάρα πολύ. Το θετικό και αρνητικό ταυτόχρονα είναι ότι εξίσου ένα μεγάλο ποσοστό απάντησε ότι υπάρχει λίγη ευελιξία και αρκετή ευελιξία και κατανόηση από την μεριά των προϊσταμένων. Μερικές φορές αυτό που δεν μπορούν να καταλάβουν οι προϊστάμενοι είναι ότι οι εργαζόμενοι έχουν υποχρεώσεις και προσωπική ζωή πέρα από την δουλειά και πολλές φορές ανακύπτουν αναπάντεχα προβλήματα.



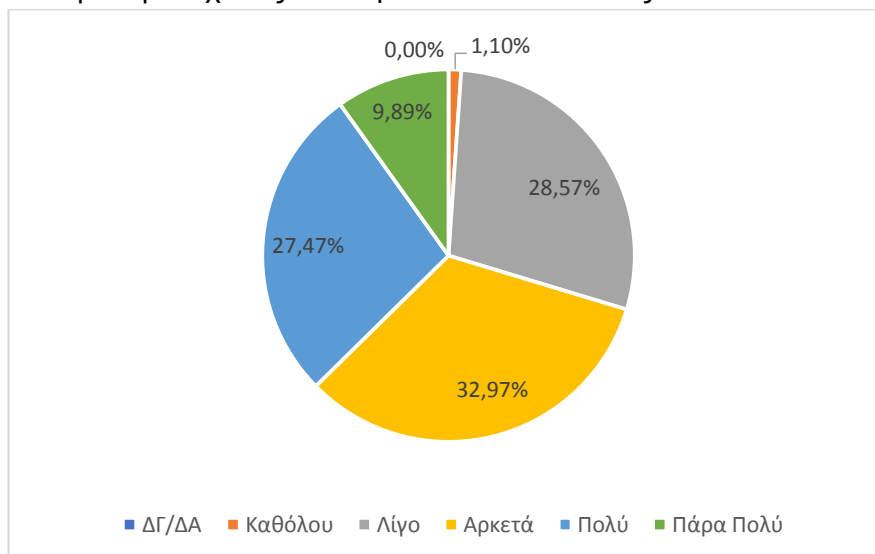
Γράφημα 15: Ευελιξία και κατανόηση προϊσταμένων

Η επόμενη ερώτηση αναφέρεται στο εάν και κατά πόσο οι γυναίκες αντιμετωπίζουν στρες και πίεση καθημερινά στην εργασία τους. Το στρες παίζει καθοριστικό ρόλο για την απόδοση ενός εργαζόμενου. Το φόρτο της εργασίας, η αντιμετώπιση από τους προϊσταμένους και τους ανώτερους και οι ώρες που εργάζεται κάποιος αποτελούν πολλές φορές στρεσογόνους παράγοντες που εξαντλούν τον εργαζόμενο ψυχικά και σωματικά. Σύμφωνα με τα ποσοστά πολλές εργαζόμενες είναι αρκετά στρεσαρισμένες και πιεσμένες καθημερινά στην εργασία τους. Από την άλλη ένα μεγάλο ποσοστό νιώθει λίγο πιεσμένο. Το στρες στην εργασία εξαρτάται από πολλούς παράγοντες. Από τον τύπο της εργασίας, από τις ώρες που κάποιος εργάζεται και από το φόρτο εργασίας που έχει κάποιος.



Γράφημα 16: Στρες και πίεση κατά την διάρκεια της εργασίας

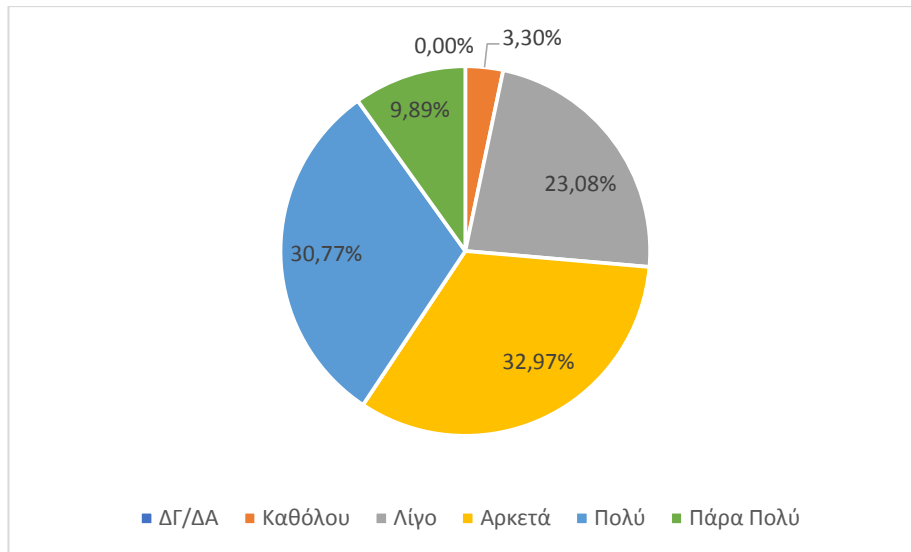
Στην όγδοη ερώτηση αυτής της κατηγορίας βρίσκονται οι καλές σχέσεις με τους συναδέλφους. Εδώ συναντούμε ένα πολύ μεγάλο ποσοστό να έχει απαντήσει θετικά, ότι δηλαδή οι σχέσεις είναι αρκετά και πολύ καλές.



Γράφημα 17: Σχέσεις με συναδέλφους

Η τελευταία κατά σειρά ερώτηση αυτής της ενότητας αναφέρεται στον αν υπάρχει ομαδικό πνεύμα στην επιχείρηση που εργάζεστε. Η ομαδικότητα είναι ένα από τα σημαντικότερα συστατικά επιτυχίας σε οποιαδήποτε εταιρεία. Οι εργαζόμενοι μοιράζονται τους προβληματισμούς τους, τις ιδέες τους και προτάσεις που μπορούν να

βελτιώσουν την εταιρεία που εργάζονται. Οι περισσότεροι άνθρωποι θέλουν να νιώθουν ότι ανήκουν σε μια ομάδα και κατά αυτόν τον τρόπο η αποδοτικότητα τείνει να βελτιώνεται. Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων γυναικών απάντησε ότι υπάρχει αρκετά και πολύ η ομαδικότητα στο ξενοδοχείο που εργάζονται, γεγονός πολύ ενθαρρυντικό και λιγότερες απάντησαν καθόλου και λίγο.

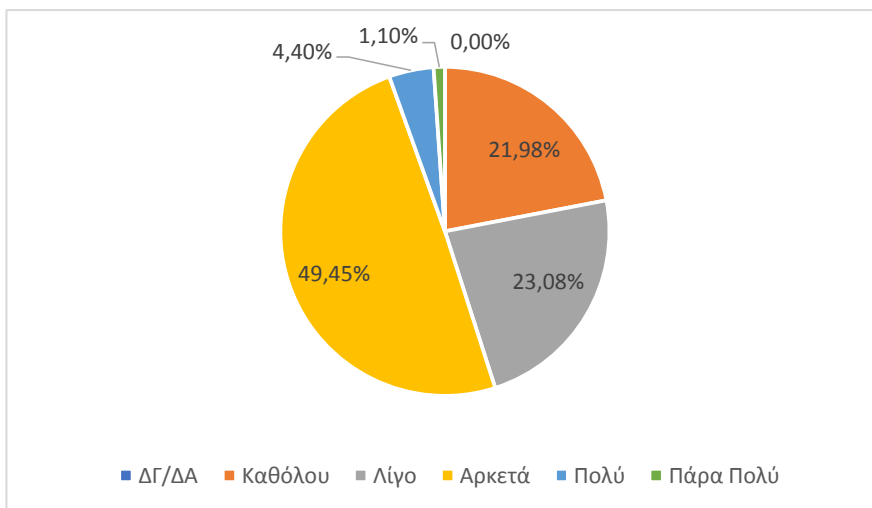


Γράφημα 18: Ομαδικό πνεύμα

5.3 Αποτελέσματα αναφορικά με τις διακρίσεις στην αγορά λόγω φύλου

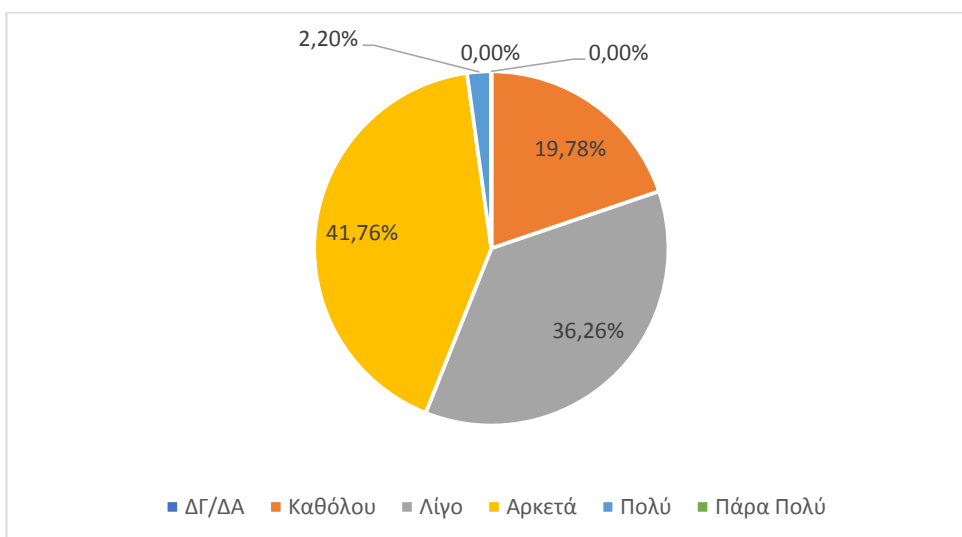
Στο τρίτο και τελευταίο μέρος των ερωτηματολογίων οι γυναίκες ερωτήθηκαν για το κατά πόσο θεωρούν ότι υπάρχουν διακρίσεις στην αγορά εργασίας λόγω φύλου. Παρακάτω ακολουθούν τα διαγράμματα στα οποία θα δείξουμε τα αποτελέσματα της έρευνας.

Στην πρώτη ερώτηση της τρίτης ενότητας βρίσκεται το κατά πόσο πιστεύουν οι γυναίκες ότι οι ανδρικοί μισθοί υπερτερούν έναντι των γυναικείων. Από τα ποσοστά του παρακάτω πίνακα μπορούμε να διαπιστώσουμε ότι οι πλειοψηφία των γυναικών θεωρεί ότι οι ανδρικοί μισθοί υπερτερούν αρκετά 49,45% αλλά επίσης ένα μεγάλο ποσοστό 23,08% θεωρεί ότι υπερτερούν λίγο.



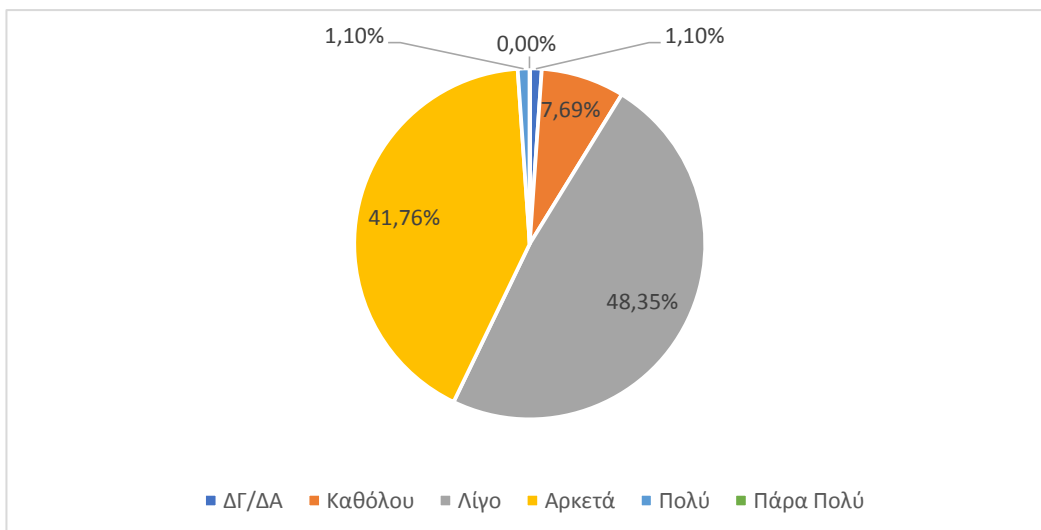
Γράφημα 19: Υπερίσχυση αντρικών μισθών έναντι των γυναικείων

Στον επόμενο πίνακα βλέπουμε την δεύτερη ερώτηση τρίτης ενότητας, η οποία αναφέρεται στο κατά πόσο πιστεύουν ότι οι εργοδότες στη σημερινή εποχή προτιμούν να προσλαμβάνουν περισσότερους άνδρες από ότι γυναίκες. Όπως έχει αναφερθεί και πιο πάνω στη παρούσα πτυχιακή, οι εργοδότες στην Ελλάδα τείνουν να επιλέγουν και να εμπιστεύονται περισσότερο τους άνδρες. Από τις ερωτηθέντες, το 41,76 % απάντησε ότι οι εργοδότες προτιμούν αρκετά περισσότερο να προσλαμβάνουν άνδρες αλλά το 36,26% απάντησε λίγο.



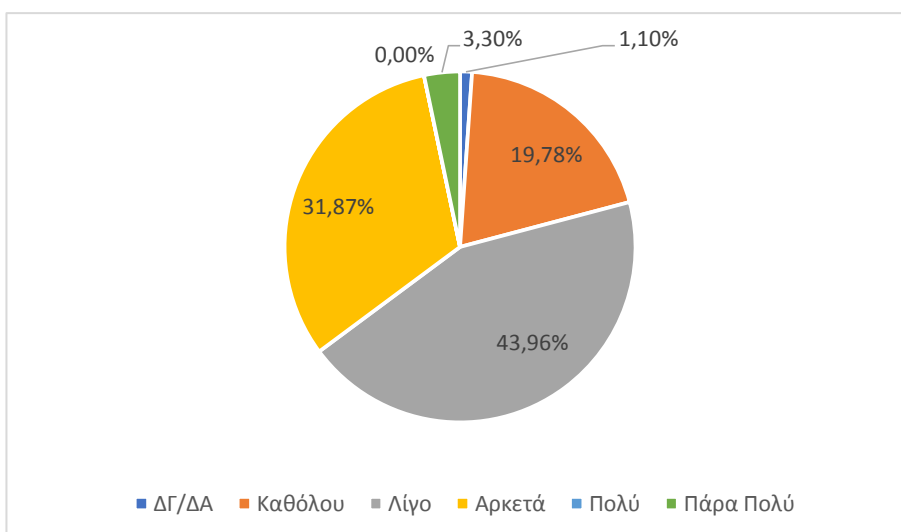
Γράφημα 20: Προτίμηση αντρών έναντι γυναικών

Στην Τρίτη ερώτηση αυτής της ενότητας, για το κατά πόσο οι γυναίκες πιστεύουν ότι απασχολούνται σε χαμηλότερες ιεραρχικά βαθμίδες από ότι οι άνδρες, τα αποτελέσματα είναι ενθαρρυντικά. Ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό γυναικών πιστεύει ότι λίγες είναι οι φορές στις οποίες οι γυναίκες απασχολούνται σε χαμηλότερες ιεραρχικές βαθμίδες και το 41,76% απάντησε αρκετά. Σε αυτό τι σημείο παρατηρείται ότι σίγουρα υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης σε αυτό τον τομέα, καθώς οι εργοδότες μερικές φορές δίνουν δουλειές στις γυναίκες με λιγότερες ευθύνες όπως (καμαριέρες, σέρβις κλπ.)



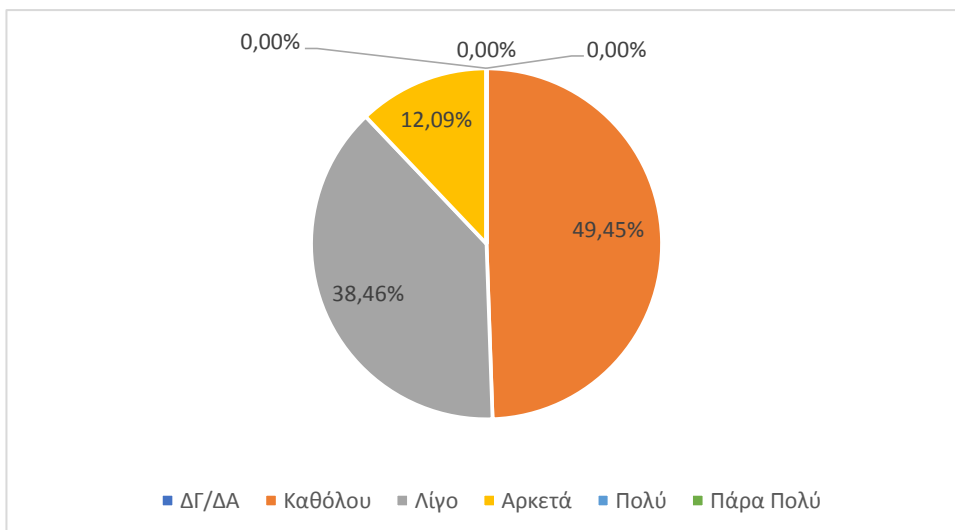
Γράφημα 21: Απασχόληση ανδρών σε υψηλότερες θέσεις ιεραρχικά

Σχετικά με το εάν στο τμήμα που εργάζονται οι συγκεκριμένες γυναίκες εργάζονται περισσότεροι άνδρες από ότι γυναίκες το 19,78% απάντησε καθόλου, το 43,96% απάντησε λίγο, το 31,87% απάντησε αρκετά και τέλος το 3,3% πολύ.



Γράφημα 22: Απασχόληση περισσότερων ανδρών έναντι γυναικών στο εκάστοτε τμήμα

Στο τέλος οι ερωτηθείσες, κλήθηκαν να συμπληρώσουν την ερώτηση για το κατά πόσο δυσκολεύτηκαν σαν γυναίκες να βρουν εργασία στον τουριστικό τομέα. Σχεδόν οι μισές από αυτές (49,45%) απάντησαν ότι δεν δυσκολεύτηκαν καθόλου, το 38,46% δήλωσε ότι δυσκολεύτηκε λίγο και τέλος το 12,09% απάντησε ότι δυσκολεύτηκε αρκετά. Ο τουριστικό τομέας φαίνεται ότι προσφέρει εργασία στις γυναίκες και ειδικά σε καιρούς οικονομικής ύφεσης που άλλοι κλάδοι δεν προσλαμβάνουν τόσο εύκολα.



Γράφημα 23: Δυσκολία εύρεσης εργασίας στον τουριστικό τομέα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η παραπάνω πτυχιακή πραγματοποιήθηκε, έτσι ώστε να διαπιστωθεί η εργασιακή ικανοποίηση και οι ανισότητες που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες στην σύγχρονη τουριστική αγορά εργασίας της Κρήτης. Με την ολοκλήρωση της παρούσας πτυχιακής, η ερευνήτρια ευελπιστεί ότι τα αποτελέσματα και τα συμπεράσματα, θα βοηθήσουν τους εργοδότες να καταλάβουν που νιώθουν ότι αδικούνται οι γυναίκες και στο μέλλον να λάβουν μέτρα έτσι ώστε αυτή η κατάσταση να καλυτερεύσει.

Η έρευνα διήρκεσε από τον Αύγουστο του 2019 έως και τον Οκτώβριο του 2019. Τα ερωτηματολόγια 91 στον αριθμό μοιράστηκαν αποκλειστικά σε γυναίκες αφού το θέμα της έρευνας ήταν η εργασιακή ικανοποίηση των γυναικών και οι ανισότητες που συναντούν στον τουριστικό κλάδο στην Κρήτη. Τα δημογραφικά στοιχεία είχαν ως εξής. Οι ηλικιακές ομάδες στις οποίες μοιράστηκαν τα ερωτηματολόγια ήταν διάφορες και πιο συγκεκριμένα από 18 ετών έως 67 ετών όμως οι περισσότερες γυναίκες ήταν ηλικίας από 18 έως 25. Η πλειοψηφία των γυναικών φοιτούσαν ή είχαν πτυχίο τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και ήταν παντρεμένες χωρίς παιδιά. Επίσης η πλήρης απασχόληση ήταν αυτή με το μεγαλύτερο ποσοστό καθώς πολύ λίγες από τις γυναίκες προτιμούσαν να εργαστούν με συμβόλαιο μερικής απασχόλησης. Οι περισσότερες δουλειές που προσφέρονται της καλοκαιρινές περιόδους είναι για πλήρη απασχόληση. Συνεχίζοντας με τα χρόνια που απασχολούνται σε αυτή τη θέση, το 61,54% δήλωσε ότι εργάζεται από 1 έως 5 χρόνια και τέλος οι περισσότερες από τις γυναίκες απασχολούνται στον τομέα του F&B. Συνεχίζοντας με τις ερωτήσεις της εργασιακής ικανοποίησης, οι απαντήσεις σε γενικές γραμμές δεν ήταν και τόσο ενθαρρυντικές. Η πρώτη ερώτηση αναφερόταν στον κατά πόσο οι εργαζόμενες είναι ικανοποιημένες με την εργασία τους όπου ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό απάντησε λίγο. Στη συνέχεια η ερώτηση στην οποία κλήθηκαν να απαντήσουν οι ερωτώμενες είναι το κατά πόσο στην επιχείρηση που δουλεύουν υπάρχουν προοπτικές για να εξελιχθούν στην οποία ερώτηση για

ακόμα μια φορά η απάντηση ήταν λίγες. Η εξέλιξη σε μια εργασία είναι πολύ σημαντική, καθώς ο εργαζόμενος νιώθει ότι οι προσπάθειες και οι κόπτοι του ανταμείβονται. Επίσης όταν ο εργαζόμενος παραμένει για πολλά χρόνια στο ίδιο πόστο, αυτό καταλήγει να τον κουράζει και εν τέλει να μην αποδίδει έτσι όπως θα έπρεπε. Όσον αφορά για το ένα οι γυναίκες πληρώνονται ικανοποιητικά για τις υπηρεσίες που προσφέρουν, ήταν ενθαρρυντικό το γεγονός ότι το μεγαλύτερο ποσοστό απάντησε ότι πληρώνονται αρκετά καλά. Από συζητήσεις που έκανε η ερευνήτρια με τις εργαζόμενες αυτό που συμπεράνε είναι ότι οι αμοιβές μπορεί να είναι σχετικά καλές σε σχέση με άλλες δουλείες εκτός τουριστικής σεζόν όμως πολλές φορές με άτυπες υπερωρίες που αναγκάζονται να δουλέψουν οι γυναίκες, χωρίς αυτό να έχει συμφωνηθεί στο συμβόλαιο τους. Έπειτα, η ερώτηση η οποία έγινε είναι για το κατά πόσο υπάρχει καλή επικοινωνία με τους προϊσταμένους. Σχεδόν το ίδιο ποσοστό απάντησε ότι είναι λίγο ικανοποιημένο και αρκετά ικανοποιημένο. Η δουλειά του προϊσταμένου είναι πολύ σημαντική γιατί αυτός μπορεί να δώσει εντολές, κατευθύνσεις και να συντονίσει τους εργαζόμενους σωστά. Όταν αυτή η επικοινωνία χάνεται και υπάρχει ένταση στο χώρο εργασίας, τα αποτελέσματα δεν είναι θετικά. Οι γνώσεις που αποκτάει ο εργαζόμενος κατά την διάρκεια της εργασίας του είναι πολύ σημαντικές διότι νιώθει συνεχώς ότι εξελίσσεται. Οι γυναίκες εργαζόμενες σε αυτή την περίπτωση απάντησαν ότι είναι λίγες οι καινούργιες γνώσεις που αποκτούν κατά την διάρκεια της εργασίας τους. Το κομμάτι της ευελιξίας και της κατανόησης είναι εξέχουσας σημασίας. Ο προϊστάμενος πρέπει με την σειρά του να αναγνωρίσει το πρόβλημα που έχει προκύψει στον εργαζόμενο και να πράξει ανάλογα. Αυτό που πρέπει να κατανοήσουν όλοι οι προϊστάμενοι είναι ότι πέρα από την δουλειά ο οποιοσδήποτε εργαζόμενος έχει προσωπική ζωή. Τα αποτελέσματα σε αυτή την περίπτωση δεν είναι πολύ ενθαρρυντικά γιατί οι απαντήσεις ήταν ότι υπάρχει λίγη κατανόηση. Το στρες όπως είναι γνωστό μπορεί να καταβάλλει ψυχολογικά τον εργαζόμενο με αποτέλεσμα να μην μπορεί να αποδώσει σωστά. Τις καλοκαιρινές περιόδους που η πίεση είναι πολύ αυξημένη το στρες πολλές φορές είναι αναπόφευκτο. Εδώ οι πλειοψηφία των εργαζομένων απάντησε ότι αντιμετωπίζει αρκετό άγχος. Η προτελευταία ερώτηση έγινε για να διαπιστωθεί εάν οι εργαζόμενες έχουν καλή σχέση με τους συναδέλφους τους. Τέλος, η ερώτηση που γίνεται είναι για το αν υπάρχει ομαδικό πνεύμα στην επιχείρηση που εργάζεστε που η απάντηση ήταν ότι υπάρχει αρκετά.

Στο τελευταίο μέρος των ερωτηματολογίων το οποίο αποτελούταν από 5 ερωτήσεις που σχετίζονται με τις διακρίσεις που γίνονται λόγω φύλου. Στην πρώτη ερώτηση για το ένα οι ανδρικοί μισθοί υπερτερούν έναντι των γυναικείων οι περισσότερες γυναίκες απάντησαν αρκετά. Στην συνέχεια γίνεται η ερώτηση για το εάν πιστεύουν ότι οι εργοδότες προτιμούν να προσλαμβάνουν περισσότερο άνδρες από ότι γυναίκες. Και εδώ οι γυναίκες απάντησαν ότι προτιμούν αρκετά περισσότερο τους άνδρες από ότι τις γυναίκες. Στην ερώτηση για το εάν οι γυναίκες απασχολούνται σε χαμηλότερες ιεραρχικές βαθμίδες από ότι οι άνδρες, οι εργαζόμενες απάντησαν λίγο. Για το εάν στο τμήμα που εργάζονται απασχολούνται περισσότεροι άνδρες από ότι γυναίκες, οι ερωτώμενες απάντησαν ότι εργάζονται αρκετά περισσότεροι άνδρες. Η τελευταία ερώτηση των ερωτηματολογίων είναι πολύ σημαντική. Όπως ειπώθηκε και στα παραπάνω κεφάλαια, ο τουρισμός είναι ένας κλάδος που απασχολεί στατιστικά πολύ περισσότερους άνδρες από ότι γυναίκες. Τα αποτελέσματα των ερωτηματολογίων έδειξαν ότι οι εργαζόμενες δεν δυσκολεύτηκαν καθόλου να βρουν εργασία, γεγονός πολύ ενθαρρυντικό για τον τουριστικό κλάδο στην Κρήτη.

Συνοψίζοντας τα παραπάνω, γίνεται κατανοητό ότι υπάρχουν σημαντικά περιθώρια βελτίωσης για τον τουριστικό κλάδο στην Κρήτη. Οι εργοδότες από το μέρος τους πρέπει να κάνουν αρκετές αλλαγές, έτσι ώστε το περιβάλλον της εργασίας να είναι πιο ευνοϊκό για τις εργαζόμενες. Η εκμετάλλευση θα πρέπει να σταματήσει να υπάρχει σε τόσο μεγάλο βαθμό και θα πρέπει να δίνονται περισσότερες ευκαιρίες στις γυναίκες.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνόγλωσση βιβλιογραφία

[29] Αλεξίου Γ., (2001) *Γυναίκα και απασχόληση – Δικαίωμα στην εργασία*, Ανάκτηση από: Τ.Ε.Ι Καβάλας. διαθέσιμη στο

<http://digilib.teiemt.gr/jspui/bitstream/123456789/4479/1/SDO32001.pdf>

[14] Αποστολόπουλος Κ., Σδράλη Δ.,(2009), *Εναλλακτικός και ήπιος τουρισμός υπαίθρου*, Αθήνα, Ελληνοεκδοτική.

[20] Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Κ., Λύτρας Π.,(2005) *Εισαγωγή στον τουρισμό*, Αθήνα, Εκδόσεις INTERBOOKS.

[34] Καζακόπουλος Λ., Ανθοπούλου Θ., Γιδαράκου Ι., Δημοπούλου Ε., Στρατηγάκη Μ., Σκεμπέρη Δ., Σορδίλη Σ., (2005) *Επιχειρηματικότητα Γυναικών*, Αθήνα: Εκδόσεις Gutenberg.

[27] Κατσώρη Κ., Κατωμελίτη Ε., Κουβαρά Α., Μαρή Ε., Παπαδοπούλου Φ., (1999), *Γυναίκα το Δικαίωμα σου στην Απασχόληση. Βοήθεια και Αυτοβοήθεια*, Αθήνα: Εκδόσεις Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας.

[35] Λιάπη-Μήλα Ι., (2010), *Οι Ανισότητες Μεταξύ των Φύλων στην Αγορά Εργασίας*, Αθήνα: Εκδόσεις Ι. Σιδέρης.

[37] Λύτρας Π., (2004), *Κοινωνιολογία και Ψυχολογία Τουρισμού*, Αθήνα: Εκδόσεις INTERBOOKS.

[53] Μουσούρου Λ., (2005), *Γυναίκα και Απασχόληση 10 Ζητήματα*, Αθήνα: Εκδόσεις Gutenberg.

Ξενόγλωσση βιβλιογραφία

[4] Christopher Hollaway, C. & Humphreys C., (2020), *The Business of Tourism*, London, Sage Publications.

Διαδικτυακές πηγές

- [1] <https://www.lexigram.gr/lex/omor/%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82#Hist0>, *Ετυμολογία του τουρισμού*, Ανάκτηση από: lexigram.
- [2] <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82>, *Ορισμός τους τουρισμού*, Ανάκτηση από: Wikipedia.
- [3] https://en.wikipedia.org/wiki/Walter_Hunziker, *Science of tourism*, Ανάκτηση από: Wikipedia.
- [5] <https://www.kathimerini.gr/963230/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/ews-kai-273-h-syneisfora-toy-toyris moy-sto-aep-to-2017>, *Έως και 27,3% η συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ το 2017*, Ανάκτηση από: Καθημερινή.
- [6] <https://www.makthes.gr/perissoteroi-ergazomenoi-ston-toyrismo-para-sto-dimosio-140512>, *Περισσότεροι εργαζόμενοι στον τουρισμό παρά στο δημόσιο*, Ανάκτηση από: Μακεδονία.
- [7] <https://www.businessnews.gr/el/epixeiriseis/epixeiriseis/sete-shedon-1-ekat-ergazomenoi-tha-apasholyntai-ston-toyrismo-2021.html>, *ΣΕΤΕ: Σχεδόν 1 εκατ. Εργαζόμενοι θα απασχολούνται στον τουρισμό μέχρι το 2021*, Ανάκτηση από: Business news
- [8] <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1>, *Ελλάδα*, Ανάκτηση από: Wikipedia.
- [9] file:///C:/Users/br_chryss/Downloads/8946-8926-1-PB.pdf, *Η πορεία του τουρισμού στην Ελλάδα και η συμβολή του στην απόκτηση γεωγραφικής κάλυψης*, Ανάκτηση από: Σπύρου Π. Φασούλα.
- [10] <https://www.pwc.com/gr/en/publications/greek-thought-leadership/the-next-day-of-greek-tourism-gr-long.pdf>, *Ελληνικός τουρισμός η επόμενη μέρα*, Ανάκτηση από: pwc.
- [11] https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9C%CE%B5%CE%AF%CE%B3%CE%BC%CE%B1_%CE%BC%CE%AC%CF%81%CE%BA%CE%B5%CF%84%CE%B9%CE%BD%CE%B3%CE%BA, *Μείγμα μάρκετινγκ*, Ανάκτηση από: Wikipedia.
- [12] <https://hotelmag.gr/hotelmanagement/%CE%B5%CF%80%CE%B5%CE%BD%CE%B4%CF%85%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AD%CF%82%CF%83%CF%84%CF%81%CE%B1%CF%84%CE%B7%CE%B3%CE%B9%CE%BA%CE%AD%CF%82%CE%BE%CE%B5%CE%BD%CE%BF%CE%B4%CE%BF%CF%87%CE%B5%CE%AF%CE%B1/>, *Επενδυτικές στρατηγικές για τον ξενοδοχειακό κλάδο στην Ελλάδα*, Ανάκτηση από: hotelmag.
- [13] <https://www.kathimerini.gr/1040372/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/rekor-apasxolshs-ston-toyrismo>, *Ρεκόρ απασχόλησης στον τουρισμό*, Ανάκτηση από: kathimerini.

[15] <https://www.dw.com/el/%CE%B7%CF%83%CE%BA%CE%BF%CF%84%CE%B5%CE%B9%CE%BD%CE%AE-%CF%80%CE%BB%CE%B5%CF%85%CF%81%CE%AC-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D/a-45167934>, *Η σκοτεινή πλευρά του τουρισμού*, Ανάκτηση από: DW.

[16] <http://www.travellersgreece.com/gr/%CE%95%CE%BD%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%B1%CE%BA%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82/%CE%9C%CE%BF%CF%81%CF%86%CE%AD%CF%82%CE%B5%CE%BD%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%B1%CE%BA%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CF%8D%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D/>, *Μορφές εναλλακτικού τουρισμού*, Ανάκτηση από: travellersgreece.

[17] <https://ecotourism.org/ties-overview/>, *What is ecotourism?*, Ανάκτηση από: TIES.

[18] <http://theconversation.com/virtual-reality-adds-to-tourism-through-touch-smell-and-real-peoples-experiences-101528>, *Virtual reality adds to tourism through touch, smell and real's peoples experience*, Ανάκτηση από: the conversation.

[19] https://en.wikipedia.org/wiki/Dark_tourism, *Dark tourism*, Ανάκτηση από: Wikipedia.

[21] <https://left.gr/news/i-istoria-tis-pagkosmias-imeras-tis-gynaikas-o-agonas-gia-tin-gynaikeia-heirafetisi>, *Η ιστορία της παγκόσμιας ημέρας της γυναίκας: Ο αγώνας για την γυναικεία χειραφέτηση*, Ανάκτηση από: Left.

[22] https://europa.eu/europeanunion/sites/europaeu/files/docs/body/treaty_on_european_union_el.pdf, *Συνθήκη για την Ευρωπαϊκή Ένωση*, Ανάκτηση από: Europa.eu.

[23] <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/el/sheet/59/equality-between-men-and-women>, *Ισότητα μεταξύ ανδρών και γυναικών στην Ε.Ε.*, Ανάκτηση από: Europa.eu.

[24] <https://euexperts.eu/2019/02/20/what-do-we-need-to-know-about-gender-equality-in-europe/>, *What do you need to know about gender inequality?*, Ανάκτηση από: euexperts.

[25] https://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/index.php?title=Employment_statistics/el, *Στατιστικές απασχόλησης*, Ανάκτηση από: Eurostat.

[26] <https://eige.europa.eu/el/in-brief>, *Δείκτης ισότητας των φύλων: Η Ε.Ε. σημειώνει πρόοδο με πολύ αργούς ρυθμούς*, Ανάκτηση από: Europa.eu

[28] <https://www.ucy.ac.cy/erc/documents/DOP06-09.pdf>, *Μισθολογικό χάσμα ανδρών και γυναικών στην Κύπρο και στην Ευρωπαϊκή Ένωση*, Ανάκτηση από: Πανεπιστήμιο Κύπρου.

- [30] <https://www.inegsee.gr/wp-content/uploads/2014/02/files/151-IOYNIOS-2008.pdf>, *Ανισότητες λόγω φύλου*, Ανάκτηση από: ΓΣΕΕ.
- [31] <https://www.newsbeast.gr/weekend/arthro/4931640/pote-psifise-i-ellinida-gia-proti-fora>, *Πότε ψήφισε η Ελληνίδα για πρώτη φορά*, Ανάκτηση από: newbeat.
- [32] <https://www.in.gr/2017/12/10/plus/features/peiraias-1892-i-prwti-apergia-ergatriwn-stin-ellada/>, *Πειραιάς 1892 – η πρώτη απεργία εργατριών στην Ελλάδα*, Ανάκτηση από: in.
- [33] https://www.askitis.gr/monthly/view/ginaika_kai_ergasia, *Γυναίκα και εργασία*, Ανάκτηση από: askitis
- [36] <https://m.naftemporiki.gr/story/1476433>, *Νέα αρνητικά στοιχεία για την υπογεννητικότητα στην Ελλάδα*, Ανάκτηση από: naftemporiki.
- [38] <https://www.espa.io/c/nees-epixeiriseis-epidotisi/nees-epixeiriseis-gia-gynaikes-epidotisi/>, *Νέες επιχειρήσεις για γυναίκες*, Ανάκτηση από: ΕΣΠΑ.
- [39] https://www.statistics.gr/documents/20181/16786229/TOURISMOS_2019.pdf/a94ed23e-cd73-c559-5e60-b29985a62ccd?t=1567515433034, *Τουρισμός 2019*, Ανάκτηση από: statistics.gr
- [40] <https://www.unwomen.org/en/news/stories/2019/3/news-women-taking-the-lead-in-tourism>, *Women taking the lead in tourism*, Ανάκτηση από: unwomen.
- [41] <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0161893818301510?fbclid=IwAR2qi-nVDSZ-UxQNC9EtFMoRBAUisEnTwLED9HdMfVpVawVBSOdxWhsEMlq> *The impact of tourism and finance on women empowerment*, Ανάκτηση από: SCOPUS
- [42] <https://www.naftemporiki.gr/finance/story/1518923/ee-o-tourismos-dimiourgei-perissoteres-theseis-ergasias-gia-gynaikes-kai-neous>, *Ε.Ε.: Ο τουρισμός δημιουργεί περισσότερες θέσεις εργασίας για γυναίκες και νέους*, Ανάκτηση από: naftemporiki.
- [43] <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284413737>, *Global report on women in tourism 2010*, Ανάκτηση από: e-unwto
- [44] <https://www.eirinika.gr/article/180722/mono-5-einai-oi-gynaikes-pilotoi-pagkosmios-i-lufthansa-thelei-perissoteres-gynaikes> *Μόνο το 5% είναι οι γυναίκες πιλότοι παγκοσμίως. Η Lufthansa θέλει να περισσότερες γυναίκες*, Ανάκτηση από: eirinika
- [45] <http://socialpolicy.gr/2016/08/%CE%B7-%CF%86%CE%B5%CE%BC%CE%B9%CE%BD%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%B8%CE%B5%CF%89%CF%81%CE%AF%CE%B1.html>, *Η φεμινιστική θεωρία*, Ανάκτηση από: socialpolicy.
- [46] https://en.wikipedia.org/wiki/Gary_Becker#Discrimination, *Gary Becker*, Ανάκτηση από: Wikipedia.

[47] <https://ohchr.org/EN/ProfessionalInterest/Pages/CEDAW.aspx>, *Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women New York, 18 December 1979*, ohchr.org

[48] https://www.huffingtonpost.gr/gina-thanopoulou/-_399_b_6854244.html, *Η σύγχρονη, εγκλωβισμένη γυναίκα*, huffingtonpost

[49] <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1048984315001034?via%3Dihub>, *Leading at the top: Understanding women's challenges above the glass ceiling*, Ανάκτηση από: scopus

[50] <https://www.investopedia.com/terms/g/glass-ceiling.asp>, *Glass Ceiling*, Ανάκτηση από: Investopedia.

[51] <https://hellasjournal.com/2016/01/to-fenomeno-tis-gialinis-orofis/>, *Το φαινόμενο της γυάλινης οροφής*, Ανάκτηση από: hellasjournal.

[52] https://www.researchgate.net/publication/227680644_The_Glass_Cliff_Evidence_that_Women_are_Over-Represented_in_Precarious_Leadership_Positions *The Glass Cliff: Evidence that Women are Over-Represented in Precarious Leadership Positions*, Ανάκτηση από: reacherchgate.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ

Το παρόν ερωτηματολόγιο, γίνεται στα πλαίσια της πτυχιακής μου εργασίας με τίτλο «**Γυναίκες και καριέρα στο κλάδο του τουρισμού στην Κρήτη** » και μελετάει τις διακρίσεις μεταξύ των 2 φύλων στην τουριστική αγορά εργασίας και τον βαθμό ικανοποίησης των εργαζόμενων γυναικών σήμερα. Τα ερωτηματολόγια θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για έρευνα και για την ολοκλήρωση αυτής της πτυχιακής.

Κλίμακα Αξιολόγησης

Δε Γνωρίζω / Δεν Απαντώ (ΔΓ/ΔΑ)	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
0	1	2	3	4	5

ΜΕΡΟΣ Α: ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

1. Ηλικία:

- 18- 25 26-35 ετών 36-45 ετών 46-55 ετών ≥ 56ετών
ετών

2. Εκπαίδευση:

- Δευτεροβάθμια
εκπαίδευση Μεταλυκειακή
εκπαίδευση
 Τριτοβάθμια
εκπαίδευση Κάτοχος
μεταπτυχιακού

3. Οικογενειακή κατάσταση:

- Παντρεμένη Διαζευγμένη Ανύπαντρη Χήρα

4. Εξαρτώμενα παιδιά στις παρακάτω κατηγορίες. Παρακαλώ συμπληρώστε τον ακριβή αριθμό.

- Προσχολική ηλικία Δημοτικό Γυμνάσιο/
Λύκειο Τριτοβάθμια
εκπαίδευση

5. Απασχόληση:

- Πλήρης Μερική

6. Πόσα χρόνια εργάζεστε σε αυτή τη θέση;

- 1 έως 5 έτη 6 έως 10 έτη 11 έως 14 έτη <15 έτη

7. Σε ποιο τμήμα ανήκετε στο ξενοδοχείο που δουλεύετε;

- F&B Rooms Division Διοικητικές υπηρεσίες Front
Office/Reception
 Housekeeping Άλλο

ΜΕΡΟΣ Β: ΕΡΓΑΣΙΑΚΗ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ

	ΔΓ / ΔΑ	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
1. Είμαι ικανοποιημένη από την εργασία μου.						
2. Υπάρχουν προοπτικές εξέλιξης.						
3. Πληρώνομαι ικανοποιητικά για τις υπηρεσίες που προσφέρω.						
4. Υπάρχει καλή επικοινωνία με τους προϊσταμένους μου.						
5. Όσο εργάζομαι αποκτώ περισσότερες γνώσεις.						
6. Υπάρχει ευελιξία και κατανόηση, όταν προκύπτουν προσωπικά προβλήματα.						
7. Αντιμετωπίζω στρες και καθημερινή πίεση στην εργασία μου.						
8. Έχω καλές σχέσεις με τους συναδέλφους μου.						
9. Υπάρχει ομαδικό πνεύμα στην επιχείρηση που εργάζεστε;						

ΜΕΡΟΣ Γ: Διακρίσεις στην αγορά εργασίας λόγω φύλου.

	ΔΓ / ΔΑ	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
1. Πιστεύτε γενικά ότι οι ανδρικοί μισθοί υπερτερούν έναντι των γυναικείων;						
2. Πιστεύτε ότι οι εργοδότες σήμερα προτιμούν να προσλαμβάνουν περισσότερους άνδρες από ότι γυναίκες;						
3. Πιστεύτε ότι οι γυναίκες στον κλάδο του τουρισμού απασχολούνται σε χαμηλότερες ιεραρχικές βαθμίδες από ότι οι άνδρες;						
4. Στον τμήμα σας απασχολούνται περισσότεροι άνδρες από ότι γυναίκες;						
5. Δυσκολευτήκατε να βρείτε εργασία στον τουριστικό τομέα;						