



Hoe vrouwelijke bedienden in KMO's in Oost-Vlaanderen de doorstroommogelijkheden ervaren.

Eindwerk van: Saskia Deklerck - Tom Gobyn - Luk Trauwaen

Opleiding: Graduaat bedrijfsbeheer

Afstudeerrichting: Marketing

Academiejaar: 2004 - 2005

Opdrachtgever: Voka - Kamer van Koophandel Oost-Vlaanderen

Stagementor: Caroline Blockeel

Stagebegeleidster: Linda Engels



Dankwoord

Graag bedanken we Voka - Kamer van Koophandel Oost-Vlaanderen. Voka¹⁾ heeft beroep gedaan op Hogeschool Gent voor de onderzoeksfase van hun project over *'genderneutraal ondernemen'*²⁾. Uit een aantal kandidaten kozen ze ervoor om met ons samen te werken, waarvoor onze oprechte dank.

Binnen Voka werkten we nauw samen met mevrouw Blockeel, zij was altijd beschikbaar voor onze vragen en opmerkingen. Dit geldt ook voor mevrouw Engels, onze stagementor binnen Hogeschool Gent, departement Mercator. Zij was een welgekomen steun in deze slotfase van onze opleiding. De heer Van Conkelberge, de statistische specialist van Hogeschool Gent kon ons waar nodig bijsturen. Daarom willen we graag deze drie mensen bedanken voor het helpen tot stand brengen van dit onderzoeksrapport.

Bedankt!

¹⁾ Voka: Dit is de algemeen aanvaarde aanduiding voor Voka - Kamer van Koophandel Oost-Vlaanderen. Verder in het rapport zullen we dan ook deze benaming gebruiken.

²⁾ Genderneutraal ondernemen: Een beleid waarbij elke persoon binnen de onderneming beoordeeld wordt op competenties, los van het geslacht.
(Bron: "Wat willen de vrouwelijke werknemers in uw bedrijf?", Ondernemers, 2005, april, nr. 4, p. 8-9)

Inhoudsopgave

Woord vooraf	7
1 Inleiding	8
2 Opdrachtgever, project en onderzoeksprobleem	9
2.1 Voka - Kamer van Koophandel Oost-Vlaanderen.....	9
2.1.1 Ontstaan	9
2.1.2 Missie	10
2.1.3 Visie.....	10
2.1.4 Doelstellingen	10
2.1.5 Concurrentie ¹⁾	11
2.2 Co-efficiënt.....	12
2.2.1 Omschrijving van het project.....	12
2.2.2 Fasen van het project.....	12
2.2.2.1 Onderzoek bij vrouwen	12
2.2.2.2 Onderzoek bij bedrijfsleiders.....	13
2.2.2.3 Opleiding en begeleiding	13
2.2.2.4 Charter genderneutraal ondernemen	13
2.2.2.5 Sensibilisatie	13
2.3 Onderzoeksprobleem.....	14
2.3.1 “Hoe ervaren...”	14
2.3.2 “...vrouwelijke bedienden...”	14
2.3.3 “...in KMO’s...”	14
2.3.4 “...in Oost-Vlaanderen...”	15
2.3.5 “...de doorstroommogelijkheden?”	15
3 Methodologie	16
3.1 Exploratief onderzoek	16
3.1.1 Desk Research	16
3.1.2 Field Research	16
3.2 Onderzoeksvragen	17

3.3	Conclusief onderzoek	19
3.3.1	Relevante populatie en steekproef	19
3.3.2	Ondervragingsmethode	20
3.3.2.1	Soort ondervragingsmethode	20
3.3.2.2	Ondersteuning.....	21
3.3.3	Vragenlijst	22
3.3.4	Respons.....	38
3.3.5	Statistische verwerking	38
4	Profiel van de respondent.....	40
4.1	Oost-Vlaamse KMO	40
4.1.1	Regio waar de respondent werkt.....	40
4.1.2	Sector waarin de respondent actief is	41
4.1.3	Aantal werknemers in het bedrijf waar de respondent werkt	42
4.2	Vrouwelijke bediende.....	43
4.2.1	Leeftijd van de respondent	43
4.2.2	Gezinsamenstelling van de respondent	44
4.2.3	Kinderen van de respondent	45
4.2.4	Opleidingsniveau van de respondent	48
4.2.5	Aantal jaren werkzaam in het huidige bedrijf	49
4.3	Besluit	50
5	Ervaringen	51
5.1	De doorstroommogelijkheden van de respondent.....	51
5.1.1	Kans op doorstroming	51
5.1.2	Vorm van doorstroming	52
5.1.3	Effectieve doorstroming.....	53
5.1.4	Wens tot verdere doorstroming	54
5.1.5	Indruk op doorstroming in de toekomst.....	55
5.2	Rollenpatroon in het bedrijf van de respondent	56
5.2.1	Ervaren bedrijfscultuur	56
5.2.2	Rollenpatroon in het bedrijf	57
5.2.3	Rollenpatroon in het bedrijf staat doorstroming in de weg	58
5.3	Rollenpatroon in het gezin van de respondent	59
5.3.1	Rollenpatroon in het gezin	59
5.3.2	Rollenpatroon in het gezin staat doorstroming in de weg	60
5.3.3	Invloed van de gezinsamenstelling op doorstroming.....	61
5.4	Huishoudelijke taken van de respondent	62
5.4.1	Huishoudelijke taken.....	62

5.4.2	Materiële ondersteuning aangeboden door het bedrijf	64
5.4.3	Aangeboden versus gebruikte diensten	65
5.4.4	Gewenste materiële ondersteuning	66
5.5	De respondent en glijdende werkuren	68
5.5.1	Mogelijkheid tot glijdende werkuren.....	68
5.5.2	Toestaan van glijdende werkuren	69
5.5.3	Wens tot glijdende werkuren.....	70
5.6	De respondent en deeltijds werken	71
5.6.1	Mogelijkheid tot deeltijds werken.....	71
5.6.2	Toestaan van deeltijds werken.....	72
5.6.3	Wens tot deeltijds werken	73
5.6.4	Redenen om niet deeltijds te werken.....	74
5.7	De respondent en thuis werken	75
5.7.1	Mogelijkheid tot thuis werken.....	75
5.7.2	Toestaan van thuis werken.....	76
5.7.3	Wens tot thuis werken.....	77
5.7.4	Redenen om niet van thuis uit te werken	78
5.8	De respondent en netwerking	79
5.8.1	Gebruik van netwerking	79
5.8.2	Redenen om geen gebruik te maken van netwerking.....	80
5.8.3	Belang van netwerking.....	81
5.9	De respondent en rolmodellen	82
5.9.1	Aanwezigheid en belang van rolmodellen	82
5.9.2	Rolmodel als stimulans	83
5.10	De respondent en mentoring	84
5.10.1	Mogelijkheid tot mentoring	84
5.10.2	Contact met mentoring.....	85
5.10.3	Interesse voor mentoring.....	86
5.11	De respondent en het uiterlijk	87
5.11.1	Rol van uiterlijk bij doorstroming.....	87
5.12	De eigenschappen van de respondent.....	88
5.12.1	De mate waarin de respondent over bepaalde eigenschappen beschikt en het belang ervan met het oog op doorstroming.	88
5.13	Besluit	90

6	Doorstroommogelijkheden	92
6.1	Overzicht van de verbanden	92
6.2	Leeftijd van de respondent	93
6.2.1	Wens tot verdere doorstroming	93
6.2.2	Indruk op doorstroming in de toekomst.....	94
6.3	Hoogst behaald diploma van de respondent	95
6.3.1	Kans op een functieverhoging	95
6.3.2	Kans op meer verantwoordelijkheid.....	96
6.3.3	Indruk op doorstroming in de toekomst.....	97
6.4	Aantal jaren werkzaam in het huidige bedrijf	98
6.4.1	Kans op doorstroming	98
6.4.2	Kans op een functieverhoging	99
6.4.3	Kans op meer verantwoordelijkheid.....	99
6.4.4	Wens tot verdere doorstroming	100
6.4.5	Indruk op doorstroming in de toekomst.....	100
6.5	Gezinssamenstelling van de respondent	101
6.5.1	Kans op doorstroming	101
6.5.2	Kans op een functieverhoging	102
6.5.3	Kans op meer verantwoordelijkheid.....	103
6.5.4	Wens tot verdere doorstroming	103
6.5.5	Indruk op doorstroming in de toekomst.....	104
6.6	Kinderen van de respondent.....	105
6.6.1	Kans op doorstroming	105
6.6.2	Kans op een functieverhoging	105
6.6.3	Wens tot verdere doorstroming	106
6.7	Rollenpatroon in het bedrijf.....	107
6.7.1	Wens tot verdere doorstroming	107
6.7.2	Indruk op doorstroming in de toekomst.....	108
6.8	Rollenpatroon in het bedrijf staat doorstroming in de weg	109
6.8.1	Kans op doorstroming	109
6.8.2	Kans op een salarisverhoging	110
6.8.3	Kans op meer verantwoordelijkheid.....	110
6.9	Rollenpatroon in het gezin	111
6.10	Rollenpatroon in het gezin staat doorstroming in de weg	112

6.11	Huishoudelijke taken van de respondent	113
6.11.1	Kans op doorstroming	113
6.11.2	Wens tot verdere doorstroming	114
6.12	De respondent en netwerking	115
6.12.1	Kans op doorstroming	115
6.12.2	Indruk op doorstroming in de toekomst.....	116
6.13	De respondent en glijdende werkuren	116
6.13.1	Kans op doorstroming	116
6.14	De respondent en deeltijds werken	117
6.14.1	Wens tot verdere doorstroming	117
6.14.2	Indruk op doorstroming in de toekomst.....	117
6.15	Besluit	118
7	Samenvatting	120
8	Aanbevelingen	122
8.1	Sensibilisatie	122
8.2	Aandachtspunten	125
8.2.1	Rollenpatroon in het bedrijf	125
8.2.2	Rollenpatroon in het gezin en de huishoudelijke taken.....	126
8.2.3	Glijdende werkuren	127
8.2.4	Thuis werken	128
8.2.5	Netwerking	128
8.2.6	Rolmodellen	129
8.2.7	Mentoring	129
8.2.8	Eigenschappen	130
8.3	Opleiding.....	131
8.3.1	Rollenpatroon in het bedrijf	131
8.3.2	Rollenpatroon in het gezin en de huishoudelijke taken.....	131
8.3.3	Glijdende werkuren en thuis werken.....	131
8.3.4	Netwerking	132
8.3.5	Mentoring	132
8.3.6	Eigenschappen	132
8.4	Verder onderzoek.....	133
	Bronnen.....	134
	Lijst van de grafieken	137
	Lijst van de tabellen	139

Woord vooraf

In het kader van onze opleiding marketing liepen wij een projectstage bij het bedrijf Voka - Kamer van Koophandel Oost-Vlaanderen. Tijdens onze opleiding hadden we al samengewerkt met een groot aantal bedrijven. Voka interesseerde ons omdat het anders is dan de andere bedrijven waarvoor we al een opdracht uitvoerden. Voka is namelijk een vzw, privaatrechtelijk en niet van overheidssubsidies afhankelijk. Het project over genderneutraal ondernemen waarin ons onderzoek kadert, is niet uitsluitend kwantitatief maar er hangt ook een groot kwalitatief deel aan vast. Op basis van ons onderzoek zal deze vzw onder andere opleidingen voor KMO³⁾-bedrijfsleiders organiseren. Deze opleidingen zijn gebaseerd op de resultaten van ons onderzoek. Het is een uitdaging om de basis te vormen van een project waarvan we weten dat de resultaten nodig zijn om knelpunten in het bedrijfsleven aan te pakken.

³⁾ KMO: Kleine en Middelgrote Onderneming (zie ook definitie in paragraaf 1.3.2 “... in KMO’s...”)

1 Inleiding

Gedurende onze stage onderzochten we de doorstroommogelijkheden van vrouwelijke bedienden in Oost-Vlaamse KMO's. We gingen ook na welke randvoorwaarden vervuld moeten worden opdat vrouwen hun kansen kunnen grijpen.

In het volgende hoofdstuk staat een uiteenzetting over ons stagebedrijf Voka - Kamer van Koophandel Oost-Vlaanderen. Om een duidelijk beeld te schetsen van het doel van het onderzoek, bespreken we kort het overkoepelende project '*co-efficiënt*'. Op het einde van dit hoofdstuk beschrijven we onze stageopdracht.

In het hoofdstuk methodologie beschrijven we onze manier van werken. Vertrekkende van het onderzoeksprobleem zijn we via onderzoeksvragen tot een enquête gekomen. Daarnaast bespreken we de populatie van de doelgroep en van de steekproef samen met de ondersteuning van de enquête.

Verder in het rapport, in hoofdstuk 4: '*Profiel van de respondent*' en hoofdstuk 5: '*Ervaringen*', behouden we dezelfde volgorde als bij de onderzoeksvragen. Op die manier verkregen we een rode draad doorheen het rapport.

De aanbevelingen stelden we op in hoofdstuk 8: '*Aanbevelingen*'. Die raadgevingen kan Voka enerzijds gebruiken om opleidingen die volgen op ons onderzoek voor Human Resources-managers, of kortweg HR-managers, te ontwikkelen. De aanbevelingen dienen anderzijds als hulp bij de communicatie en ze bevatten punten waar Voka aandacht aan kan besteden.

2 Opdrachtgever, project en onderzoeksprobleem

2.1 Voka - Kamer van Koophandel Oost-Vlaanderen

In dit onderdeel wordt het ontstaan van Voka - Kamer van Koophandel Oost-Vlaanderen besproken samen met de huidige missie, visie en doelstellingen. Na deze vier onderdelen volgt een korte toelichting over de concurrenten van Voka.

2.1.1 Ontstaan

Voka is, naar eigen zeggen, de meest representatieve bedrijvenorganisatie in de regio's Gent-Eeklo, Dendermonde, Aalst en Oudenaarde. De Kamer van Koophandel Gent werd in 1729 opgericht, in de loop van de 18de en 19de eeuw volgden andere regio's. De verschillende lokale kamers fuseerden in 2000 tot de Kamer Van Koophandel Oost-Vlaanderen. In mei 2002 behaalde de Kamer een ISO⁴⁾ 9001 certificaat.

Begin 2004 gingen de Vlaamse Kamers Van Koophandel een alliantie aan met het Vlaams Economisch Verbond (VEV) onder de naam Voka. Vanaf dat moment is de organisatie gekend als Voka - Kamer van Koophandel Oost-Vlaanderen.

In Oost-Vlaanderen kan Voka terugvallen op een netwerk van meer dan 3.000 bedrijven. Hun omzet bedraagt jaarlijks ruim € 4.000.000,00.

Voka, Vlaams netwerk van ondernemingen staat voor⁵⁾:

- V Vlaanderen, Vlaams, verenigen.
- O Ondernemingen, ondernemend Vlaanderen, onafhankelijk, ondernemingsvriendelijk klimaat.
- K Kamers van Koophandel, krachtig.
- A Alle ondernemingen, alle sectoren

⁴⁾ ISO: International Standardisation Organisation
ISO 9001 → Dit zijn de eisen voor een kwaliteitsmanagementsysteem gericht op het voldoen aan de wensen van de klant en het verhogen van de klanttevredenheid.

(Bron: <http://www.zbc.nu/main.asp?ChapterID=1670>)

⁵⁾ Voka (Bron: <http://www.kvkov.voka.be>)

2.1.2 Missie

Voka wil

- het aanspreekpunt zijn voor diensten gericht op professionalisering van de bedrijfsvoering;
- een uniek leden- en bedrijvennetwerk vormen;
- de sociaal-economische ontwikkeling en het ondernemerschap bevorderen via sterke belangenverdediging.

2.1.3 Visie

Voka-Kamer van Koophandel Oost-Vlaanderen wil de meest representatieve toonaangevende, interprofessionele en onafhankelijke bedrijvenorganisatie zijn in Vlaanderen.

2.1.4 Doelstellingen

Voka biedt een waaier van diensten aan. Doelen van deze alliantie zijn de volgende:

- Het management van de bedrijven ondersteunen en optimaliseren;
- Een nabij en invloedrijk business-to-business netwerk in Oost-Vlaanderen uitbouwen;
- Een bedrijfsvriendelijke omgeving en een welvarende regio helpen bewerkstelligen.

De volgende 6 *'competence centers'* vormen samen de dienstverlening van Voka:

- Netwerk, bijvoorbeeld Kamercafés,
- Vorming, training en begeleiding, bijvoorbeeld begeleidingsprojecten (waaronder *'co-efficiënt'*),
- Diensten, bijvoorbeeld financiële bedrijfsinformatie,
- Buitenlandse handel, bijvoorbeeld exportadvies,
- Belangenbehartiging (+ Voka-kenniscentrum),
- Communicatie, bijvoorbeeld het online tijdschrift: 'K@mermail'.

2.1.5 Concurrentie⁶⁾

Op de markt van bedrijvenorganisaties zijn er slechts twee grote spelers, namelijk Voka en Unizo⁷⁾. Een kleinere concurrent van Voka is het VKW⁸⁾.

Verder zijn er ook nog sectororganisaties maar die zijn geen concurrenten. Naast maatschappelijke problemen behandelt Voka ook sectoroverstijgende moeilijkheden. Het project waarin ons onderzoek kadert is hier een mooi voorbeeld van.

Voka pakt probleemstellingen van economisch belang aan, terwijl Unizo als middenstandsorganisatie zich naar de individuele ondernemer richt. Een thema waar Unizo zich bijvoorbeeld over ontfermt, is 'kinderbijslag'. Dit is voor een zelfstandige wel belangrijk.

Voka is het meest actief op de business-to-business markt. Unizo echter richt zich vooral naar de business-to-consumer bedrijven.

Danny Van Royen: "Volgens de ondernemers is Unizo meer betrokken bij de kleine ondernemingen en Voka bij de middelgrote en grote ondernemingen. Deze stelling is niet meer volledig correct. De kleine ondernemingen die lid zijn van Unizo worden groter, waardoor ook Unizo steeds vaker werkt met grotere bedrijven. Voka trekt dan weer meer de markt van de startende onderneming naar zich toe door advies te geven en opleidingen te organiseren."

⁶⁾ Voor dit onderdeel van het rapport hebben een gesprek gehad met de heer Danny Van Royen, regiodirecteur Gent-Eeklo en manager van belangenbehartiging en diensten bij Voka.

⁷⁾ Unizo: De unie van Zelfstandige Ondernemers (Bron: www.unizo.be)

⁸⁾ VKW: Verbond van Kristelijke Werkgevers en Kaderleden (Bron: www.vkw.be)

2.2 Co-efficiënt

2.2.1 Omschrijving van het project

Het project 'co-efficiënt' maakt deel uit van het competence center 'vorming, training en begeleiding'. Via het project tracht Voka KMO's te stimuleren om genderneutraal te ondernemen. Dit beleid proberen ze te bekomen door ondernemingen in Oost-Vlaanderen aan te zetten tot het aanbieden van betere doorstroommogelijkheden en verhoogde loopbaankansen aan vrouwen.

Het project wordt gesteund door enkele onafhankelijke verenigingen. Bijlage 1 bevat een overzicht van de verschillende organisaties die het project helpen financieren. Naast de logo's, die ook te zien zijn op het voorblad, staat telkens een woordje uitleg.

De aanvang van het project vond plaats in november 2004 en het einde is voorzien in november 2006. Voka heeft het project opgesplitst in vijf fasen.

2.2.2 Fasen van het project

2.2.2.1 Onderzoek bij vrouwen

Dit is het deel van het project dat wij uitvoerden tijdens onze stage. Vanaf punt '2.3 Onderzoeksprobleem' gaat het rapport enkel over dit onderzoek bij vrouwen.

De stelling, geformuleerd door Voka, waarrond er in deze fase gewerkt moest worden, is de volgende:

*“De behoeften en noden van vrouwen
die willen doorstromen binnen de KMO-wereld.”*

Omdat deze opdrachtomschrijving iets te vaag overkomt, hebben we de probleemstelling gespecificeerd naar een meer uitgebreid onderzoeksprobleem.

*“Hoe ervaren vrouwelijke bedienden in KMO's in Oost-Vlaanderen
de doorstroommogelijkheden?”*

De titel van het onderzoeksrapport is gebaseerd op het onderzoeksprobleem. Het is echter niet gebruikelijk dat de titel van een rapport als vraag geformuleerd staat, daarom pasten we deze naar de huidige vorm aan.

Het doel is dat er aan de hand van enquêtes bij vrouwelijke bedienden in KMO's in Oost-Vlaanderen wordt nagegaan waar de kansen en de belemmeringen voor vrouwen liggen om door te stromen in een bedrijf.

2.2.2.2 Onderzoek bij bedrijfsleiders

Terwijl wij het onderzoek bij vrouwen afwerkten, nam EHSAL⁹⁾ in samenwerking met Voka diepte-interviews af bij een 30-tal KMO bedrijfsleiders en/of HR managers. Op deze manier kunnen er ideeën opgedaan worden bij de KMO's waar een genderneutraal beleid gevoerd wordt terwijl bij andere bedrijven knelpunten ontdekt kunnen worden. Oorspronkelijk was het de bedoeling dat deze fase voorafging aan het onderzoek bij vrouwen zodat wij gebruik zouden kunnen gemaakt hebben van de verzamelde informatie. Door tijdsgebrek is dit niet gebeurd.

2.2.2.3 Opleiding en begeleiding

Na deze twee fasen zal Voka een opleiding ontwikkelen om KMO's te helpen hun bedrijf gender-vriendelijk te maken. Deze opleiding start in september 2005 en is bestemd voor 30 KMO-leidingevenden en/of HR-managers. Ze omvat tien sessies over onderwerpen die de deelnemende KMO's zelf helpen bepalen op de startdag.

De resultaten van de onderzoeksfase zullen gebruikt worden om de onderwerpen voor deze opleiding en begeleiding te bepalen. Ze zullen ook de basis vormen voor het uitzetten van een opleiding- en coachingsprogramma voor medewerkers binnen diezelfde KMO's.

2.2.2.4 Charter genderneutraal ondernemen

De bedrijvenorganisatie zal een charter uitreiken aan KMO's die genderneutraal ondernemen. Dit charter heeft als doel ondernemers te belonen die zich inzetten voor een gelijke kansenbeleid op het gebied van geslacht. Het charter zal worden uitgereikt op het einde van het onderzoek.

2.2.2.5 Sensibilisatie

Voka zal artikels publiceren en debatten organiseren rond het thema '*gender*' om KMO's aan te zetten tot genderneutraal ondernemen.

⁹⁾ EHSAL: Europese Hogeschool Brussel (bron: www.ehsal.be)

2.3 Onderzoeksprobleem

Om tot het onderzoeksprobleem te komen, hebben we nagedacht over de opdracht die ons voorgelegd werd. Na veel brainstormen en overleg hebben we het onderzoeksprobleem, dat ook in punt '2.2.2.1 Onderzoek bij vrouwen' vermeld staat, als volgt geformuleerd:

“Hoe ervaren vrouwelijke bedienden in KMO's in Oost-Vlaanderen de doorstroommogelijkheden?”

Graag verklaren wij de verschillende termen om duidelijk te maken hoe de titel tot stand kwam en hoe wij geloven dat deze het rapport omschrijft.

2.3.1 “Hoe ervaren...”

Wij onderzoeken de ervaringen van de vrouwen en hoe zij de doorstroommogelijkheden aanvoelen. Vinden de vrouwen dat de werkomstandigheden, in de KMO waar ze tewerkgesteld zijn, promotie al dan niet mogelijk maken?

Welke diensten zouden vrouwen graag aangeboden zien in het bedrijf en welke zijn al aanwezig? Spelen de voorzieningen in op de behoeften van de vrouwen? Willen de vrouwen de kans krijgen om door te stromen in het bedrijf? Kortom, wat de vrouw ervaart.

2.3.2 “...vrouwelijke bedienden...”

Het onderzoek loopt bij vrouwen en dan specifiek bij bedienden en kaderleden. Vrouwelijke managers en/of kaderleden hebben eveneens een bediendecontract waardoor ze dus ook tot de doelgroep van dit onderzoek behoren.

2.3.3 “...in KMO's...”

Om elk misverstand te voorkomen volgt hier de wettelijke definitie van een KMO¹⁰:

Een kleine onderneming is een onderneming:

- die minder dan 50 werknemers tewerkstelt;
- die met haar jaarlijks balanstotaal 5 miljoen euro niet overschrijdt, ofwel de jaaronzet van 7 miljoen euro niet overschrijdt;
- die het zelfstandigheids criterium in acht neemt.

¹⁰ Definitie KMO (bron: www.ondernemendeschool.be/viewobj.jsp?article=27159)

Een middelgrote onderneming is een onderneming:

- met minder dan 250 werknemers;
- waarvan de jaaromzet 40 miljoen euro niet overschrijdt, of het jaarlijks balanstotaal 27 miljoen euro niet overschrijdt;
- die het zelfstandigheids criterium in acht neemt.

Om te voldoen aan het zelfstandigheids criterium¹¹⁾ mag de onderneming niet voor 25 % of meer van het kapitaal of van de stemrechten in handen zijn van een grote onderneming of van verscheidene grote ondernemingen samen.

In overeenstemming met Voka was het de bedoeling ons onderzoek te beperken tot Kleine en Middelgrote Ondernemingen met 20 tot 199 werknemers.

2.3.4 “...in Oost-Vlaanderen...”

De bevoegdheid van Voka strekt zich uit over de provincie Oost-Vlaanderen met uitzondering van het Waasland. Het Waasland hoort bij Voka - Kamer van Koophandel Antwerpen Waasland. Aangezien wij het volledige Oost-Vlaamse grondgebied willen onderzoeken, heeft Voka een aanvraag ingediend bij Voka - Kamer van Koophandel Antwerpen-Waasland om ook deze regio te betrekken in ons onderzoek. Deze aanvraag is goedgekeurd, waardoor het onderzoek toch volledig de provincie Oost-Vlaanderen omvat.

2.3.5 “...de doorstroommogelijkheden?”

Doorstroming is geen tastbaar begrip. Bovendien kunnen doorstroommogelijkheden voor iedere KMO verschillend geïnterpreteerd worden. Om die redenen besloten we dat voor ons doorstroming op drie manieren kan gebeuren:

- door een functieverhoging,
- door een salarisverhoging,
- door een verhoging van verantwoordelijkheden.

Doorstroommogelijkheden zijn in dit project dus de kansen die vrouwelijke bedienden in KMO's ervaren om op te klimmen in het bedrijf.

¹¹⁾ Definitie zelfstandigheids criterium
(bron: www.vlaanderen.be/NASApp/cs/ContentServer?pagename=MG_AEO_AC/Page/ShowPage&id=1067431187706&divIK=&loggedIn=no#12)

3 Methodologie

3.1 Exploratief onderzoek

3.1.1 Desk Research

Een veel besproken onderwerp in onze moderne maatschappij is de emancipatie van de vrouw, zowel in haar privé-leven als op professioneel gebied. Voor ons is dit echter geen alledaagse materie en daarom gingen we op zoek naar informatie over genderneutraal ondernemen. Deze informatie vonden we voornamelijk in artikels. Na de verwerking hiervan, kregen we een duidelijk beeld van onderzoeken die in het verleden plaatsvonden.

We namen de verschillende beschikbare rapporten door en zochten bijkomende informatie over het onderwerp “genderneutraal ondernemen”. Aan de hand hiervan stelden we de onderzoeksvragen op. Die gaven ons een duidelijk beeld van wat we willen onderzoeken en vormden de basis voor een goede enquête.

3.1.2 Field Research

Als laatste aanvulling van de informatie van het exploratief onderzoek, namen we zelf drie diepte-interviews af. Een samenvatting van die interviews vindt u in bijlage 2. De vrouwen die we over hun ervaringen binnen het bedrijf geïnterviewd hebben, zijn bedienden uit KMO's. Het is niet noodzakelijk dat de vrouwen uit de diepte-interviews in Oost-Vlaanderen werken.

3.2 Onderzoeksvragen

Voor we het beleidsprobleem konden vertalen in een enquête moesten er onderzoeksvragen opgesteld worden. In deze fase vermelden we alle vragen waarop we een antwoord willen krijgen. In hoofdstuk 4: 'Profiel van de respondent' en hoofdstuk 5: 'Ervaringen' worden de antwoorden van de respondenten volgens dezelfde structuur verwerkt als de onderzoeksvragen die hieronder terug te vinden zijn.

- 1 *Oost-Vlaamse KMO*
 - 1.1 Wat is de naam van het bedrijf waar de respondent werkt?
 - 1.2 In welke regio ligt het bedrijf waar de respondent werkt?
 - 1.3 In welke sector is de respondent actief?
 - 1.4 Hoeveel werknemers telt het bedrijf waar de respondent werkt?¹²⁾
- 2 *Vrouwelijke bediende*
 - 2.1 Wat is de leeftijd van de respondent?
 - 2.2 Wat is de gezinssamenstelling van de respondent?
 - 2.3 Wat is de leeftijd van de inwonende kinderen?
 - 2.4 Wat is het opleidingsniveau van de respondent?
 - 2.5 Hoe lang werkt de respondent al in haar huidige bedrijf?
- 3 *De doorstroommogelijkheden van de respondent*
 - 3.1 Heeft de respondent al kans op doorstroming gehad?
 - 3.2 Op welke vorm van doorstroming heeft de respondent al kans gehad?
 - 3.3 Is de respondent al doorgestroomd?
 - 3.4 Wil de respondent nog verder doorstromen?
 - 3.5 Heeft de respondent de indruk doorstroommogelijkheden te hebben in de nabije toekomst (binnen 3 jaar)?
- 4 *Het rollenpatroon in het bedrijf van de respondent*
 - 4.1 Welke bedrijfscultuur ervaart de respondent binnen het bedrijf waar ze werkt?
 - 4.2 Leeft het rollenpatroon in het bedrijf waar de respondent werkt?
 - 4.3 Staat het rollenpatroon in het bedrijf waar de respondent werkt eventuele doorstroming in de weg?
- 5 *Het rollenpatroon in het gezin van de respondent*
 - 5.1 Leeft het rollenpatroon in het gezin van de respondent?
 - 5.2 Staat het rollenpatroon in het gezin van de respondent eventuele doorstroming in de weg?
 - 5.3 Heeft de gezinssamenstelling invloed op eventuele doorstroming?
- 6 *De huishoudelijke taken van de respondent*
 - 6.1 Welke taken neemt de respondent op zich in het huishouden?
 - 6.2 Biedt het bedrijf waar de respondent werkt materiële ondersteuning aan?

¹²⁾ Deze vraag is niet in de enquête opgenomen omdat de respondent zich niet altijd bewust is van het antwoord op deze vraag en omdat wij het kunnen op zoeken via BEL-FIRST (een database die gedetailleerde informatie bevat betreffende 320 000 Belgische bedrijven en 4 000 bedrijven in Luxemburg. (Bron: <http://www.bvdep.com/BEL-FIRST.html>).

- 6.3 Welke materiële ondersteuning wordt er aangeboden in het bedrijf?
- 6.4 Maakt de respondent gebruik van de materiële ondersteuning?
- 6.5 Hoe ervaart de respondent de materiële ondersteuning?
- 6.6 Welke materiële ondersteuning wenst de respondent graag te krijgen van het bedrijf?

7 De respondent en glijdende werkuren

- 7.1 Laat de job van de respondent glijdende werkuren toe?
- 7.2 Denkt de respondent glijdende werkuren te kunnen krijgen?
- 7.3 Wil de respondent eventueel gebruik maken van glijdende werkuren?

8 De respondent en deeltijds werken

- 8.1 Laat de inhoud van de job van de respondent toe om deeltijds te werken?
- 8.2 Denkt de respondent deeltijds te mogen werken?
- 8.3 Wil de respondent deeltijds werken?
- 8.4 Waarom wil de respondent niet deeltijds werken?

9 De respondent en thuis werken

- 9.1 Laat de job van de respondent het toe van thuis uit te werken?
- 9.2 Denkt de respondent van thuis uit te mogen werken?
- 9.3 Wil de respondent eventueel gebruik maken van de mogelijkheid om van thuis uit werken?
- 9.4 Waarom wil de respondent niet van thuis uit werken?

10 De respondent en netwerking

- 10.1 Maakt de respondent gebruik van netwerking?
- 10.2 Waarom maakt de respondent geen gebruik van netwerking?
- 10.3 Hoe belangrijk vindt de respondent netwerking?

11 De respondent en rolmodellen

- 11.1 Heeft de respondent een rolmodel om zich aan op te trekken?
- 11.2 Wordt de respondent door een rolmodel gestimuleerd om door te stromen?
- 11.3 Heeft de respondent een rolmodel nodig om zich aan op te trekken?

12 De respondent en mentoring

- 12.1 Heeft de mogelijkheid tot mentoring zich al voorgedaan voor de respondent?
- 12.2 Hoe is de respondent in contact gekomen met mentoring?
- 12.3 Heeft de respondent interesse voor mentoring?

13 De respondent en het uiterlijk

- 13.1 Denkt de respondent dat het uiterlijk een rol speelt bij eventuele doorstroming?
- 13.2 Kent de respondent situaties waar het uiterlijk een rol gespeeld heeft bij doorstroming?

14 De eigenschappen van de respondent

- 14.1 Welke eigenschappen bezit de respondent?
- 14.2 In welke mate bezit de respondent bepaalde eigenschappen?
- 14.3 Hoe belangrijk vindt de respondent bepaalde eigenschappen met het oog op doorstroming?

3.3 Conclusief onderzoek

3.3.1 Relevante populatie en steekproef

Onze populatie bestaat uit vrouwelijke bedienden uit Oost-Vlaamse KMO's. Een sampling frame¹³⁾ van deze populatie bestaat niet. Het aantal Oost-Vlaamse KMO's kan via BEL-FIRST geraadpleegd worden. In overleg met Voka hebben we ervoor gekozen om ons onderzoek te beperken tot KMO's met 20 tot 199 personeelsleden. Er zijn in Oost-Vlaanderen 1613 KMO's actief met dit werknemersaantal. Bij het binnenkomen van de resultaten bleek echter dat er ook een aantal vrouwen uit KMO's met minder dan 20 werknemers geantwoord hebben. De database van Arvato Services was geselecteerd op Oost-Vlaamse KMO's van 20 tot 199 werknemers, maar door veroudering van het bestand, bleek dat er ook KMO's waarvan het personeelsaantal lager is dan 20 in de lijst zaten. Deze antwoorden zijn ook in de verwerking opgenomen.

De respondenten werden via de HR-managers bereikt omdat er geen contactgegevens beschikbaar zijn voor onze doelgroep. Voor de adressenlijst hebben we enerzijds beroep gedaan op Arvato Services, een bureau dat nauw samenwerkt met Trends. De lijst omvat 1273 eenheden, waaronder 669 persoonlijke adressen van HR-managers. De overige zijn firma-adressen, bijvoorbeeld info@kvkov.voka.be. Anderzijds hebben we de lijst van Arvato Services uitgebreid met de database van Voka. Dankzij deze database werd de aangekochte lijst uitgebreid tot 1454 e-mailadressen. Er zaten 183 onbezorgde e-mails tussen. Het totaal aantal bereikte bedrijfsleiders is 1271. Dit getal is niet 100 % correct omdat we na telefonisch contact de link naar de enquête nog enkele keren doorstuurden.

Deze beide lijsten zorgen samen voor heel wat adressen van bedrijven, maar vormen geen volledig sampling frame, hierdoor was het niet mogelijk om een toevalssteekproef te gebruiken. De niet-toevalssteekproef waarvoor we gekozen hebben is de gemakkelijheidsteekproef. Dit houdt in dat we zoveel mogelijk vrouwelijke bedienden trachtten te bereiken via de elektronische post, zonder rekening te houden met de variabelen regio, grootte van het bedrijf en sector waarin het bedrijf actief is. Dit om de eenvoudige reden dat we niet beschikken over die gegevens. Iedereen die voldeed aan de kenmerken van onze doelgroep kon de enquête invullen.

¹³⁾ Sampling Frame: Een lijst met alle personen uit de doelgroep.
(bron: Marktonderzoek, vijfde uitgave, Paul Offermans en Marc De Laet)

3.3.2 Ondervragingsmethode

3.3.2.1 Soort ondervragingsmethode

De enquête moet altijd afgestemd worden op de manier van enquêtering.

Het uitgangspunt was dat vrouwelijk bedienden over een e-mailadres beschikken en ze regelmatig hun elektronische post lezen. We kozen daarom voor een online enquête. Aan deze ondervragingsmethode zijn een aantal belangrijke voordelen verbonden:

- Aangezien we gebonden zijn aan een strikte deadline moesten we zorgvuldig omspringen met de beschikbare tijd. Online enquêteren spaart veel tijd uit en dit op twee manieren. Het enquêteren zelf gaat veel vlugger omdat ten eerste op een en hetzelfde moment alle mogelijke respondenten bereikt kunnen worden en als tweede omdat de antwoorden van de respondenten niet meer handmatig ingevoerd moeten worden.
- De gegevens worden rechtstreeks getransformeerd en opgeslagen in een database zodat er geen fouten ontstaan bij het invoegen van de resultaten in het statistische programma SPSS.
- Bovendien is de responsgraad hoger doordat dit een zeer moderne en gebruiksvriendelijke manier van enquêteren is.

Er zijn echter ook enkele nadelen aan gekoppeld:

- De e-mail adressen van onze doelgroep konden omwille van privacy niet gevonden worden, hierdoor moesten we dus via de HR-managers werken.
- Achteraf bleek dat een groot aantal bedienden geen Internet heeft en sommigen zelfs niet over een computer beschikken.

De enquête was online vanaf dinsdag 12 april tot en met zondag 24 april 2005.

3.3.2.2 Ondersteuning

Een goede ondersteuning van de enquête leidt tot een hogere respons. We trachtten deze enquête dan ook te ondersteunen via communicatie, incentives en herinneringstelefoons.

Om de HR-managers en de vrouwelijke bedienden warm te maken voor het onderwerp zorgden we ervoor dat ze voortdurend geconfronteerd werden met de studie over genderneutraal ondernemen. Dit deden we door via Voka een artikel te publiceren in het vakblad *'Ondernemers'* van april 2005. Er werd ook een online artikel gepubliceerd in de *'K@mermail'* van Voka op vrijdag 15 april en in het *'e-zine'* van HR-square op dinsdag 12 april en dinsdag 19 april. De artikels zijn terug te vinden in bijlage 3.

De managers werden geïnformeerd over het project via een mail. De bedoeling is dat de HR-managers de link naar de enquête, die ook in de mail terug te vinden was, doorsturen naar de vrouwelijke bedienden binnen het bedrijf. De brief die de enquête via mail begeleidde, staat in bijlage 4.

De vrouwen stimuleerden we door een banner te plaatsen op de site van Voka, VDAB en Job@t. Die banner bevat een rechtstreekse link naar de vragenlijst. De banner was online vanaf het moment van lancering op dinsdag 12 april tot en met het einde op zondag 24 april 2005. Het ontwerp van die banner staat in bijlage 5.

De managers krijgen in juni een verslag van de resultaten van het onderzoek. De medewerking wordt bovendien beloond met een incentive onder de vorm van een magneet.

Na twee dagen stuurden we een herinnering naar de HR-managers waarvan de vrouwelijke medewerkers nog geen enquête hadden ingevuld.

Van woensdag 13 april tot vrijdag 22 april hebben we alle HR-managers, van wie we een telefoonnummer gevonden hadden, opgebeld. De telefoonnummers hebben we opgezocht via BEL-FIRST. Zoals vermeld in het onderdeel *'2.3.4 ...Oost-Vlaanderen'* hebben we te maken met het probleem dat de gegevens dateren van 2003 en dat brengt een onvermijdelijke foutenmarge met zich mee.

3.3.3 Vragenlijst

De onderzoeksvragen werden omgezet naar de definitieve enquêtevragen, hiervoor stelden wij een overeenstemmingstabel op, deze staat in bijlage 6. We hebben de enquête getest bij enkele vrouwen uit onze doelgroep. In tegenstelling tot het werkelijk afnemen van de enquête via Internet, is het heel belangrijk dat deze pilootenquêtes persoonlijk gebeurden. Enkel op die manier konden we hoogte krijgen van de spontane reactie van de respondent en kregen we ook onmiddellijke feedback. De vrouwen die hieraan meewerkten zijn bedienden bij Voka.

Wij voerden dit onderzoek in opdracht van Voka. Het is dus zeer belangrijk dat we van hen goedkeuring voor de enquête kregen. De goedkeuring van de heer Karel Uyttersprot, Afgevaardigd Bestuurder van Voka - Kamer van Koophandel Oost-Vlaanderen, was dan ook noodzakelijk. Wij wensten ook de goedkeuring van de adviesgroep die naar aanleiding van het project is samengesteld.

De opmerkingen in verband met de voorlopige enquête werden in rekenschap gebracht. De definitieve enquête vindt u op de volgende pagina's.

Beste,

Voka - Kamer van Koophandel Oost-Vlaanderen voert een onderzoek naar genderneutraal ondernemen binnen KMO's. Wij stellen het op prijs dat u bereid bent mee te werken aan deze anonieme enquête. Wij garanderen u dat uw antwoorden enkel voor dit onderzoek gebruikt zullen worden en niet afzonderlijk terug te vinden zullen zijn in het eindrapport.

De enquête zal niet meer dan 10 minuten van uw tijd in beslag nemen.

Alvast bedankt!

1. Wat is de naam van het bedrijf waarin u werkt?

.....

2. Wat is de postcode van de gemeente waar het bedrijf ligt waarin u werkt?

.....

3. In welke sector bent u actief?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Afvalverwerking | <input type="checkbox"/> Papier -en kartonnijverheid |
| <input type="checkbox"/> Bosbouw | <input type="checkbox"/> Recreatie |
| <input type="checkbox"/> Chemie | <input type="checkbox"/> Rubber & Kunststof |
| <input type="checkbox"/> Delfstoffen | <input type="checkbox"/> Tabak & Alcohol |
| <input type="checkbox"/> Financiële instellingen | <input type="checkbox"/> Textiel |
| <input type="checkbox"/> Gezondheidszorg | <input type="checkbox"/> Transport (dienst) |
| <input type="checkbox"/> Horeca | <input type="checkbox"/> Transport (vervaardiging) |
| <input type="checkbox"/> Houtindustrie | <input type="checkbox"/> Uitgeverijen & drukkerijen |
| <input type="checkbox"/> Informatica | <input type="checkbox"/> Visserij |
| <input type="checkbox"/> Landbouw | <input type="checkbox"/> Voeding |
| <input type="checkbox"/> Machines & Computers | <input type="checkbox"/> Andere: |
| <input type="checkbox"/> Medische apparatuur | |
| <input type="checkbox"/> Metaalindustrie | |
| <input type="checkbox"/> Onderwijs | |

4. Wat is uw geboortjaar?

.....

5. Wat is uw huidige gezinssamenstelling?

- Alleenwonend zonder kinderen (ga naar vraag 7)
- Alleenwonend met kinderen (ga naar vraag 6)
- Samenwonend of gehuwd zonder kinderen (ga naar vraag 7)
- Samenwonend of gehuwd met kinderen (ga naar vraag 6)
- Inwonend (ga naar vraag 7)

6. Wat is de leeftijd van uw inwonende kinderen?

	Eerste kind	Tweede kind	Derde kind	Vierde kind	Vijfde kind
0 - 2 jaar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 - 5 jaar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 - 8 jaar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9 - 11 jaar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12 - 14 jaar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15 - 17 jaar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18 - 20 jaar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21 - 23 jaar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
≥ 24 jaar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. Wat is uw hoogst behaalde diploma?

- Lagere school
- Lager secundair
- Hoger secundair
- Hoger onderwijs, korte type
- Hoger onderwijs, lange type
- Universitair
- Postuniversitair

8. Hoe lang werkt u al in het bedrijf waar u nu werkt?

- ≤ 5 jaar
- 6 - 10 jaar
- 11 - 15 jaar
- 16 - 20 jaar
- 21 - 25 jaar
- 26 - 30 jaar
- 31 - 35 jaar
- 36 - 40 jaar
- ≥ 41 jaar

Doorstroming definiëren wij als de kansen die u krijgt om op te klimmen in het bedrijf. Doorstroming kan op drie manieren gebeuren:

- Door een functieverhoging;
- door een salarisverhoging (de gewone salarisverhogingen niet meegerekend);
- door een verhoging van verantwoordelijkheden.

Rekening houdend met de bovenstaande definitie:

9. Hebt u al kans op doorstroming gehad?

- Ja (ga naar vraag 10)
- Nee (ga naar vraag 12)

10. Op welke vorm van doorstroming hebt u al kans gehad?

(meerdere antwoorden zijn mogelijk)

- Een functieverhoging
- Een salarisverhoging
- Meer verantwoordelijkheid

11. Hebt u die kans om door te stromen gegrepen?

- Ja
- Nee

12. Wilt u (nog verder) doorstromen?

- Ja
- Nee

13. Hebt u de indruk doorstroommogelijkheden te hebben in de nabije toekomst (maximum 3 jaar)?

- Ja
- Nee

14. Welke bedrijfscultuur ervaart u binnen het bedrijf waar u werkt?

(meerdere antwoorden zijn mogelijk)

- Gentlemen's club (moeilijke zaken/karweitjes wegnemen van vrouwen)
- Bullebakcultuur (mannen schrikken vrouwen af door hun houding)
- Kleedkamermentaliteit (mannenpraat op vrije momenten)
- Seksblindheid (geen oog voor individuen)
- Dienstmeidmentaliteit (huishoudelijke karweitjes worden aan vrouwen overgelaten vb. koffie en drank voorzien op vergaderingen)
- Andere:
- Ik ervaar geen van bovenstaande bedrijfsculturen

15. Leeft het rollenpatroon volgens u nog in het bedrijf waar u werkt?

- Ja (ga naar vraag 16)
- Nee (ga naar vraag 17)

16. Staat het rollenpatroon in het bedrijf waar u werkt eventuele doorstroming in de weg?

- Ja
- Nee

17. Leeft het rollenpatroon nog sterk in uw gezin?

- Ja (ga naar vraag 18)
- Nee (ga naar vraag 19)

18. Staat het rollenpatroon in uw gezin eventuele doorstroming in de weg?

- Ja
- Nee

19. Heeft uw gezinssamenstelling een invloed op eventuele doorstroming?

- Ja
 Nee

20. Welke taken vervult u in het huishouden?

	Niet van toepassing	Dit doe ik hoofdzakelijk zelf	Dit wordt hoofdzakelijk door mijn partner gedaan	Dit doen mijn partner en ik samen	Ik heb hiervoor hulp?	
					Betaald (vb. dienstmeid)	Onbetaald (vb. ouders)
De (klein)kinderen begeleiden (o.a. met schoolwerk, instaan voor hun vervoer)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Boodschappen doen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hulp aan familieleden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Koken en de vaat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schoonmaken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wassen, strijken en naaien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Instaan voor het vervoer van de kinderen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Administratie van het gezin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dieren verzorgen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tuinieren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Andere:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

21. Biedt het bedrijf waar u werkt diensten ter ondersteuning van de huishoudelijke taken aan?

- Ja (ga naar vraag 22)
- Nee (ga naar vraag 23)

22. Welke ondersteuning van huishoudelijke taken worden aangeboden in/door het bedrijf waar u werkt?

	Welke van de volgende extra diensten biedt het bedrijf aan?	Van welke van de volgende extra diensten maakt u gebruik?	Hoe tevreden bent u over de volgende diensten?			
			Heel tevreden	Tevreden	Minder tevreden	Helemaal niet tevreden
Boodschappendienst	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fitness	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kapper	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kinderopvang	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Massage	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Poetsdienst	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Strijkdienst	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tuindienst	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wasdienst	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Andere:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

23. Geef in onderstaande lijst door middel van een 1 (belangrijkst), 2 en 3 aan van welke diensten u zeker gebruik zou maken indien die aangeboden werden door uw bedrijf.

- Boodschappendienst
- Fitness
- Kapper
- Kinderopvang
- Massage
- Poetsdienst
- Strijkdienst
- Tuindienst
- Wasdienst
- Andere:

24. Laat de inhoud van uw job glijdende werkuren toe?

- Ja
- Nee

25. Denkt u glijdende werkuren te kunnen krijgen?

- Ik heb al glijdende werkuren (ga naar vraag 27)
- Ja (ga naar vraag 26)
- Nee (ga naar vraag 26)
- Geen idee (ga naar vraag 26)

26. Wilt u eventueel gebruik maken van glijdende werkuren?

- Ja
- Nee

27. Laat de inhoud van uw job toe om deeltijds te werken?

- Ja
- Nee

28. Denkt u deeltijds te mogen werken?

- Ik werk deeltijds (ga naar vraag 31)
- Ja (ga naar vraag 29)
- Nee (ga naar vraag 29)
- Geen idee (ga naar vraag 29)

29. Wilt u deeltijds werken?

- Ja (ga naar vraag 31)
- Nee (ga naar vraag 30)

30. Waarom wilt u niet deeltijds werken?

- Financieel niet haalbaar
- Carrière wordt gehypothekeerd
- Te hoge werkdruk
- Andere:.....

31. Laat de inhoud van uw job het toe van thuis uit te werken?

- Ja
- Nee

32. Denkt u van thuis uit te mogen werken?

- Ik werk al van thuis uit (ga naar vraag 35)
- Ja (ga naar vraag 33)
- Nee (ga naar vraag 33)
- Geen idee (ga naar vraag 33)

33. Zou u van thuis uit willen werken?

- Ja (ga naar vraag 35)
- Nee (ga naar vraag 34)

34. Waarom wilt u niet van thuis uit werken?

- Scheiding werk/privé vervaagt
- Carrière wordt gehypothekeerd
- Voeling met werkvloer verkleint teveel
- Sociaal contact nodig
- Andere:.....

Netwerking definiëren wij als het sociaal contact met de collega's na de uren. Dit omvat iets gaan drinken na het werk maar ook deelnemen aan evenementen aangeboden door het bedrijf waar u tewerkgesteld bent.

Rekening houdend met de bovenstaande definitie:

35. Maakt u gebruik van netwerking?

- Ja, dikwijls (ga naar vraag 37)
- Ja, af en toe (ga naar vraag 37)
- Nee (ga naar vraag 36)

36. Waarom maakt u geen gebruik van netwerking?

(Slechts één antwoord aanduiden)

- Ik heb geen tijd voor netwerking
- Ik heb geen behoefte aan netwerking
- Ik ken(de) netwerking niet
- Ik heb andere prioriteiten
- Andere:

37. Hoe belangrijk vindt u netwerking?

- Helemaal niet belangrijk
- Minder belangrijk
- Neutraal
- Belangrijk
- Heel belangrijk

38. Kunt u zich optrekken aan door u gekende vrouwen in hogere functies al dan niet binnen het eigen bedrijf?

- Ja (ga naar vraag 39)
- Nee (ga naar vraag 40)

39. Wordt u door die 'voorbeeldvrouw(en)' gestimuleerd om zelf door te stromen?

- Ja
- Nee

40. Is het belangrijk dat u zich kunt optrekken aan door u gekende vrouwen in hogere functies?

- Ja
- Nee

Mentoring definiëren wij als iemand die ervaring heeft met een bepaald onderwerp (mentor) gekoppeld aan iemand die daar meer over wil weten (mentee). De mentor begeleidt de mentee gedurende korte of langere tijd. De mentor heeft geen directe werkrelatie met de mentee.

Rekening houdend met de bovenstaande definitie:

41. Heeft de mogelijkheid tot mentoring zich al aan u voorgedaan?

- Ja, als mentor (ga naar vraag 42)
- Ja, als mentee (ga naar vraag 42)
- Nee (ga naar vraag 43)

42. Hoe bent u in contact gekomen met mentoring?

- Via het bedrijfsmanagement
- Via een collega
- Via kennissen
- Via een bedrijfsvereniging
- Andere:

43. Hebt u interesse voor mentoring?

- Ja, als mentor
- Ja, als mentee
- Nee

44. Denkt u dat het uiterlijk een rol speelt bij eventuele doorstromingsmogelijkheden?

- Ja
- Nee

45. Heeft u persoonlijke ervaring met situaties waar het uiterlijk een rol gespeeld heeft bij doorstroming?

- Ja
 Nee

46. In welke mate beschikt u over de volgende eigenschappen?

	Niet	In mindere mate	Gemiddeld	In sterke mate	Heel sterk
Aandacht voor communicatie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aandacht voor discussie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aandacht voor intuïtie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aandacht voor persoonlijke relaties	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ambitie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bedrijfsdoelstelling voor persoonlijke doelen plaatsen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Emotionele intelligentie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Empathie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Feedback geven aan een groep	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leiding geven aan een groep	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Luisterbereidheid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Motivatie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Planmatig werken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rationaliteit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

47. Hoe belangrijk vindt u onderstaande eigenschappen met het oog op doorstromen?

	Helemaal niet belangrijk	Minder belangrijk	Neutraal	Belangrijk	Heel belangrijk
Aandacht voor communicatie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aandacht voor discussie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aandacht voor intuïtie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aandacht voor persoonlijke relaties	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ambitie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bedrijfsdoelstelling voor persoonlijke doelen plaatsen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Emotionele intelligentie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Empathie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Feedback geven aan een groep	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leiding geven aan een groep	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Luisterbereidheid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Motivatie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Planmatig werken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rationaliteit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Hartelijk bedankt voor uw medewerking!

3.3.4 Respons

De respons van de vrouwen kunnen we niet achterhalen. We kunnen immers niet met zekerheid zeggen dat elke personeelsverantwoordelijke die wij hebben aangeschreven de mail heeft doorgestuurd. Daarnaast is het ons ook een vraagteken naar hoeveel vrouwen die mail dan werd doorgestuurd.

Om de minimum respons van een online enquête na te gaan hebben we twee onderzoeksbureaus, namelijk Insites¹⁴⁾ en CheckMarket BVBA¹⁵⁾ gebeld. Bij elk van de onderzoeksbureaus kregen we als antwoord dat dit van een heleboel factoren, zoals onderwerp, lengte van de enquête,... afhankelijk is. De betrouwbaarheid van de aangekochte lijst en het aantal persoonlijke adressen spelen een grote rol bij de responsgraad. Het is ook belangrijk dat de begeleidende mail kort en motiverend is.

Als we de bovenstaande dingen in rekening brachten, was volgens Insites en CheckMarket BVBA de maximum respons van 5 tot 10 %.

We weten dat we zeker 1271 KMO's bereikt hebben. De vrouwelijke bedienden uit 324 Oost-Vlaamse KMO's hebben meegewerkt aan dit onderzoek. Dit komt neer op een respons van ongeveer 26,6 % van de gecontacteerde bedrijven.

3.3.5 Statistische verwerking

De enquête hebben we via het statistische computerprogramma SPSS verwerkt. In SPSS maakten we eerst bij elke vraag een frequentietabel. Alle frequentietabellen zijn opgenomen in bijlagen 7 tot en met 60. Die werden in Excel omgezet in de grafieken die in hoofdstuk 4: '*Profiel van de respondent*' en in hoofdstuk 5: '*Ervaringen*' te zien zijn. De vragen met slechts twee antwoordmogelijkheden hebben we telkens in een taartdiagram gegoten. De vragen met meer antwoordmogelijkheden zijn in een staafdiagram omgezet. In elke grafiek kan de absolute waarde afgelezen worden. Daarnaast kan bij de staafdiagrammen op de Y-as ook het percentage dat die waarde voorstelt worden afgelezen. De 'n-waarde' die telkens boven de grafiek staat, houdt het aantal vrouwen in dat op de desbetreffende vraag geantwoord heeft. Voor het berekenen van de percentages die we gebruikten om de grafiek uit te leggen baseerden we ons op de 'n-waarde'.

De volgende stap was het nagaan van verbanden tussen bepaalde variabelen. Daarvoor zijn we alle mogelijke zinvolle verbanden nagegaan. In bijlagen 61 tot en met 92 zitten al deze kruistabellen. Een kruistabel bevat gewoonlijk een onafhankelijke en een afhankelijke variabele. De bedoeling was dus kijken of die onafhankelijke een invloed heeft op de afhankelijke variabele.

¹⁴⁾ Insites gebeld op 7 maart 2005 (Coupure Links 59, 9000 Gent; ☎ 09/269 15 00)

¹⁵⁾ CheckMarket bvba gebeld op 7 maart 2005 (Oude Dijk 14, 2300 Turnhout; ☎ .014/700 703)

De kruistabellen worden altijd gevolgd door een chi-kwadraat-test. Deze test geeft aan of er een verband is tussen de variabelen uit de gekruiste vragen. Na het uitvoeren van deze test bekomen we altijd een waarde, de χ^2 . Wanneer deze waarde kleiner is dan 0,05 ofwel 5 % mag er met 95 % betrouwbaarheid gezegd worden dat er in het onderzoek een significant verband is vastgesteld tussen de variabelen uit de gekruiste vragen.

Om vast te stellen wat dat verband is moet de kruistabel zelf onder de loep genomen worden. Er bestaan 2 manieren om dit verband te ontdekken. Bij de eerste manier worden de F_o -waarden (de waargenomen frequentie) en de F_e -waarden (de theoretische of verwachte frequentie) met elkaar vergeleken. De F_o -waarde geeft weer hoeveel elementen in een cel aanwezig zijn. De F_e -waarde staat voor het aantal elementen dat men in de cel zou verwachten wanneer er geen verband is. Grote verschillen tussen de F_o - en F_e -waarden kan het significante verband zich daar bevinden.

De tweede manier vergelijkt de verschillen tussen de kolompercentages die te zien zijn in de kruistabel. Het is weer bij die waarden die het meest afwijken van het algemene kolompercentage dat het significante verband te zoeken valt.

Bij de kruistabellen die een significant verband opleverden pasten we verder ook nog de V-Cramer-test toe om de sterkte van dat verband na te gaan. Deze test levert een waarde tussen 0 en 1 op. Een v-waarde van 0 betekent dat er helemaal geen samenhang is, terwijl een v-waarde van 1 een volkomen samenhang impliceert. Zowel de tabellen met de chi-kwadraat-test als die met de V-Cramer-test zijn in bijlage 61 tot 92 te vinden.

Tenslotte hebben we ook nog een clusteranalyse toegepast op de resultaten van het onderzoek om de populatie in clusters op te splitsen, maar deze leverde niks op en is dus ook niet opgenomen.

4 Profiel van de respondent

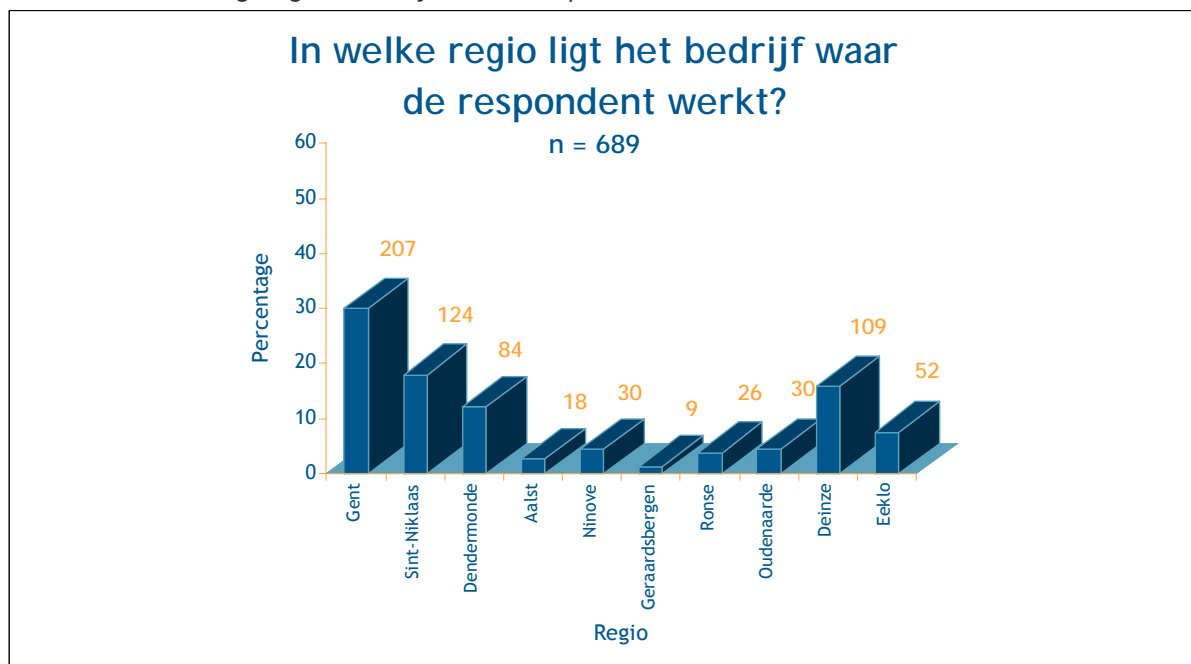
4.1 Oost-Vlaamse KMO

In het stuk dat hierna volgt, staat een profielschets van de werkgevers van de vrouwelijke bedienden die aan deze enquête meegewerkt hebben.

4.1.1 Regio waar de respondent werkt

Op de grafiek die volgt is het aantal vrouwen dat de vraag beantwoord heeft te zien dat in bepaalde regio's is tewerkgesteld. Het gaat dus niet om het aantal bedrijven maar om het aantal vrouwen uit die bedrijven. Deze vraag werd gesteld om te kijken of er verschillen bestaan tussen de regio's.

Grafiek 1: In welke regio ligt het bedrijf waar de respondent werkt?



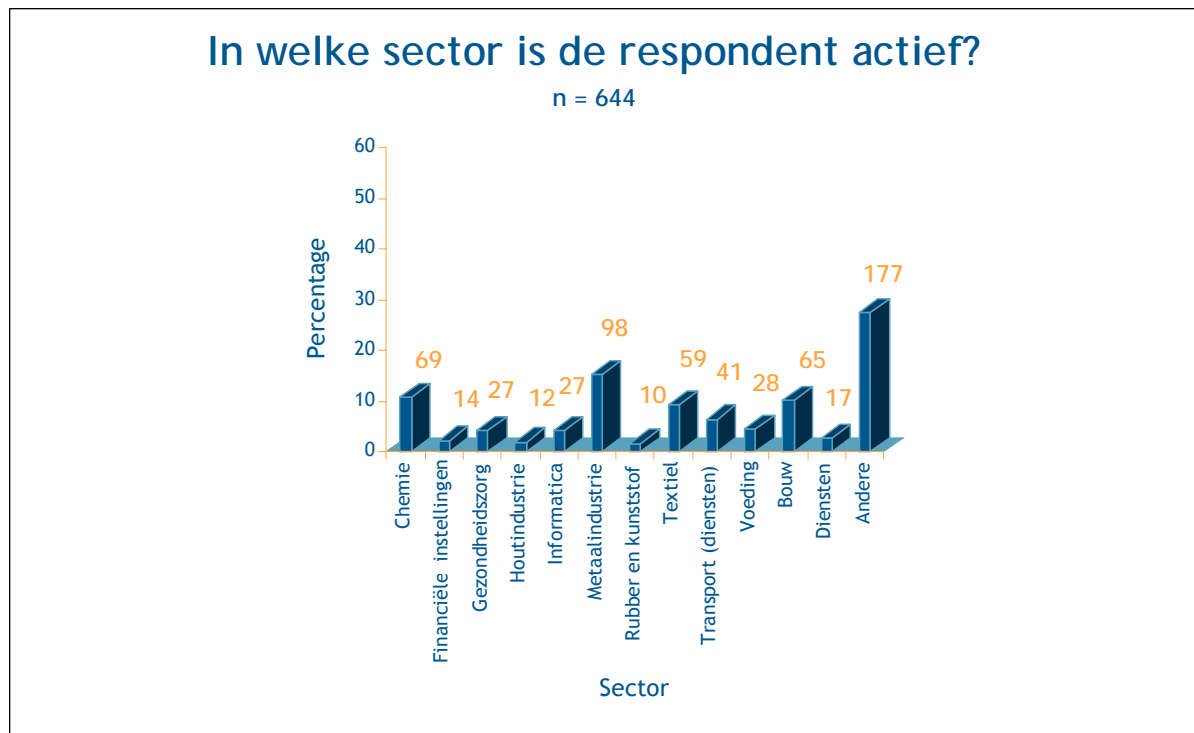
Bron: bijlage 7: In welke regio ligt het bedrijf waar de respondent werkt?

De meeste vrouwen die we ondervraagd hebben zijn tewerkgesteld in bedrijven in de regio's Gent, Sint-Niklaas en Deinze, met respectievelijk 30 %, 18 % en 15,8 %. Verder volgen Dendermonde met 12,2 % en Eeklo met 7,6 %. Ninove en Oudenaarde komen daarna met allebei 4,3 %. Ronse haalt nog 3,7 %. Aalst en Geraardsbergen sluiten de rij met 2,6 % en 1,3 %.

4.1.2 Sector waarin de respondent actief is

Op onderstaande grafiek staan de meest genoemde sectoren. De sectoren die slechts één of een paar keer voorkomen staan in de antwoordcategorie 'andere'. Enkele voorbeelden van weinig voorkomende antwoorden zijn: horeca, landbouw en afvalverwerking.

Grafiek 2: In welke sector is de respondent actief?



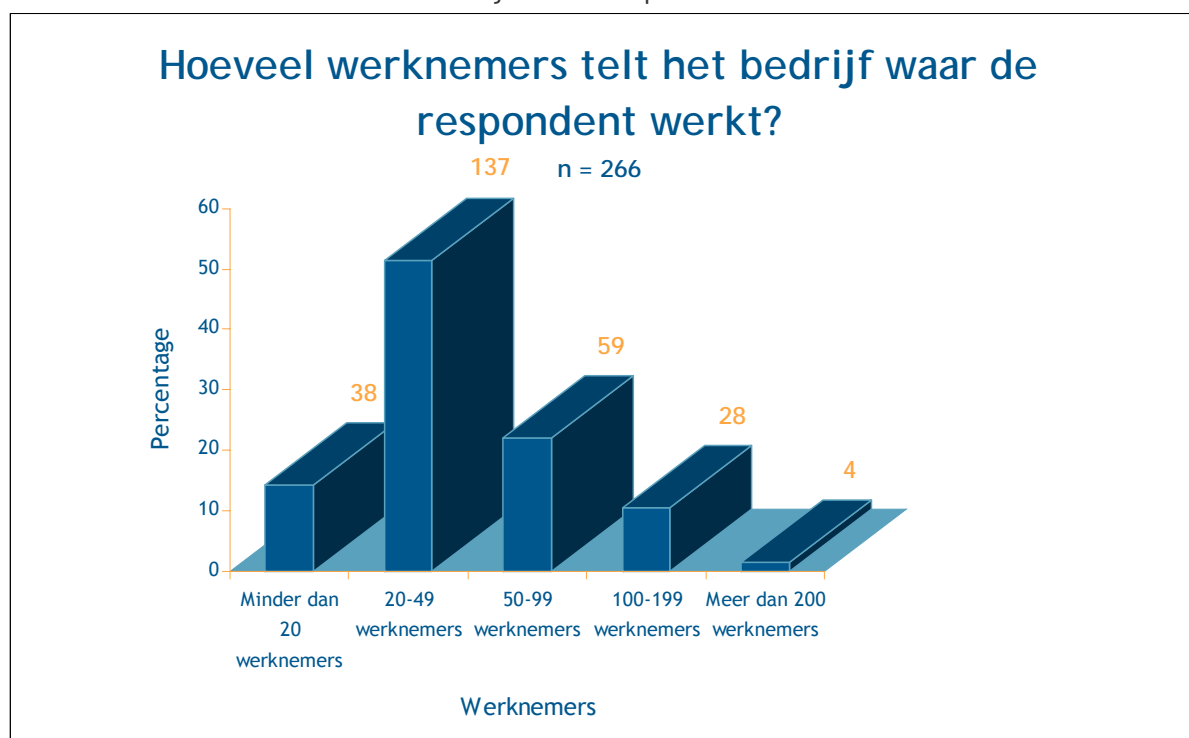
Bron: bijlage 8: In welke sector is de respondent actief?

De drie meest voorkomende sectoren zijn metaalindustrie (15,2 %), chemie (10,7 %) en bouw (10,1 %). Het is opvallend dat uit de sectoren 'bouw' en 'metaal' veel vrouwen gereageerd hebben. Doordat er een heleboel verschillende sectoren zijn, konden we met die gegevens verder weinig doen.

4.1.3 Aantal werknemers in het bedrijf waar de respondent werkt

De grootte van de bedrijven konden we via de naam van het bedrijf opzoeken in de database van BEL-FIRST. Bij 58 van de 324 waarvan er vrouwen meegewerkt hebben aan deze enquête kennen we echter de werknemersaantallen niet. Hier gaat het dus wel om het aantal bedrijven en niet om het aantal vrouwen uit die bedrijven. Deze vraag werd gesteld om na te gaan of er verschillen bestaan tussen KMO's van een bepaalde grootte.

Grafiek 3: Hoeveel werknemers telt het bedrijf waar de respondent werkt



Bron: bijlage 9: Hoeveel werknemers telt het bedrijf waar de respondent werkt??

Zoals uit de bovenstaande grafiek blijkt, heeft 51,5 % van de bedrijven 20 tot 49 medewerkers. Bij 22,2 % ligt het werknemersaantal tussen de 50 en de 99. 14,3 % heeft minder dan 20 werknemers, 10,5 % tussen de 100 en de 199.

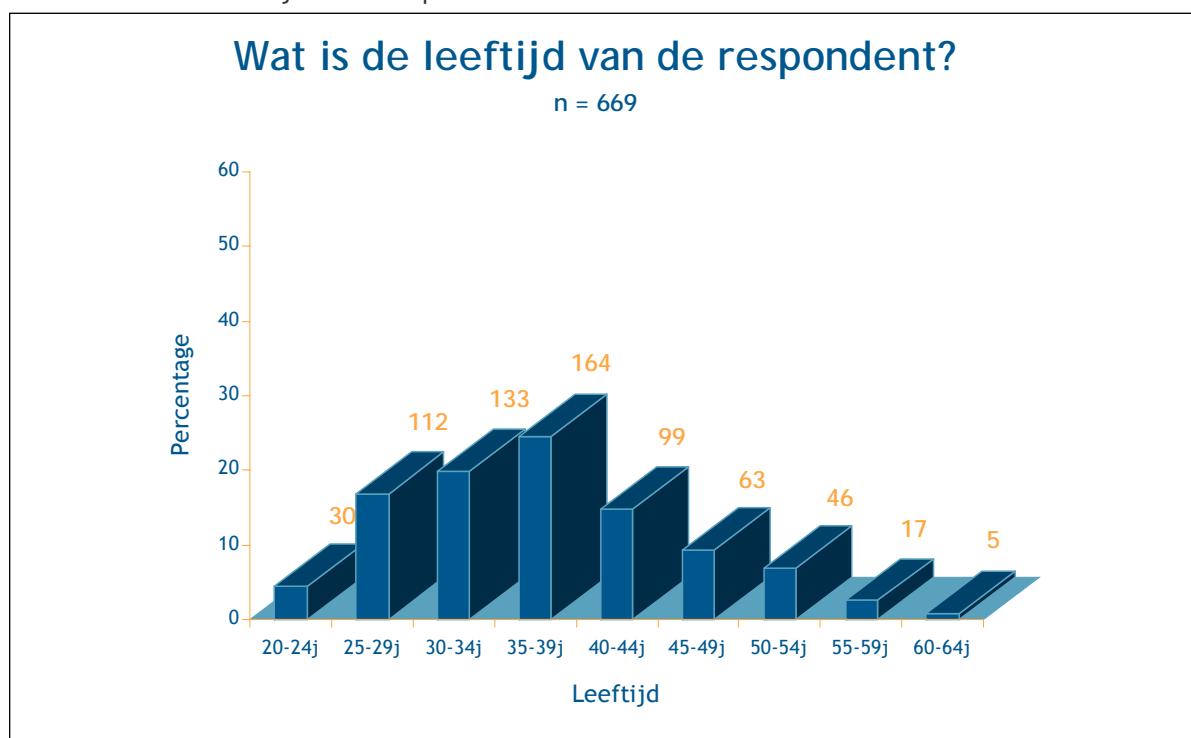
4.2 Vrouwelijke bediende

Het deel dat hierna volgt beschrijft de sociaal demografische kenmerken van de vrouwen die deze enquête invulden.

4.2.1 Leeftijd van de respondent

Zoals uit onderstaande grafiek blijkt, is maar liefst 44,4 % van de vrouwen die we ondervraagd hebben, tussen de dertig en de negenendertig jaar oud. Dit is dan ook duidelijk de grootste leeftijdsgroep uit ons onderzoek. Daarna komen twintig tot negenentwintig jarigen en veertig tot negenenviertig jarigen met respectievelijk 21,2 % en 24,2 %. Vrouwen ouder dan 55 jaar vertegenwoordigen 3,3 % van de respondenten bij deze vraag.

Grafiek 4: Wat is de leeftijd van de respondent?



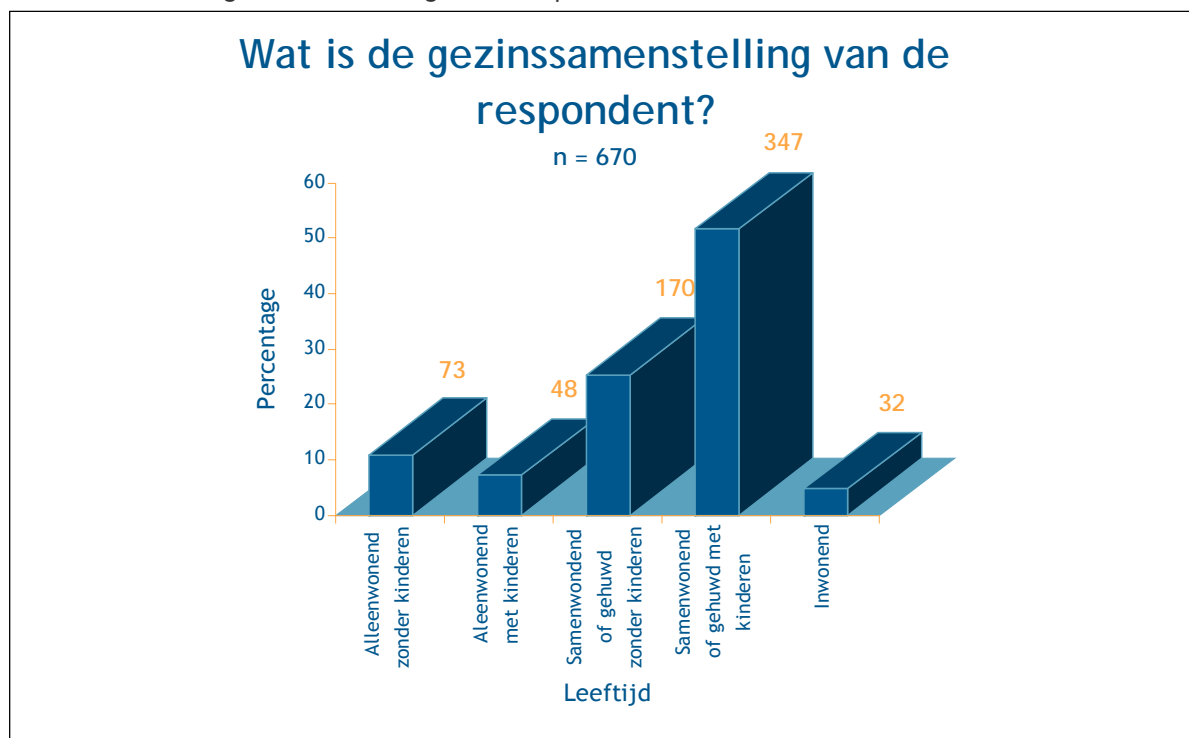
Bron: bijlage 10: Wat is de leeftijd van de respondent?

Om de leeftijden overzichtelijk te kunnen weergeven, werkten we met leeftijdsklassen. De breedte van de klassen bedraagt 5 jaar. De jongste respondent was op het moment van de ondervraging 20 jaar en de oudste was 61 jaar oud.

4.2.2 Gezinsamenstelling van de respondent

De gezinsamenstelling van de respondent kan ons veel vertellen over het profiel van de vrouwen uit de doelgroep. Zoals op onderstaande grafiek duidelijk te zien is, vormt de categorie ‘samenwonend of gehuwd met kinderen’ de grootste groep.

Grafiek 5: Wat is de gezinsamenstelling van de respondent?



Bron: bijlage 11: Wat is de gezinsamenstelling van de respondent?

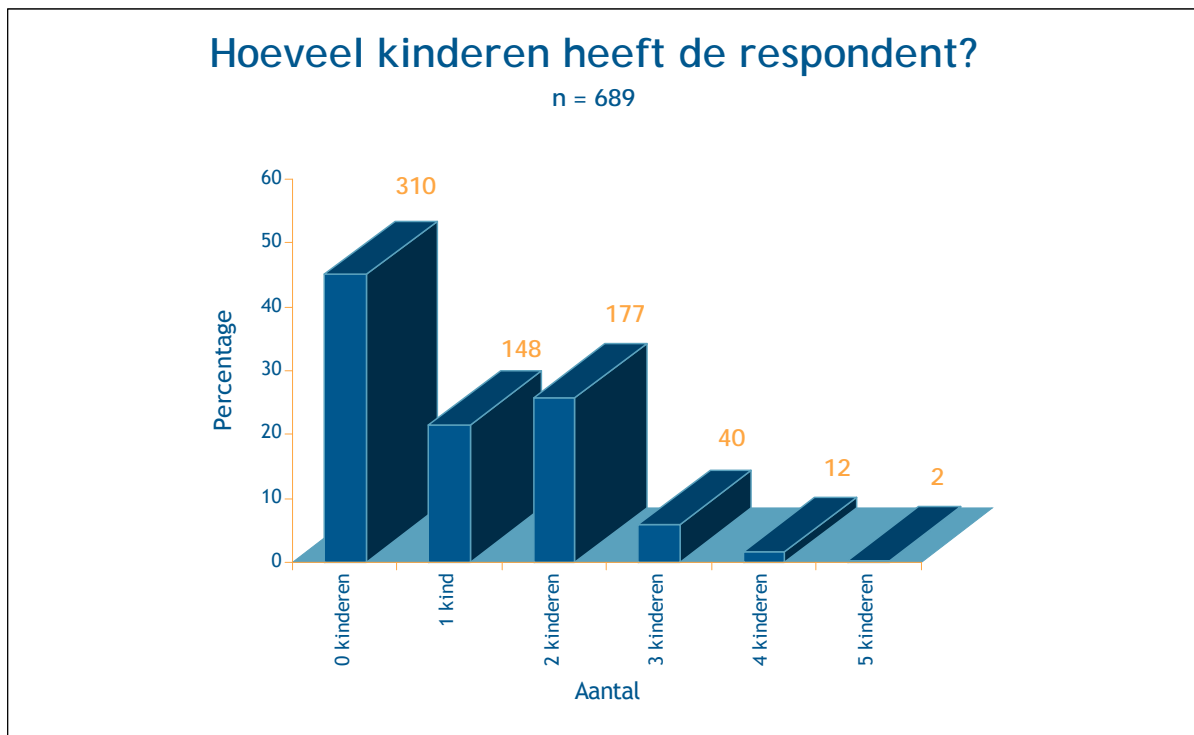
Meer dan de helft (51,8 %) van de vrouwen die we ondervraagd hebben woont samen of is gehuwd en heeft kinderen. Van de respondenten die deze vraag invulden, heeft 36,3 % van de respondenten geen kinderen. Van alle vrouwen die deze vraag invulden woont 4,8 % in.

4.2.3 Kinderen van de respondent

Onder dit punt bespreken we drie grafieken. Het is niet alleen belangrijk om te weten hoe oud de kinderen van de respondent zijn, maar ook het aantal kinderen kan een invloed hebben op doorstroommogelijkheden van de vrouw.

De onderstaande grafiek toont onmiddellijk aan dat grote gezinnen bij de respondenten weinig voorkomen. 38,9 % van de respondenten heeft 1 kind, 46,6 % heeft 2 kinderen. Slechts 14,5 % van de vrouwen heeft 3 of meer kinderen.

Grafiek 6: Hoeveel kinderen heeft de respondent?

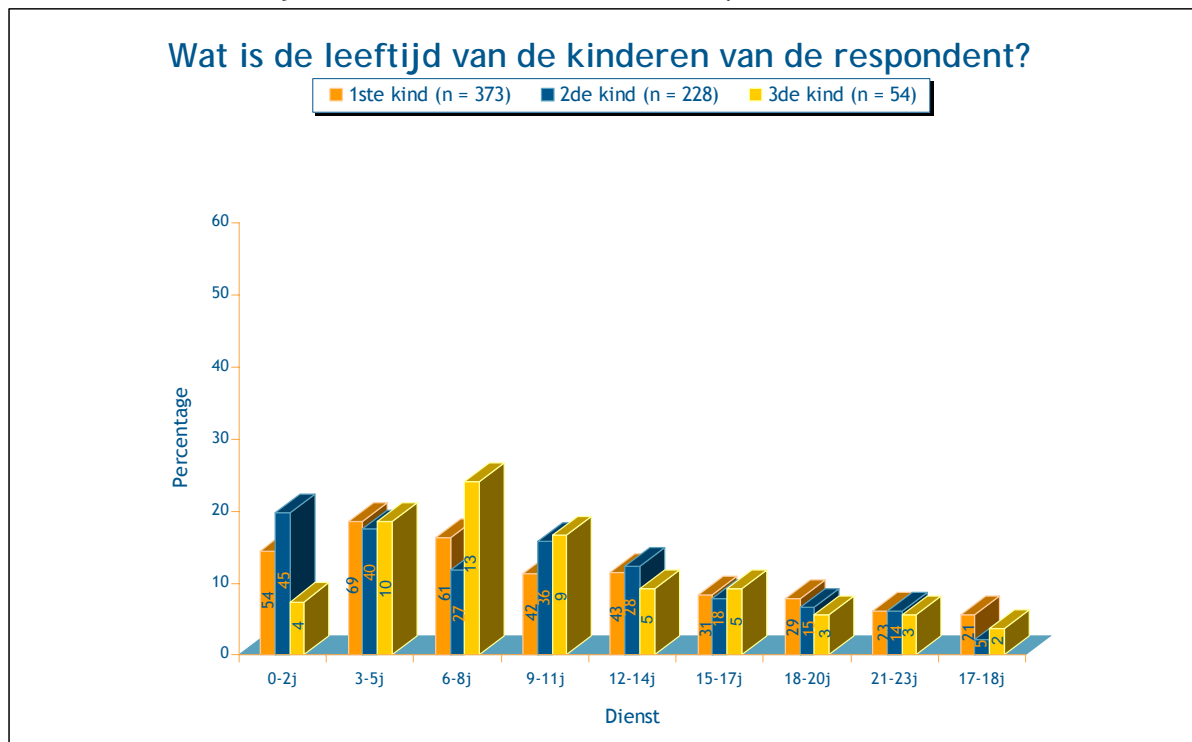


Bron: bijlage 12: Hoeveel kinderen heeft de respondent?

Zoals op de vorige grafiek te zien is, komt het maar weinig voor dat een respondent meer dan 3 kinderen heeft. Om die reden bespreken we in de onderstaande grafiek enkel de leeftijd van de eerste drie kinderen.

De frequentietabellen van de respondenten die 4 of 5 kinderen hebben zijn terug te vinden in bijlage 16 'Wat is de leeftijd van het vierde kind van de respondent?' en in bijlage 17 'Wat is de leeftijd van het vijfde kind van de respondent?'

Grafiek 7: Wat is de leeftijd van de inwonende kinderen van de respondent?



Bron: bijlage 13: Wat is de leeftijd van het eerste kind van de respondent?
 Bijlage 14: Wat is de leeftijd van het tweede kind van de respondent?
 Bijlage 15: Wat is de leeftijd van het derde kind van de respondent?

Het oudste kind is in 33 % van de gevallen jonger dan 5 jaar. De moeders die deelnamen aan de enquête hebben dus nog zeer jonge kinderen.

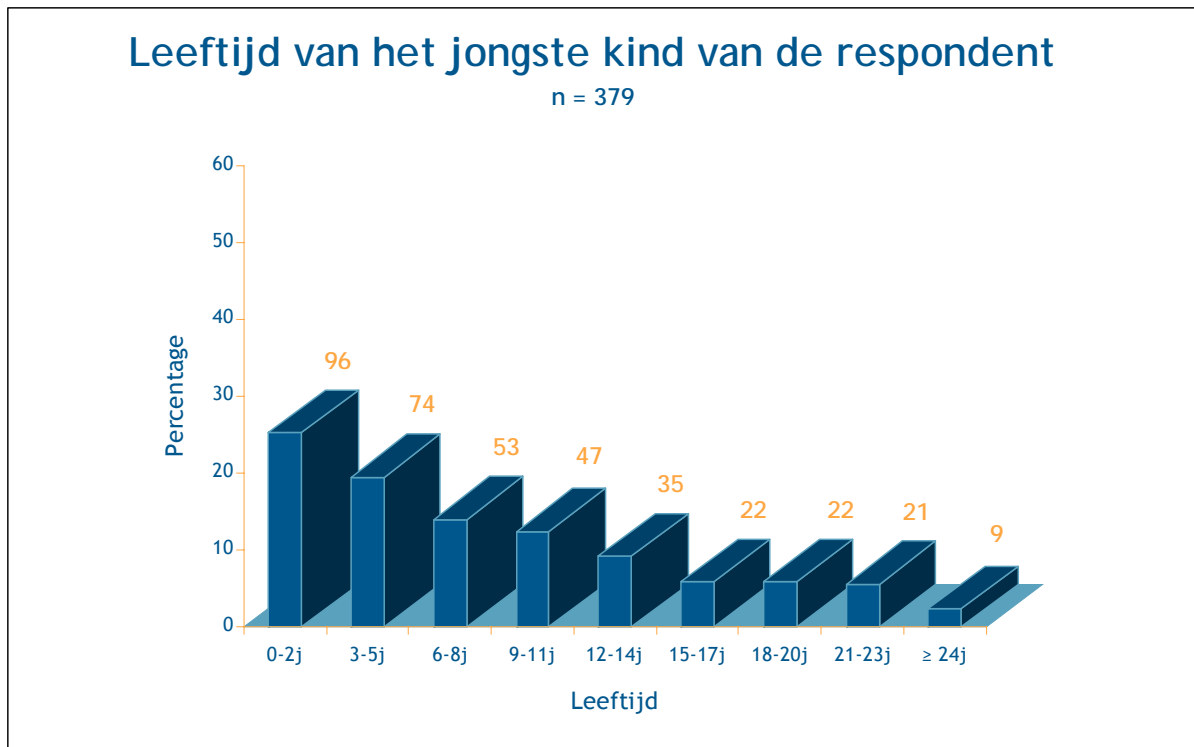
De leeftijd van het tweede kind is ook nog laag, namelijk 49,1 % van de kinderen is jonger dan 8 jaar en 85,1 % van de kinderen die als tweede geboren werden is jonger dan 18 jaar.

De helft van de kinderen die als derde geboren werden binnen het gezin zijn jonger dan 8 jaar.

Uit bovenstaande grafieken kan niet afgeleid worden wat de leeftijd is van het jongste kind van de vrouwen die antwoordden op deze vraag. Nochtans is dit volgens ons ook een factor die een rol kan spelen bij de wens tot doorstromen van de vrouw. De volgende grafiek geeft de leeftijd van deze kinderen weergeeft.

Aan de hand van deze grafiek is nogmaals duidelijk te zien dat er heel veel moeders met jonge kinderen hebben meegewerkt aan de enquête. De leeftijd van het jongste kind is in 58,8 % van de gevallen lager dan 8 jaar. Slechts 2,4 % respondenten hebben geen kinderen jonger dan 24 jaar.

Grafiek 8: Wat is de leeftijd van het jongste kind van de respondent?



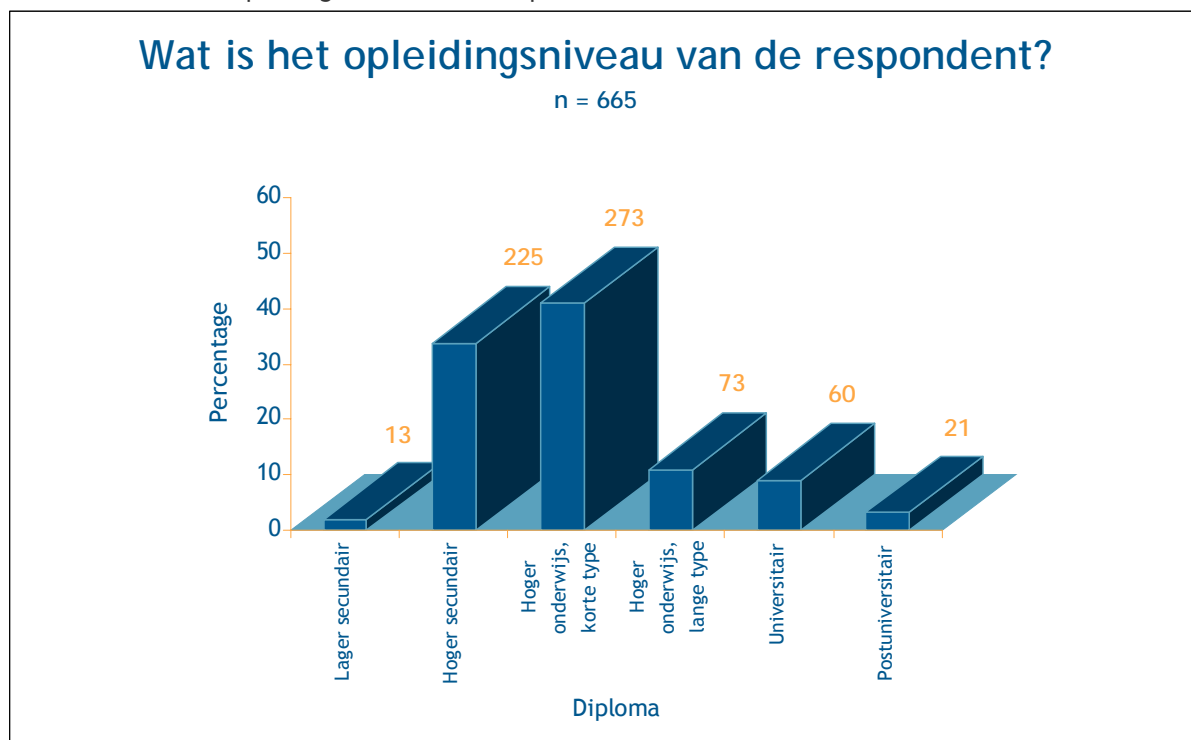
Bron: bijlage 18: Wat is de leeftijd van het jongste kind van de respondent

Tot slot vermelden we nog dat deze grafieken de antwoorden zijn van de respondenten mét kinderen. Deze vraag werd niet voorgelegd aan de overige vrouwen uit de doelgroep.

4.2.4 Opleidingsniveau van de respondent

Wat onmiddellijk opvalt in de onderstaande grafiek is dat de meeste respondenten afgestudeerd zijn met een diploma van het hoger secundair of van het hoger onderwijs, korte type.

Grafiek 9: Wat is het opleidingsniveau van de respondent?



Bron: zie bijlage 19: Wat is het hoogst behaalde diploma van de respondent?

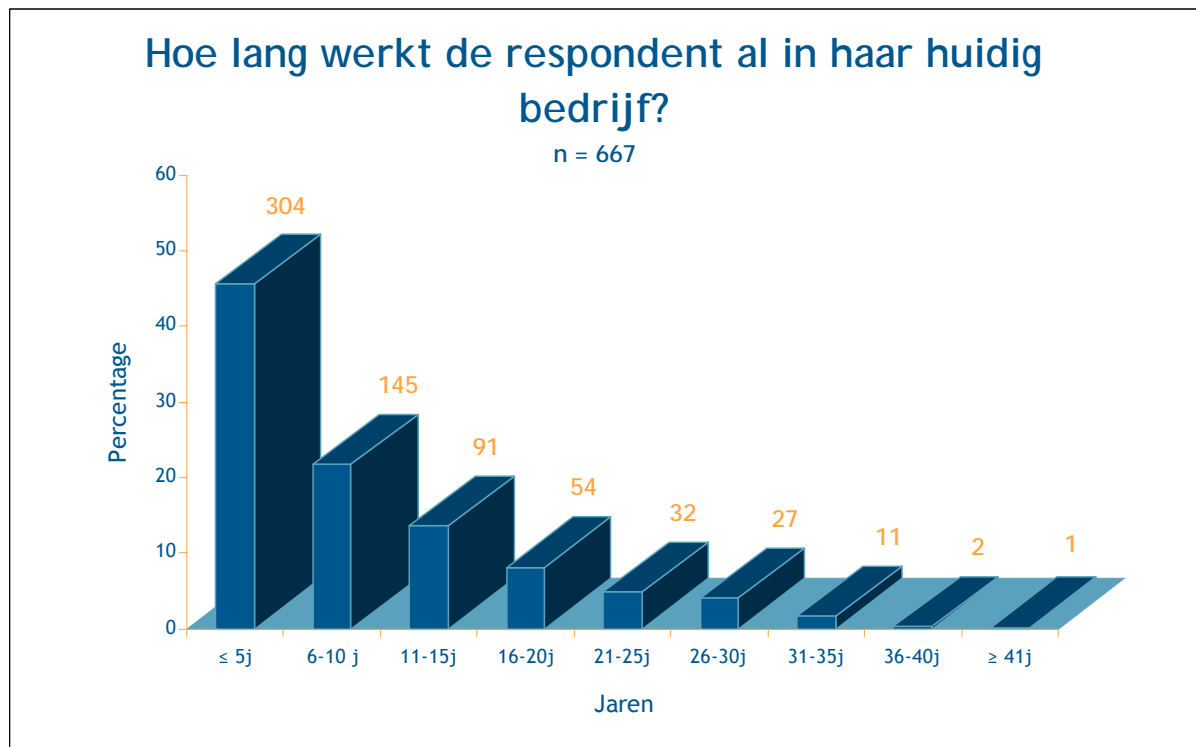
Het diploma “hoger onderwijs korte type” is bij 41,1 % van de vrouwen het hoogst behaalde diploma. Het diploma “hoger secundair” is met 33,8 % het antwoord dat het tweede meest gegeven werd. Vrouwen die een diploma hebben hoger dan de twee eerder genoemde vormen slechts 23,2 % van de respondenten die op deze vraag een antwoord gaven.

4.2.5 Aantal jaren werkzaam in het huidige bedrijf

Van de ondervraagde vrouwen werkt 45,6 % slechts vijf jaar of minder in het bedrijf waar ze op het moment van afname van de enquête werkten. Dit houdt in dat bijna de helft van de vrouwen nog maar pas in hun huidige bedrijf tewerk gesteld zijn.

21,7 % werkt tussen de zes en de tien jaar in hun huidige bedrijf. Een verdubbeling van het aantal jaren betekent hier dus een halvering van het aantal respondenten. Dit aantal blijft dalen totdat slechts 1 respondent 41 jaar of langer tewerkgesteld is in haar huidige bedrijf.

Grafiek 10: Hoe lang werkt de respondent al in haar huidige bedrijf



Bron: zie bijlage 20: Hoe lang werkt de respondent al in haar huidige bedrijf?

Al de grafieken die tot nu toe besproken werden, geven weer wie de enquête ingevuld heeft. Dit is noodzakelijke informatie om in hoofdstuk 6: 'Doorstroommogelijkheden' verbanden te kunnen leggen met de vragen die in hoofdstuk 5: 'Ervaringen' besproken worden.

4.3 Besluit

De meeste vrouwelijke werknemers die de enquête beantwoord hebben, zijn tewerkgesteld in de regio Gent en voornamelijk in de sectoren van de metaalindustrie, chemie en bouwindustrie.

De bedrijven van 20 tot 49 werknemers zijn de ondernemingen van waaruit de meeste vrouwen meegewerkt hebben.

Als we spreken over de sociaal-demografische kenmerken blijkt dat vooral de 'jongere generatie' (< 40 jaar) meegewerkt hebben aan dit onderzoek.

De respondenten zijn voornamelijk samenwonend of gehuwd en hebben kinderen, meestal 1 of 2 kinderen.

De leeftijd van die kinderen ligt vrij laag. Het merendeel van de kinderen is jonger dan 11 jaar, waarvan de leeftijd van het jongste kind bij ongeveer de helft van de respondenten jonger dan 5 jaar is.

De diploma's met het niveau van hoger onderwijs, korte type en hoger secundair komen het vaakst voor onder de respondenten.

De grootste groep van de vrouwelijke bedienden die antwoordden op deze enquête zijn nog niet lang tewerkgesteld binnen het huidige bedrijf. Bijna de helft is slechts vijf jaar werkzaam in het bedrijf.

5 Ervaringen

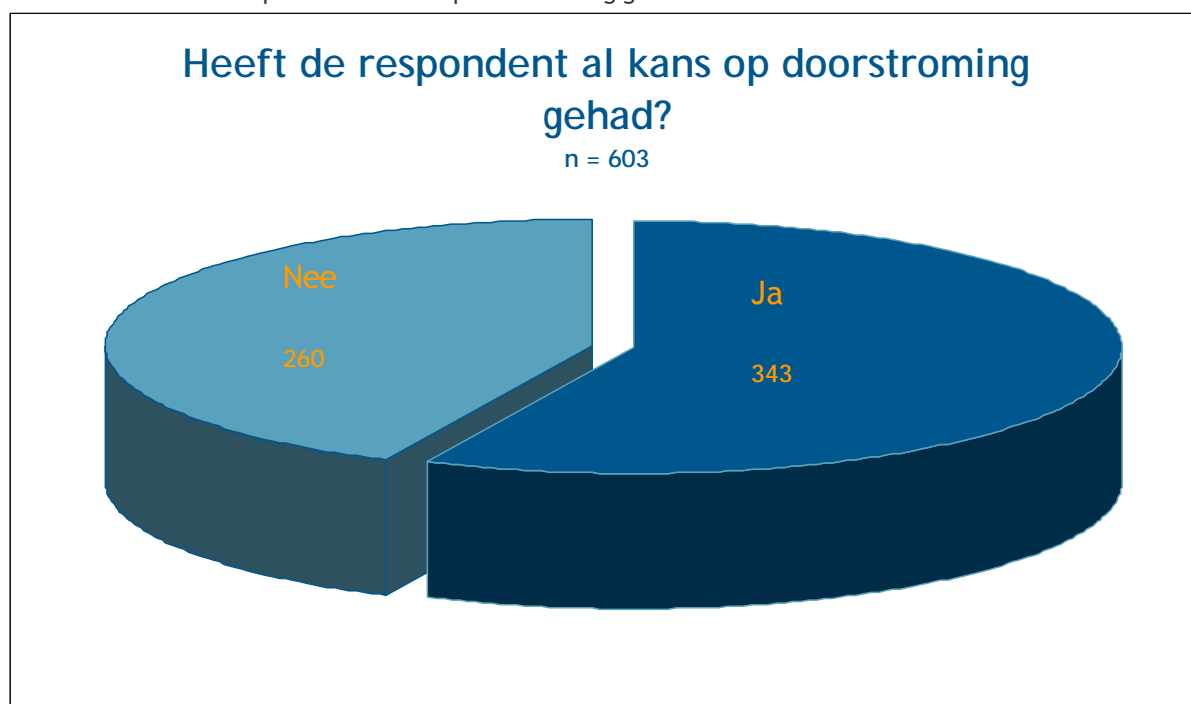
Het hoofdstuk ‘Ervaringen’ geeft de verschillende kansen en belemmeringen die de respondent aanvoelt weer. Het is dus goed mogelijk dat de HR-managers een andere mening toegedaan zijn. Dit wordt in dit rapport echter niet onderzocht.

5.1 De doorstroommogelijkheden van de respondent

5.1.1 Kans op doorstroming

De meerderheid van de vrouwen (56,9 %) heeft al kans op doorstroming gehad. Daar tegenover staat dat 43,1 % die kans nog niet gekregen heeft.

Grafiek 11: Heeft de respondent al kans op doorstroming gehad?



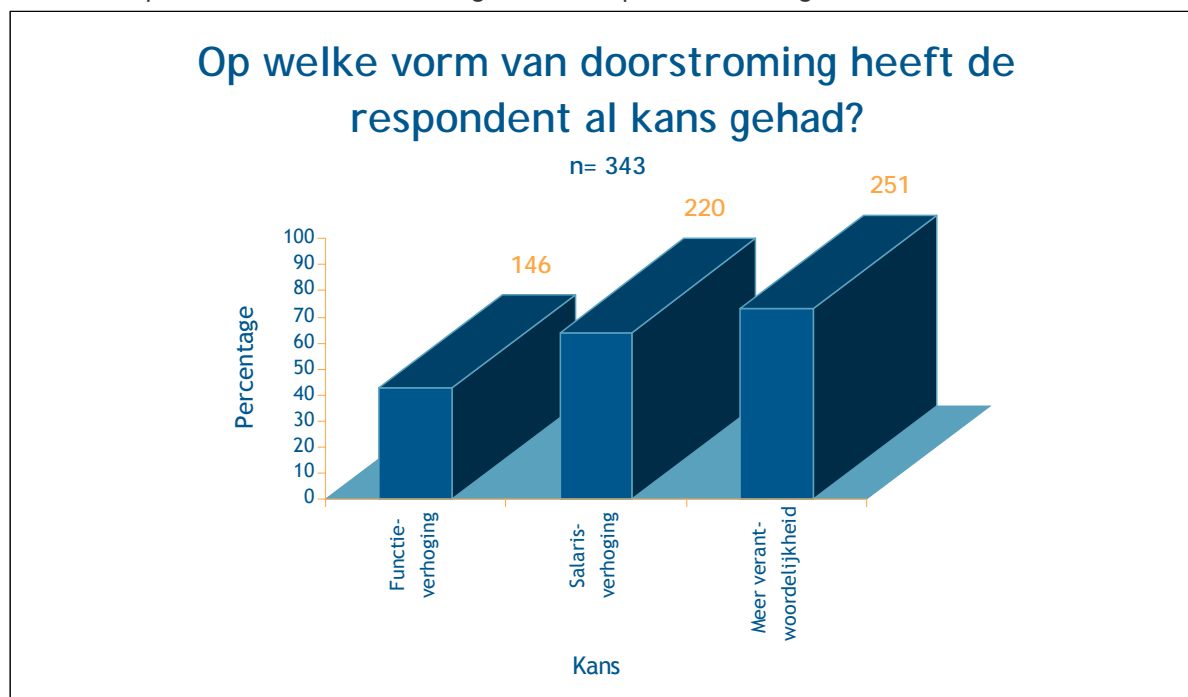
Bron: bijlage 21: Heeft de respondent al kans op doorstroming gehad?

Zoals in punt ‘2.3.5 ...de doorstroommogelijkheden?’ beschreven staat, kan doorstroming volgens ons op drie manieren gebeuren. Op de volgende grafiek volgt een overzicht van deze drie mogelijkheden.

5.1.2 Vorm van doorstroming

Er zijn 343 vrouwen van alle respondenten die volgens de vorige vraag al kans op doorstroming gehad hebben. Enkel deze vrouwen konden dus een antwoord geven op deze multiple respons vraag.

Grafiek 12: Op welke vorm van doorstroming heeft de respondent al kans gehad?



Bron: bijlage 22: Op welke vorm van doorstroming heeft de respondent al kans gehad?

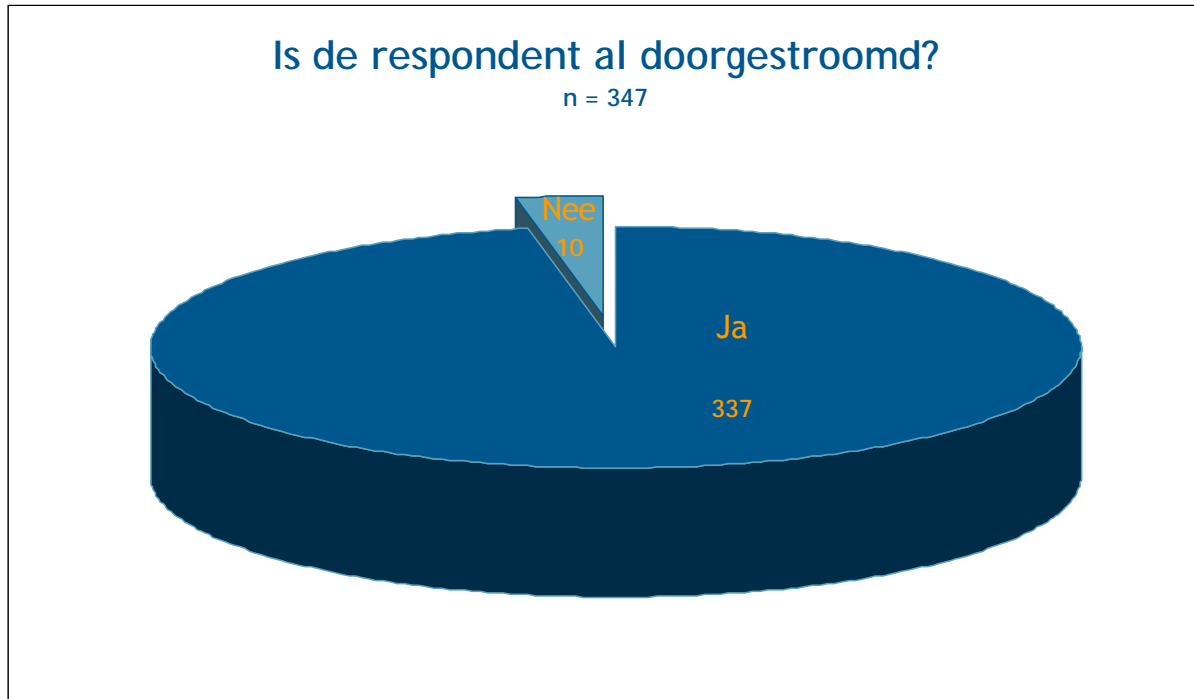
Bijna drie vierden van de vrouwen die al van een kans op doorstroming konden genieten, kregen meer verantwoordelijkheid aangeboden. Een salarisverhoging komt in 64,1 % van de gevallen voor. Bijna de helft van de kansen op doorstroming bestaat uit een functieverhoging.

Wat niet vergeten mag worden is dat het hier gaat over de kans op doorstroming, de volgende grafiek geeft weer of die vrouwen ook effectief die kans aangenomen hebben.

5.1.3 Effectieve doorstroming

Er werd nagegaan of iedere vrouw die de kans kreeg om door te stromen ook werkelijk doorstroomde.

Grafiek 13: Is de respondent al doorgestroomd?



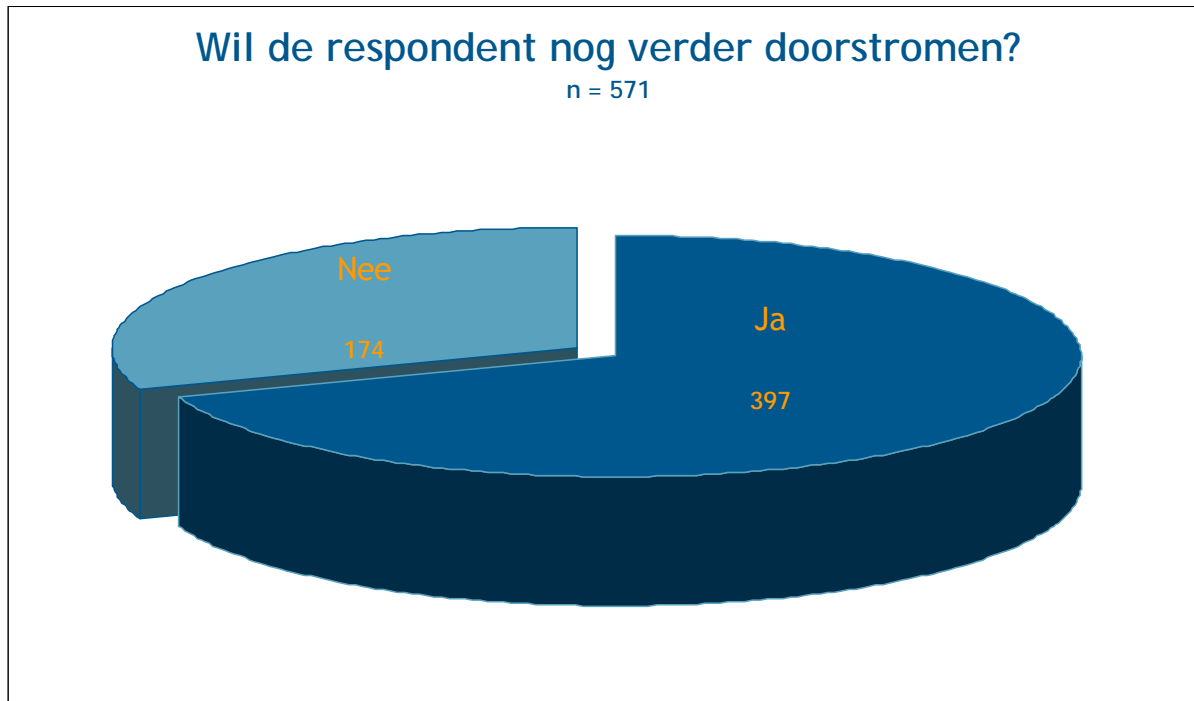
Bron: bijlage 23: Is de respondent al doorgestroomd?

Zoals heel duidelijk blijkt uit dit taartdiagram is slechts 2,9 % van de vrouwen niet op het aanbod tot doorstromen ingegaan.

5.1.4 Wens tot verdere doorstroming

Uit dit taartdiagram blijkt dat 69,5 % van de ondervraagde vrouwen nog wil doorstromen. Of, anders gezegd, dat toch 30,5 % van de ondervraagde vrouwen geen behoefte heeft aan verdere doorstroming.

Grafiek 14: Wil de respondent nog verder doorstromen?

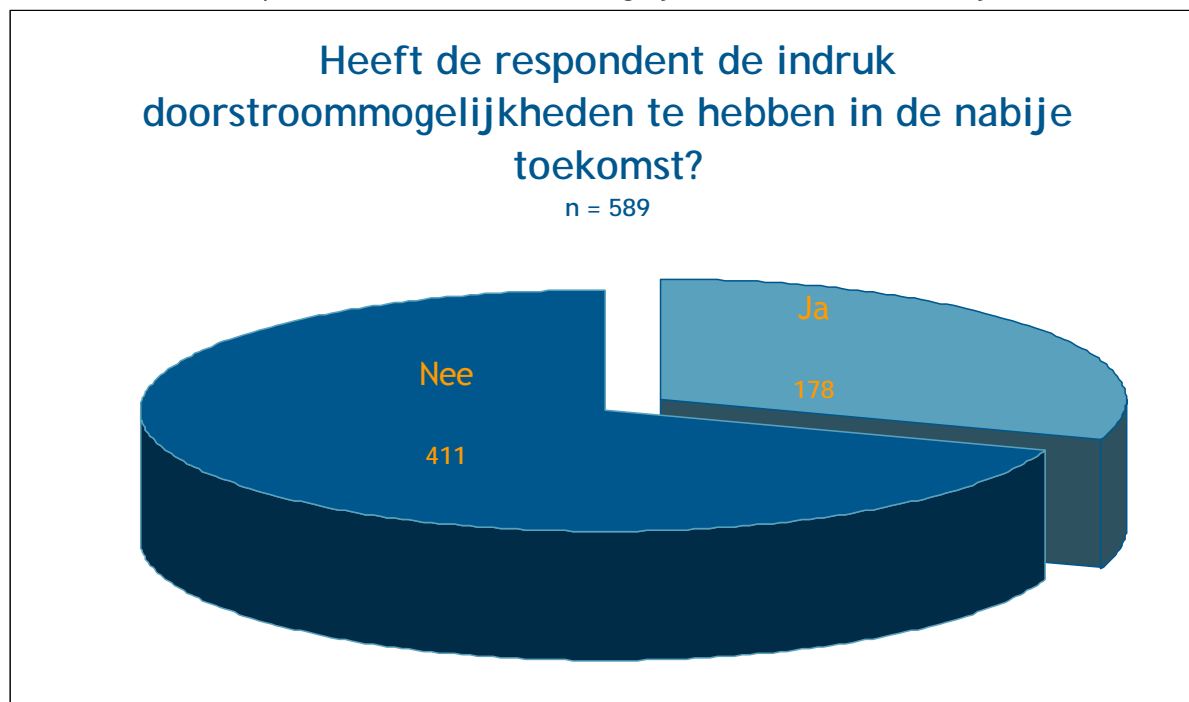


Bron: bijlage 24: Wil de respondent nog verder doorstromen?

5.1.5 Indruk op doorstroming in de toekomst

Een uitbreiding van het onderwerp ‘doorstroommogelijkheden’ is de vraag of de vrouw in de toekomst nog denkt kansen tot doorstromen te krijgen.

Grafiek 15: Heeft de respondent de indruk doorstroommogelijkheden te hebben in de nabije toekomst?



Bron: bijlage 25: Heeft de respondent de indruk doorstroommogelijkheden te hebben in de nabije toekomst?

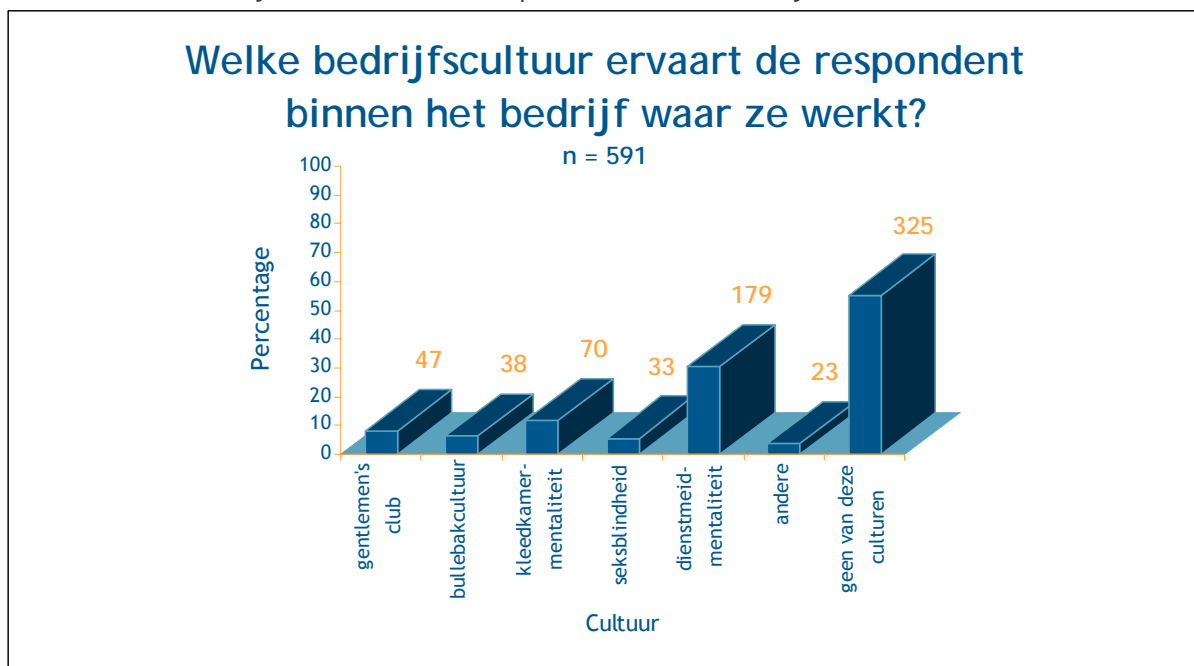
69,8 % van de ondervraagde vrouwen geeft aan niet de indruk te hebben dat ze in de nabije toekomst doorstroommogelijkheid zal hebben. Dit betekent dat slechts 30,2 % van de ondervraagde vrouwen gelooft een kans op enige vorm van doorstroming te zullen krijgen.

5.2 Rollenpatroon in het bedrijf van de respondent

5.2.1 Ervaren bedrijfscultuur

De bedrijfscultuur die heerst binnen het bedrijf waar de vrouw is tewerkgesteld oefent ongetwijfeld een invloed uit op de werkervaringen van de vrouw. Dit is dan ook de reden waarom deze vraag werd opgenomen. De antwoordmogelijkheden op de x-as zijn afkomstig uit een artikel¹⁶⁾. Meer uitleg over de termen zijn terug te vinden in de enquête, onder punt '3.3.3 Vragenlijst' bij vraag 14.

Grafiek 16: Welke bedrijfscultuur ervaart de respondent binnen het bedrijf waar ze werkt?



Bron: bijlage 26: Welke bedrijfscultuur ervaart de respondent binnen het bedrijf waar ze werkt?

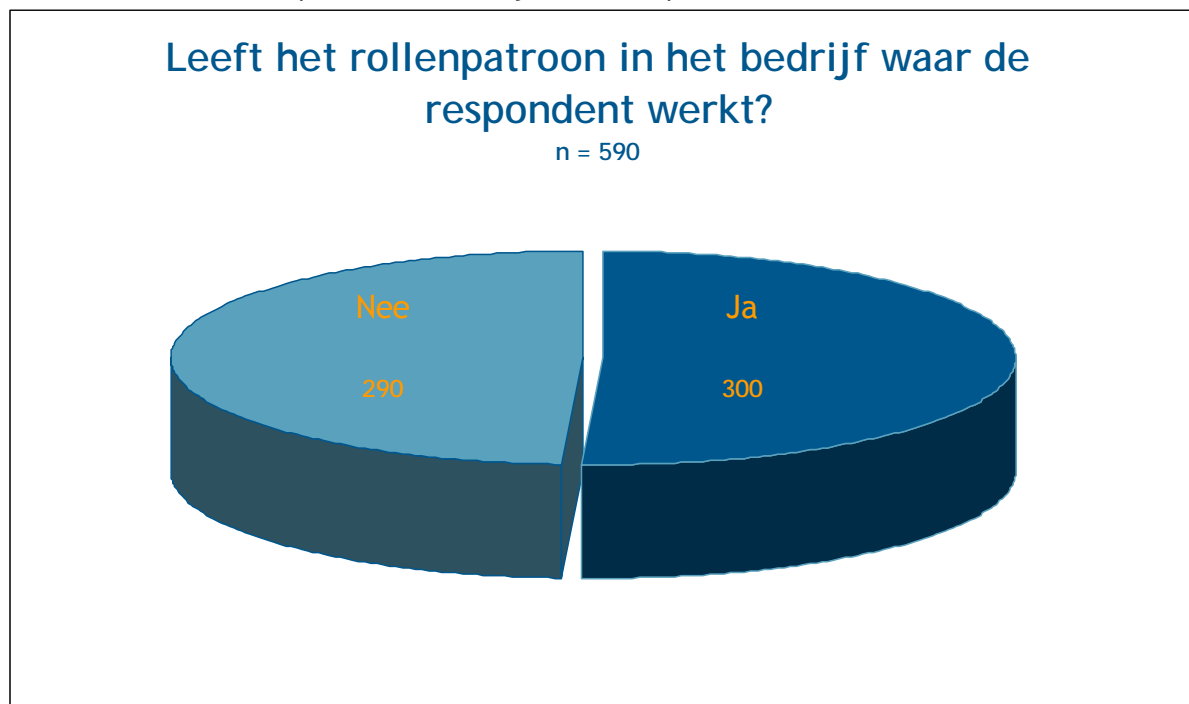
Veel vrouwen (55 %) ervaren geen van de culturen die aangeduid konden worden. In hun bedrijf ervaren ze geen uitgesproken mentaliteit. De cultuur die het meeste voorkomt is de dienstmeidmentaliteit, namelijk 30,3 %. Slechts 5,6 % van de vrouwen die deze vraag beantwoord hebben ervaren seksblindheid in het bedrijf waar ze werken.

¹⁶⁾ Bron: http://www.luc.ac.be/sein/PDF/gelijkekansen/rapporten/ev_doct-literatuurstudie_2001.pdf

5.2.2 Rollenpatroon in het bedrijf

Het verschil met de vorige vraag is dat het hier specifiek gaat over de rol van de vrouw tegenover de mannelijke werknemers binnen het bedrijf.

Grafiek 17: Leeft het rollenpatroon in het bedrijf waar de respondent werkt?



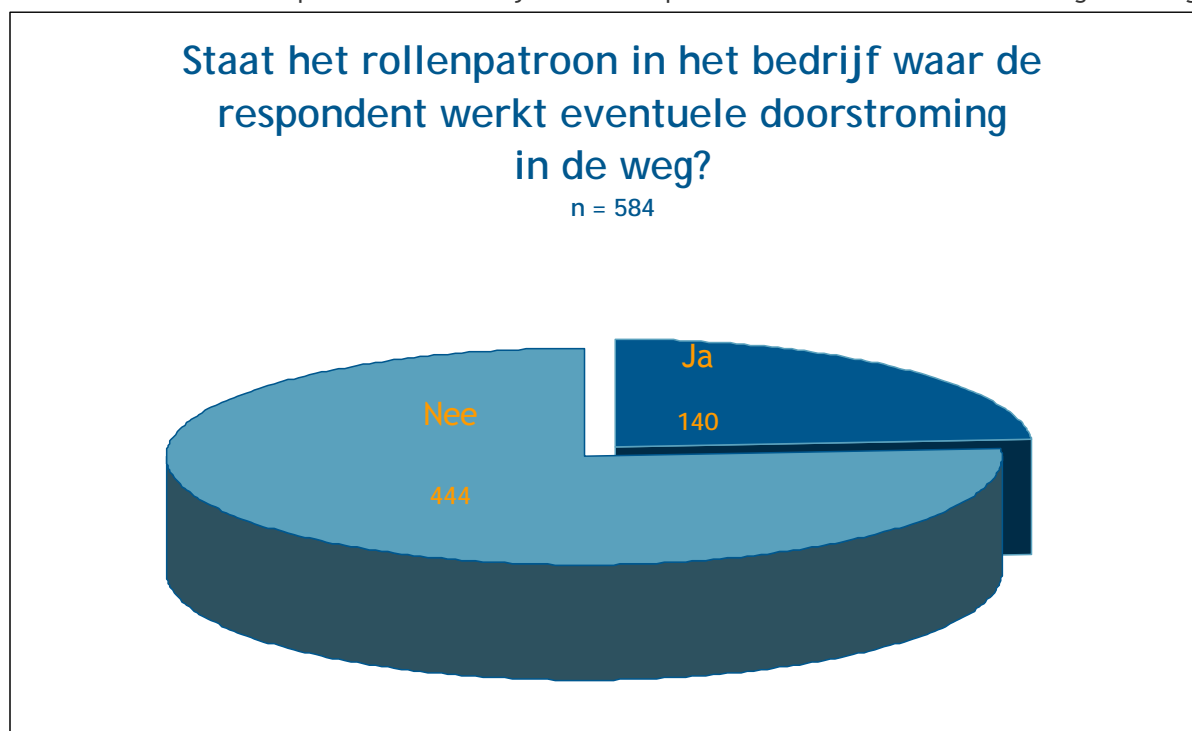
Bron: bijlage 27: Leeft het rollenpatroon in het bedrijf waar de respondent werkt?

Ongeveer de helft van de vrouwen (50,8 %) geeft aan dat het rollenpatroon nog leeft binnen hun bedrijf. Een bijkomende kwestie hier is of dit de doorstroming in de weg staat. Het resultaat van die vraag is terug te vinden in het taartdiagram op de volgende pagina.

5.2.3 Rollenpatroon in het bedrijf staat doorstroming in de weg

Van de ondervraagde vrouwen vindt 24 % dat het rollenpatroon binnen het bedrijf doorstroming in de weg staat. Dit gaat wel over alle vrouwen, dus ook degene die zeiden dat het rollenpatroon binnen het bedrijf niet leeft. 76 % van al de ondervraagde vrouwen vindt dus, dat het rollenpatroon dat eventueel binnen het bedrijf leeft, doorstroming niet in de weg staat.

Grafiek 18: Staat het rollenpatroon in het bedrijf waar de respondent werkt eventuele doorstroming in de weg?



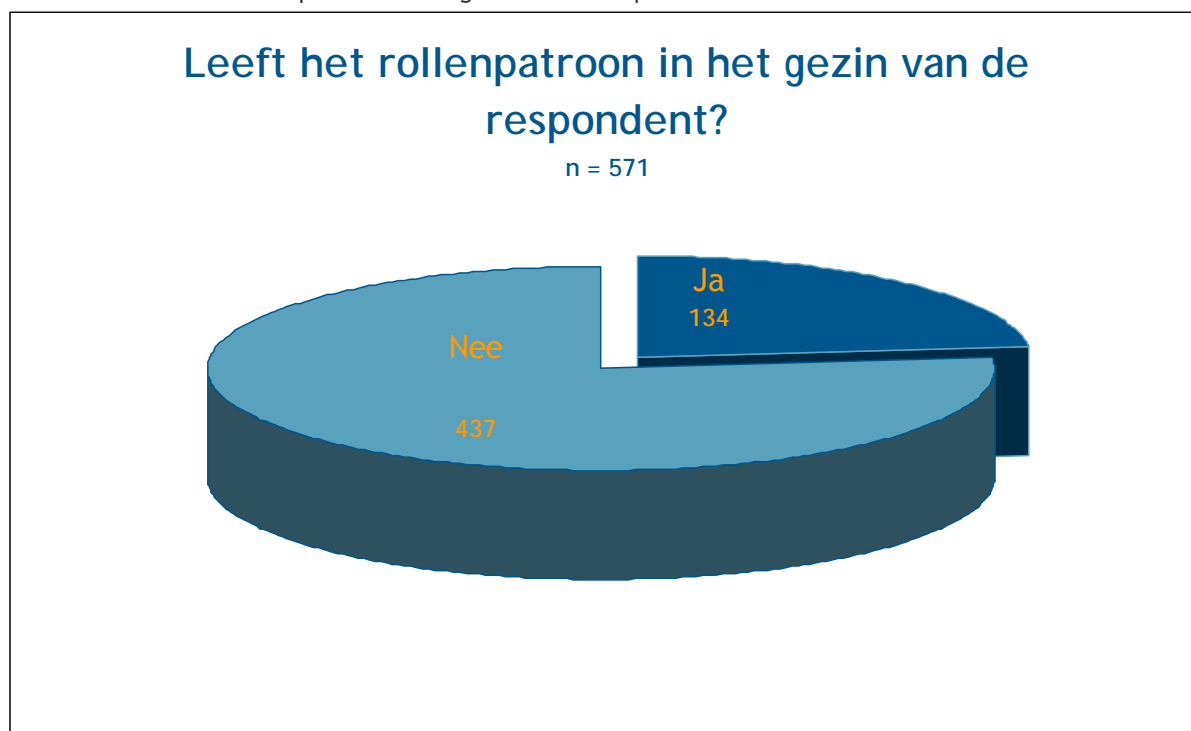
Bron: bijlage 28: Staat het in het bedrijf waar de respondent werkt eventuele doorstroming in de weg?

5.3 Rollenpatroon in het gezin van de respondent

5.3.1 Rollenpatroon in het gezin

Niet alleen in de bedrijven kan er een rollenpatroon leven maar ook in de gezinnen van de vrouwen kan het rollenpatroon nog aanwezig zijn. Vanzelfsprekend kan dit ook een invloed hebben op de doorstroommogelijkheden van de vrouw.

Grafiek 19: Leeft het rollenpatroon in het gezin van de respondent?



Bron: bijlage 29: Leeft het rollenpatroon in het gezin van de respondent

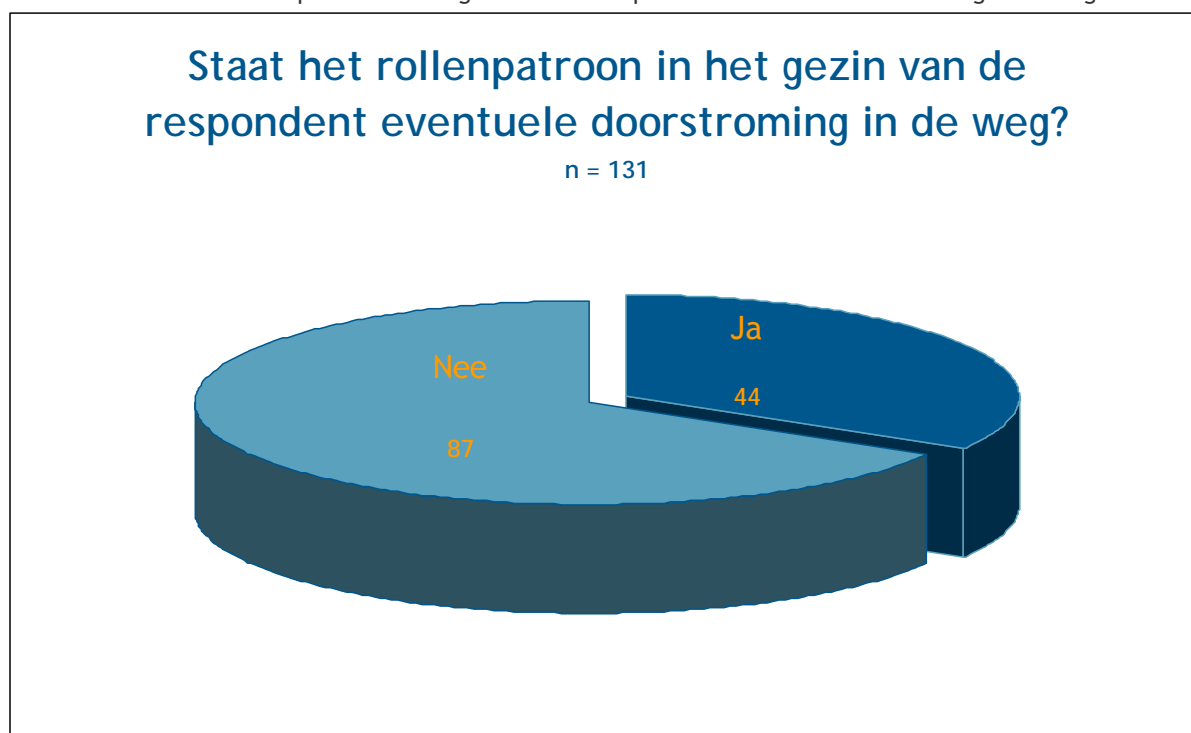
De meeste vrouwen die op deze vraag geantwoord (76,5 %) hebben geven aan dat het rollenpatroon niet sterk aanwezig is in hun gezin.

5.3.2 Rollenpatroon in het gezin staat doorstroming in de weg

Net zoals bij het rollenpatroon binnen bedrijven vragen we ons af of het rollenpatroon in het gezin doorstroming in de weg staat.

Deze vraag kon enkel ingevuld worden door de respondenten die ervaren dat het rollenpatroon nog leeft binnen het gezin.

Grafiek 20: Staat het rollenpatroon in het gezin van de respondent eventuele doorstroming in de weg?



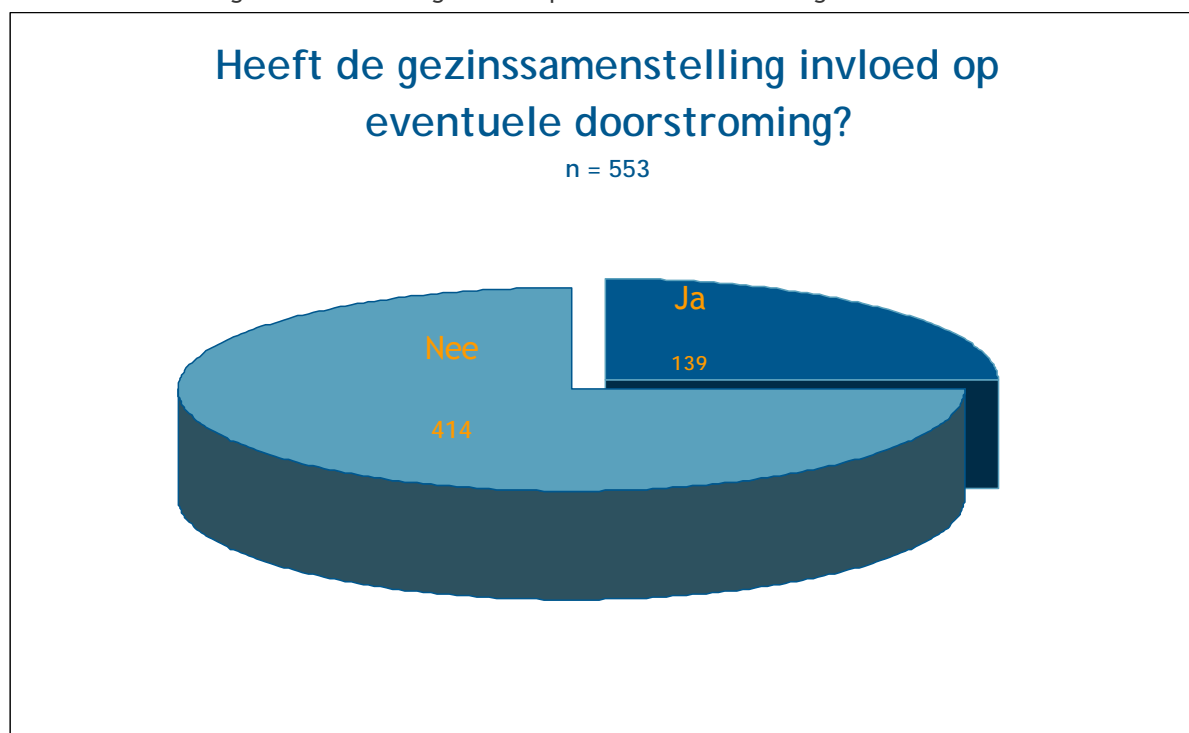
Bron: bijlage 30: Staat het rollenpatroon van de respondent in het gezin eventuele doorstroming in de weg?

De respondenten die vinden dat het rollenpatroon sterk aanwezig is in het gezin, vinden met 33,6 % dat dit doorstroming in de weg staat. Daar tegenover staat dat 66,4 % van de ondervraagde vrouwen dit niet als een belemmering voor doorstroming zien.

5.3.3 Invloed van de gezinssamenstelling op doorstroming

Het is logisch dat niet alleen het rollenpatroon maar ook de gezinssamenstelling een invloed kan uitoefenen op eventuele doorstroming. Dit taartdiagram geeft weer bij hoeveel vrouwelijke respondenten de samenstelling van het gezin een effect heeft op de doorstroommogelijkheden.

Grafiek 21: Heeft de gezinssamenstelling invloed op eventuele doorstroming?



Bron: bijlage 31: Heeft de gezinssamenstelling invloed op eventuele doorstroming?

25,1 % van de ondervraagde vrouwen vindt dat de gezinssamenstelling een invloed heeft op eventuele doorstroming. Drie vierden van de vrouwen geeft hiermee aan dat hun gezinssamenstelling geen effect heeft op eventuele doorstroming.

5.4 Huishoudelijke taken van de respondent

5.4.1 Huishoudelijke taken

Aangezien het op de grafiek onmogelijk was om de waarden bij de staven te plaatsen, kozen we ervoor om er een overzichtelijke tabel bij te voegen.

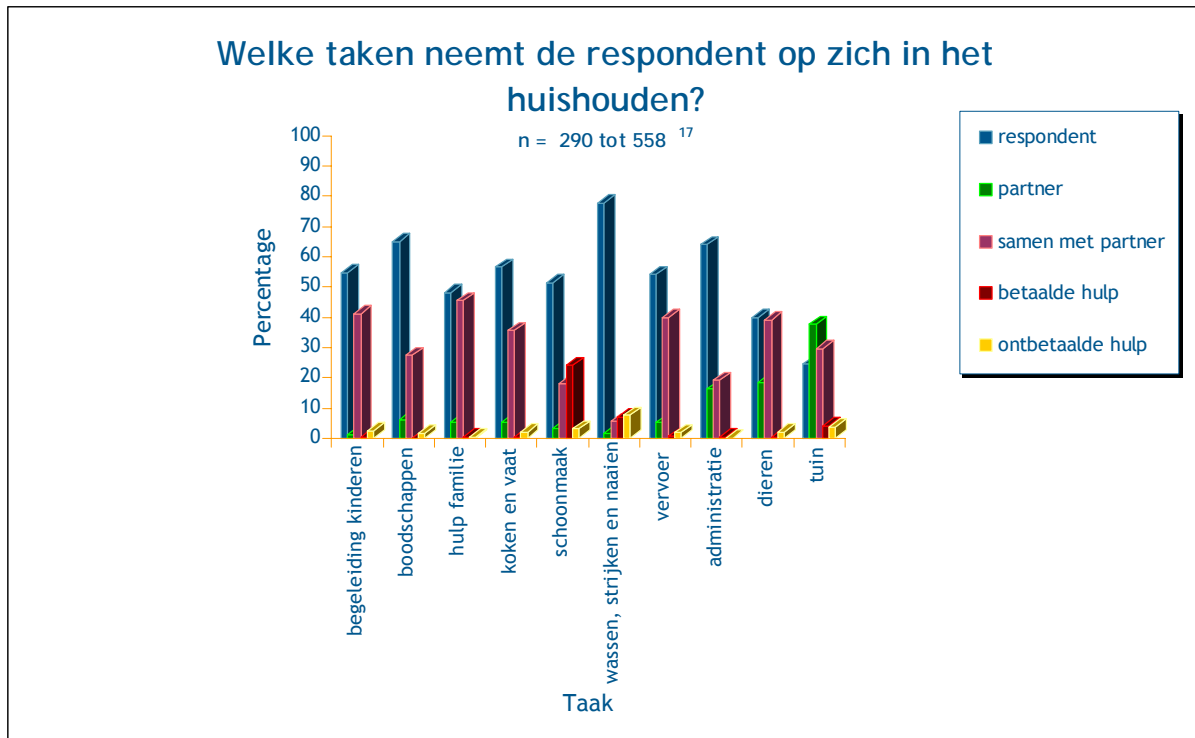
Tabel 1: Welke taken neemt de respondent op zich in het huishouden?

	begeleiding kinderen	boodschappen	hulp familie	koken en vaat	schoonmaak	wassen, strijken en naaien	vervoer	administratie	dieren	tuin
respondent	159	370	180	321	292	440	166	357	136	121
partner	4	35	20	31	19	10	16	91	63	186
samen met partner	119	156	170	202	103	32	123	107	133	147
betaalde hulp	1	0	2	2	137	40	2	2	2	21
ontbetaalde hulp	7	9	2	12	18	43	6	1	7	19
totaal	290	570	374	568	569	565	307	558	341	494

Bron: bijlage 32: Welke taken neemt de respondent op zich in het huishouden?

De onderstaande grafiek geeft een beeld van de taken waar de vrouw of haar gezin zich over buigen. Het toont ook aan welke taken ze uitbesteedt aan een al dan niet betaalde kracht.

Grafiek 22: Welke taken neemt de respondent op zich in het huishouden?



Bron: bijlage 32: Welke taken neemt de respondent op zich in het huishouden?

¹⁷⁾ Per antwoordmogelijkheid verschilt het aantal respondenten. Het kleinste aantal antwoorden op een vraag is 290, het grootste aantal is 558.

De grafiek op de voorgaande pagina maakt meteen duidelijk dat de vrouw (blauwe kleur) nog heel veel huishoudelijke taken voor haar rekening neemt. De boodschappen bijvoorbeeld komen in 64,9 % van de gevallen op de schouders van de vrouw terecht. De 'typische vrouwentaken' zoals wassen, strijken en naaien zijn bij 77,9 % van de vrouwen hun eigen verantwoordelijkheid. Dit is ook de taak waarvoor het grootste aantal onbetaalde hulp voor genomen wordt (7,6 %).

Het werk waarvoor het meest betaalde hulp gevraagd wordt (24,1 %), is de schoonmaak.

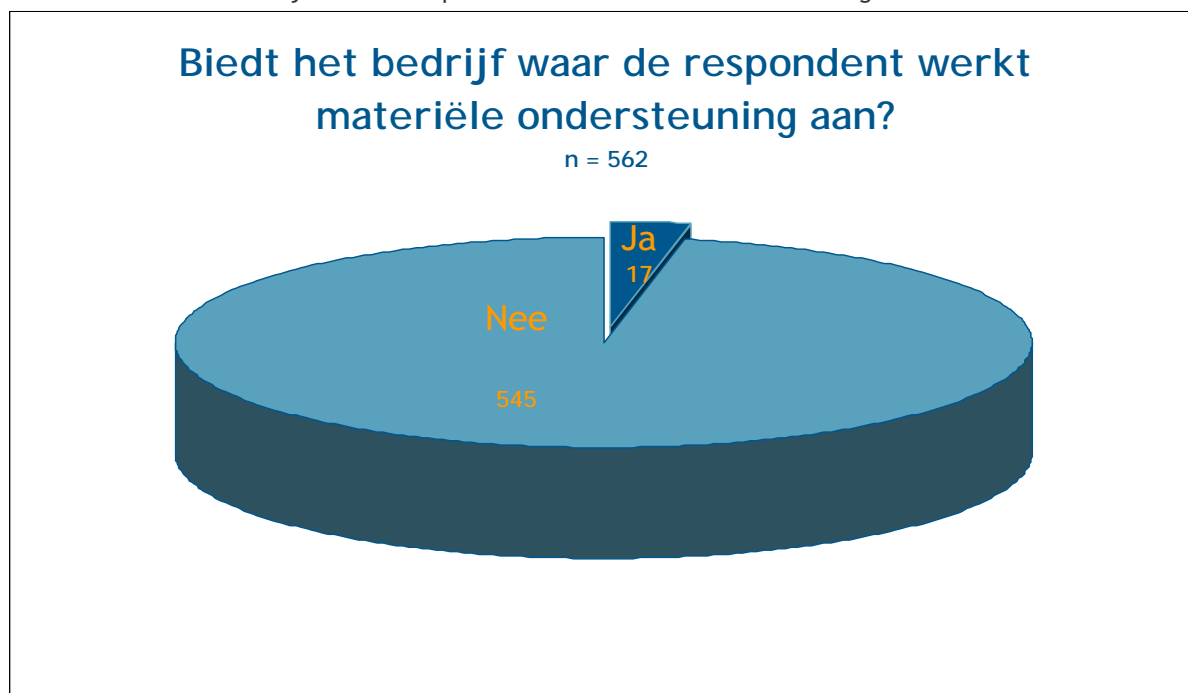
Verder blijkt dat heel veel taken samen gedaan worden. 'Samen met partner' impliceert dat de vrouwelijke bediende zelf hier ook een aandeel in levert.

Er is maar één taak die de partner hoofdzakelijk voor zijn rekening neemt, namelijk de tuin. 37,7 % van de respondenten geeft aan dat hun partner deze taak vervult.

5.4.2 Materiële ondersteuning aangeboden door het bedrijf

Als we nagaan hoeveel respondenten diensten aangeboden krijgen die het huishouden verlichten, merken we dat 97 % van de vrouwen die deze vraag beantwoordden, niet kan genieten van materiële ondersteuning van het bedrijf.

Grafiek 23: Biedt het bedrijf waar de respondent werkt materiële ondersteuning aan?



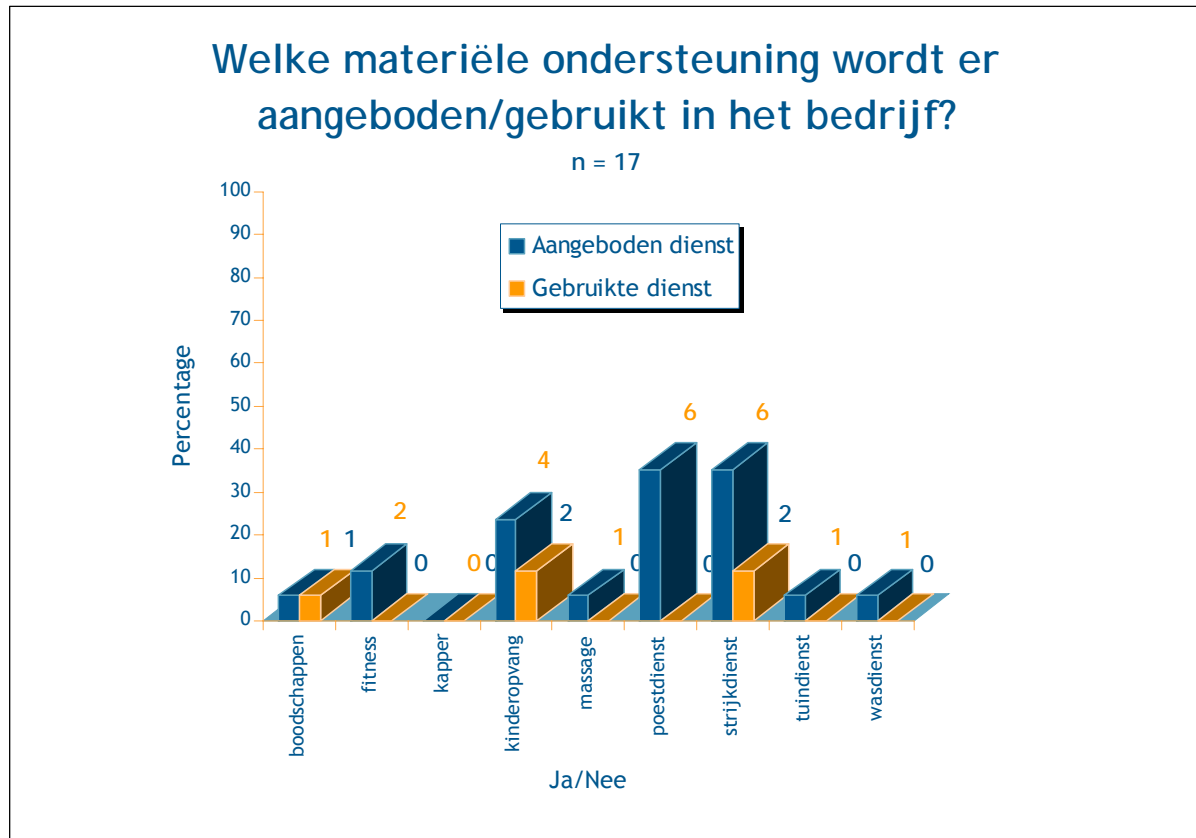
Bron: bijlage 33: Biedt het bedrijf waar de respondent werkt materiële ondersteuning aan?

De overige 3 % respondenten die wel gebruik kunnen maken van diensten, kregen de kans om de vragen 'Weke diensten?' en 'Van welke diensten maakt u gebruik?' in te vullen, het antwoord daarvan is op het taartdiagram van de volgende pagina terug te vinden.

5.4.3 Aangeboden versus gebruikte diensten

Het is niet alleen interessant te weten of de bedrijven diensten aanbieden. Het is ook boeiend om na te gaan welke diensten dan wel worden aangeboden en van welke diensten de vrouw in kwestie gebruik maakt.

Grafiek 24: Welke materiële ondersteuning wordt er aangeboden en gebruikt in het bedrijf?



Bron: bijlage 34: Welke materiële ondersteuning wordt er aangeboden in het bedrijf?
Bijlage 35: Welke materiële ondersteuning wordt er gebruikt in het bedrijf?

De meest aangeboden diensten zijn een poets- en een strijkdienst, die beiden in 35 % van de gevallen voorkomen. Van de poetsdienst wordt echter door geen van de respondenten gebruik gemaakt en de strijkdienst wordt slechts door 2 vrouwen benut.

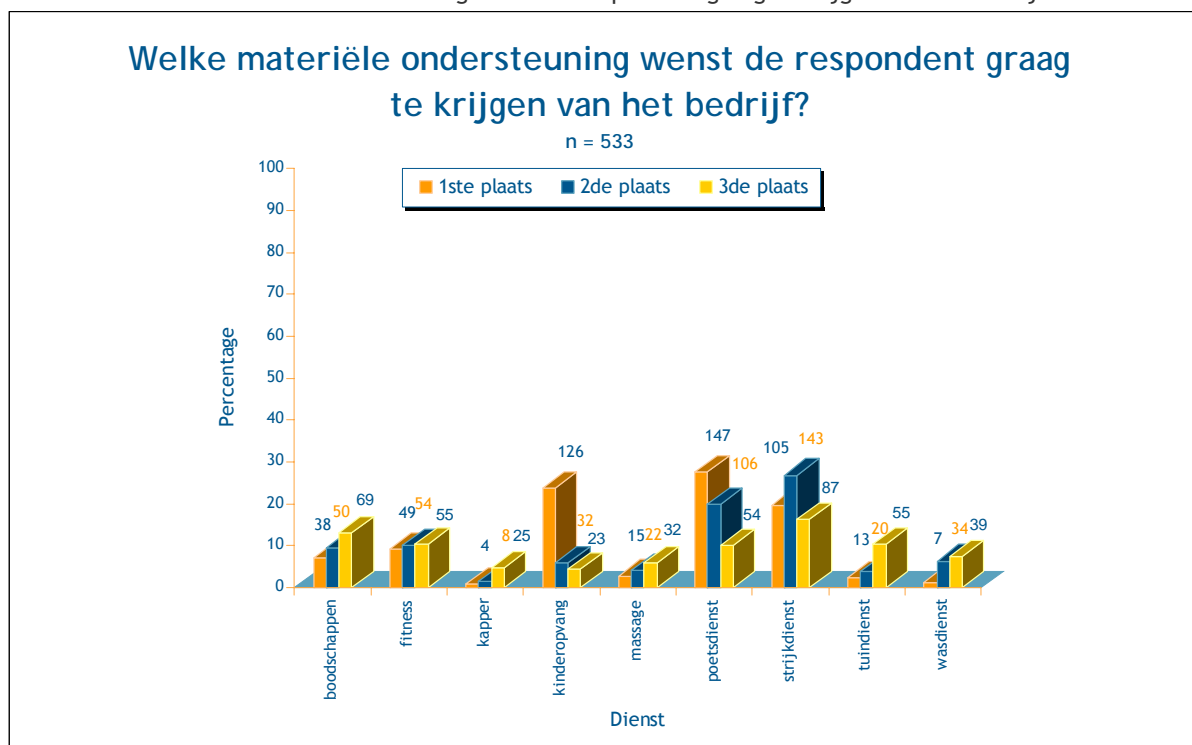
Door het beperkte aantal respondenten (17) kan er geen beeld gevormd worden van de diensten waarvan de vrouw gebruik van zou maken indien ze aangeboden werden.

5.4.4 Gewenste materiële ondersteuning

Onderstaande grafiek toont aan hoeveel respondenten één bepaalde dienst als eerste, tweede en derde keus aangeduid hebben.

De diensten die de meeste vrouwen het liefst willen, zijn de strijkdienst met 62,9 % en de wasdienst met 57,6 % van de vrouwen. Ook de kinderopvang werd door 34 % van de vrouwen als één van de drie meest gewenste diensten aangeduid, terwijl toch niet alle vrouwen kinderen hebben. Van de vrouwen die om kinderopvang vroegen, zette 69,6 % dit op de eerste plaats.

Grafiek 25: Welke materiële ondersteuning wenst de respondent graag te krijgen van het bedrijf?



Bron: bijlage 36 Welke materiële ondersteuning wenst de respondent graag te krijgen van het bedrijf?

De gemiddelden uit de tabel op de volgende pagina, gaven ons een zicht op hoe belangrijk de vrouwen die een bepaalde dienst aanduiden, deze dienst vinden. Uit deze cijfers blijkt echter niet hoeveel vrouwen een bepaalde dienst wensen. Onderstaande grafiek geeft dit wel mooi weer.

De visuele voorstelling van deze vraag is in tabelvorm omdat de gemiddelde score bij elke dienst zo in één oogopslag duidelijk wordt.

De getallen in de tabel zijn waarden die voortvloeien uit antwoordmogelijkheden van 1 tot 3. Eén staat voor een dienst waar de vrouwen die op deze vraag antwoordden op de eerste plaats gebruik van zouden maken als het bedrijf die zou aanbieden. Twee en drie staan voor diensten waar de vrouw op de tweede en derde plaats gebruik zou van maken. Hoe dichter het gemiddelde van deze waarden 1 benadert, hoe belangrijker de vrouw deze dienst vindt en hoe liever ze deze dienst dus wil aangeboden zien.

Tabel 2: Welke materiële ondersteuning wenst de respondent graag te krijgen van het bedrijf?

DIENST	
Kinderopvang	1,43
Poetsdienst	1,70
Strijkdienst	1,95
Fitness	2,04
Boodschappendienst	2,20
Massage	2,25
Wasdienst	2,40
Tuindienst	2,48
Kapper	2,57

Bron: bijlage 36: Welke materiële ondersteuning wenst de respondent graag te krijgen van het bedrijf?

Kinderopvang is de materiële ondersteuning die het hoogst gewaardeerd wordt door de vrouwen die deze dienst gequoteerd hebben in de top 3. De service die de vrouwen het tweede liefst willen is de poetsdienst, gevolgd door de strijkdienst. Merk op dat bij de gemiddelde scores alleen rekening werd gehouden met de vrouwen die een bepaalde dienst aangeduid hebben.

Samenvattend kunnen we zeggen dat, als een bedrijf één dienst wil aanbieden, de strijkdienst de grootste algemene tevredenheid met zich meebrengt. Met het aanbieden van kinderopvang, zal de tevredenheid intenser zijn, maar dan wel bij een kleiner aantal vrouwen.

5.5 De respondent en glijdende werkuren

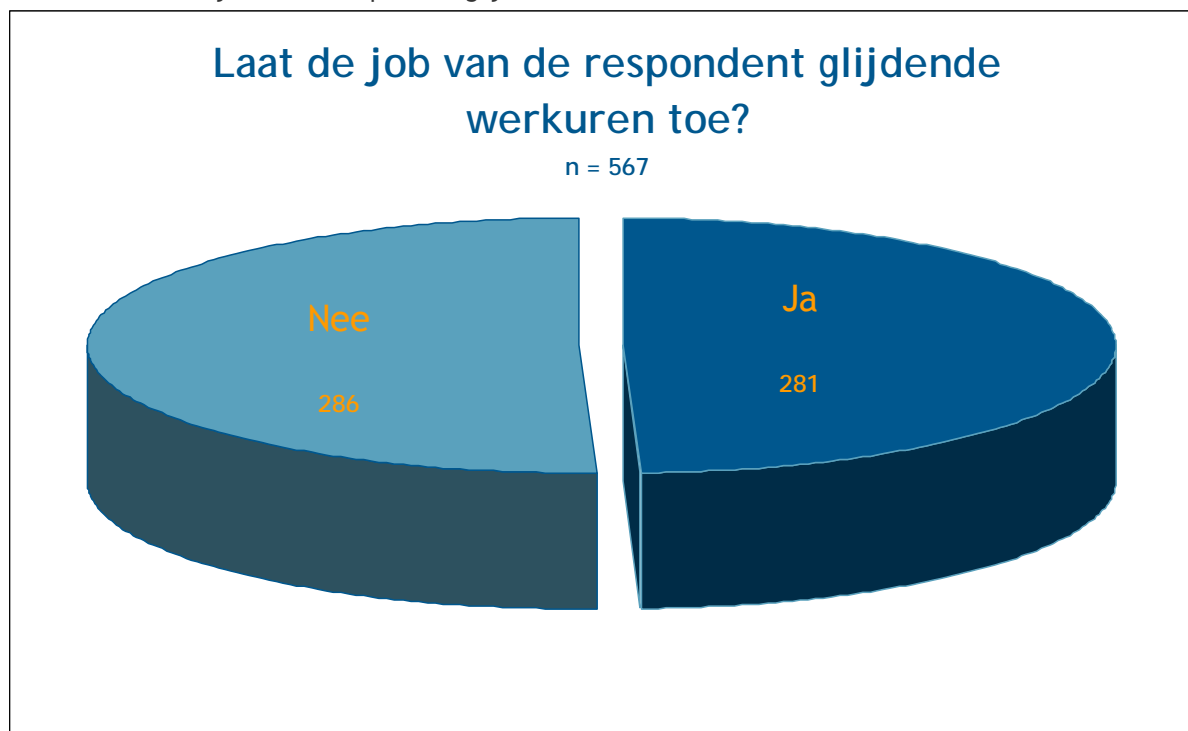
Bij het peilen naar glijdende werkuren bij de respondent stellen we ons 3 grote vragen.

- Laat de job van de respondent glijdende werkuren toe?
- Denkt de respondent glijdende werkuren te kunnen krijgen?
- Wil de respondent eventueel gebruik maken van glijdende werkuren?

5.5.1 Mogelijkheid tot glijdende werkuren

De eerste vraag vindt een antwoord in het onderstaande taartdiagram.

Grafiek 26: Laat de job van de respondent glijdende werkuren toe?



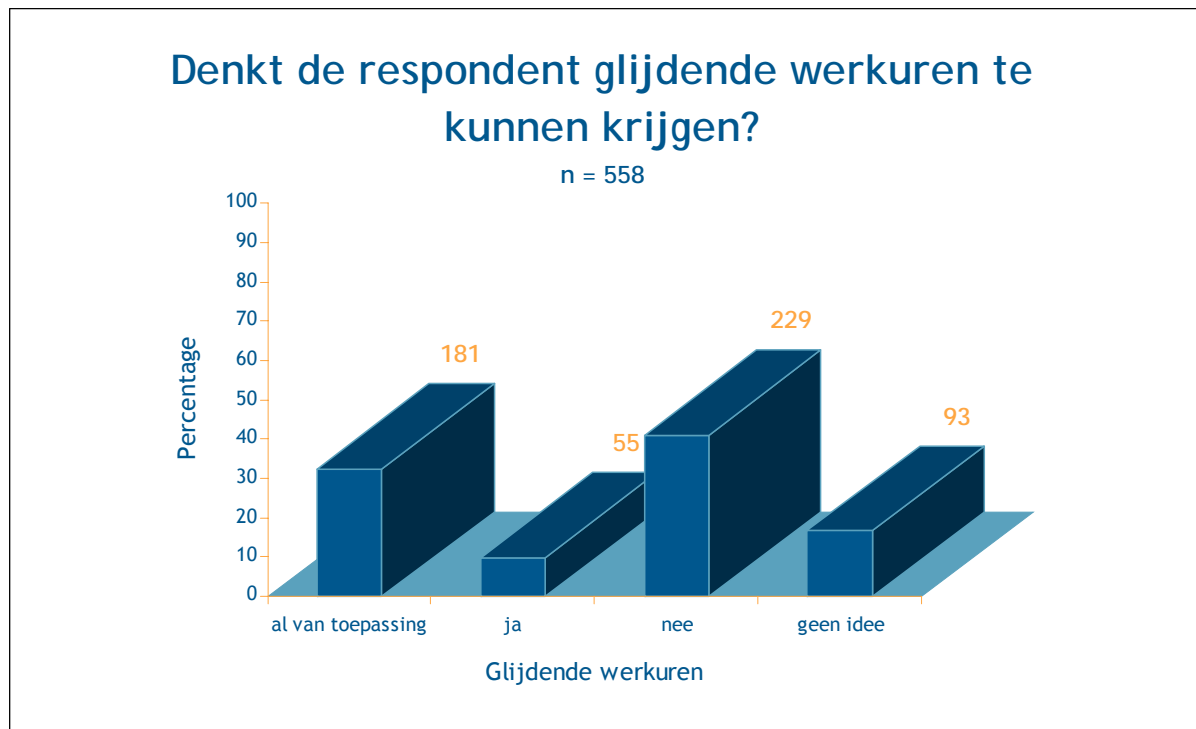
Bron: bijlage 37: Laat de job van de respondent glijdende werkuren toe?

49,6 % van de ondervraagde vrouwen heeft een job waarbij glijdende werkuren mogelijk zijn. 50,4 % van de vrouwen kan dus omwille van de inhoud van hun job geen beroep doen op glijdende werkuren.

5.5.2 Toestaan van glijdende werkuren

De tweede vraag die gesteld werd is: “Zijn glijdende werkuren toegestaan?” Zoals hieronder te zien is, heeft 32,4 % al glijdende werkuren. Daar tegenover staat dat iets meer dan de helft van de vrouwen die deze vraag invulden (53,6 %) denkt geen glijdende werkuren te kunnen krijgen of er geen idee van heeft.

Grafiek 27: Denkt de respondent glijdende werkuren te kunnen krijgen?

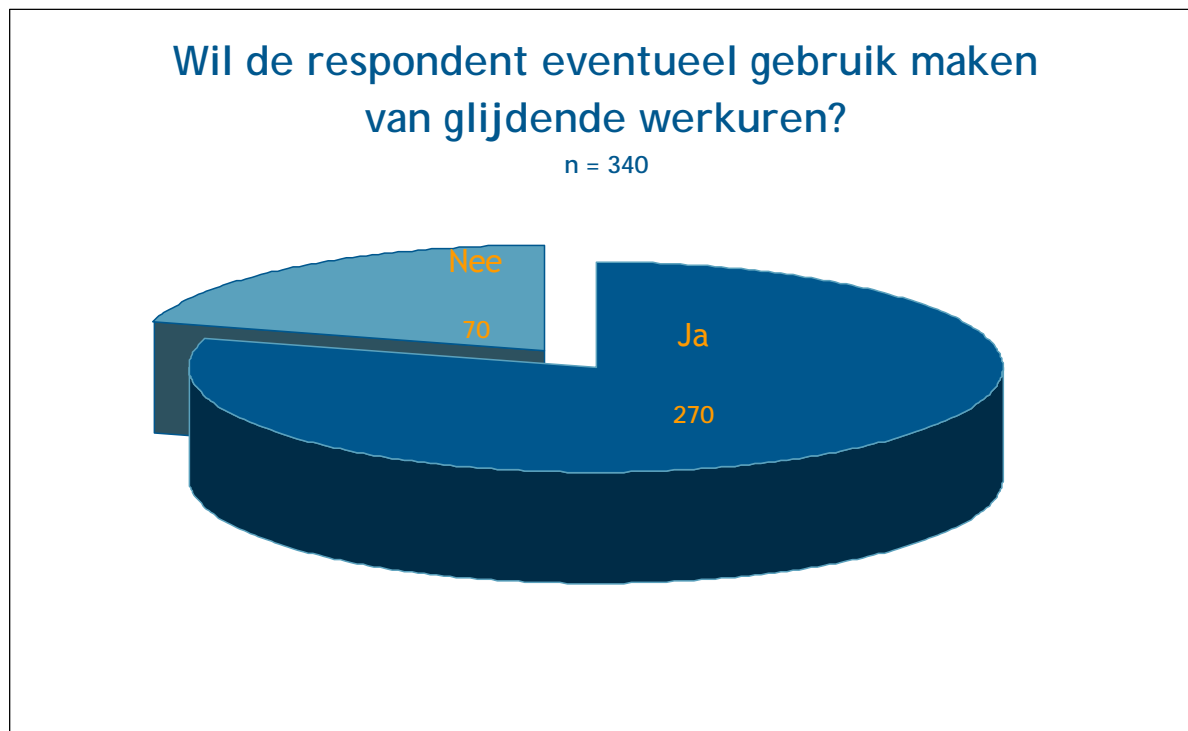


Bron: bijlage 38: Denkt de respondent glijdende werkuren te kunnen krijgen?

5.5.3 Wens tot glijdende werkuren

De laatste vraag 'Wil de respondent eventueel gebruik aken van glijdende werkuren' werd niet ingevuld door de vrouwen die al glijdende werkuren hebben. Het aantal respondenten is hier dus lager.

Grafiek 28: Wil de respondent eventueel gebruik maken van glijdende werkuren?



Bron: bijlage 39 Wil de respondent eventueel gebruik maken van glijdende werkuren?

Bijna vier vijfden van de vrouwen die deze vraag invulden zou graag gebruik maken van glijdende werkuren. Een minderheid van de respondenten (20,6 %) heeft hier geen behoefte aan.

5.6 De respondent en deeltijds werken

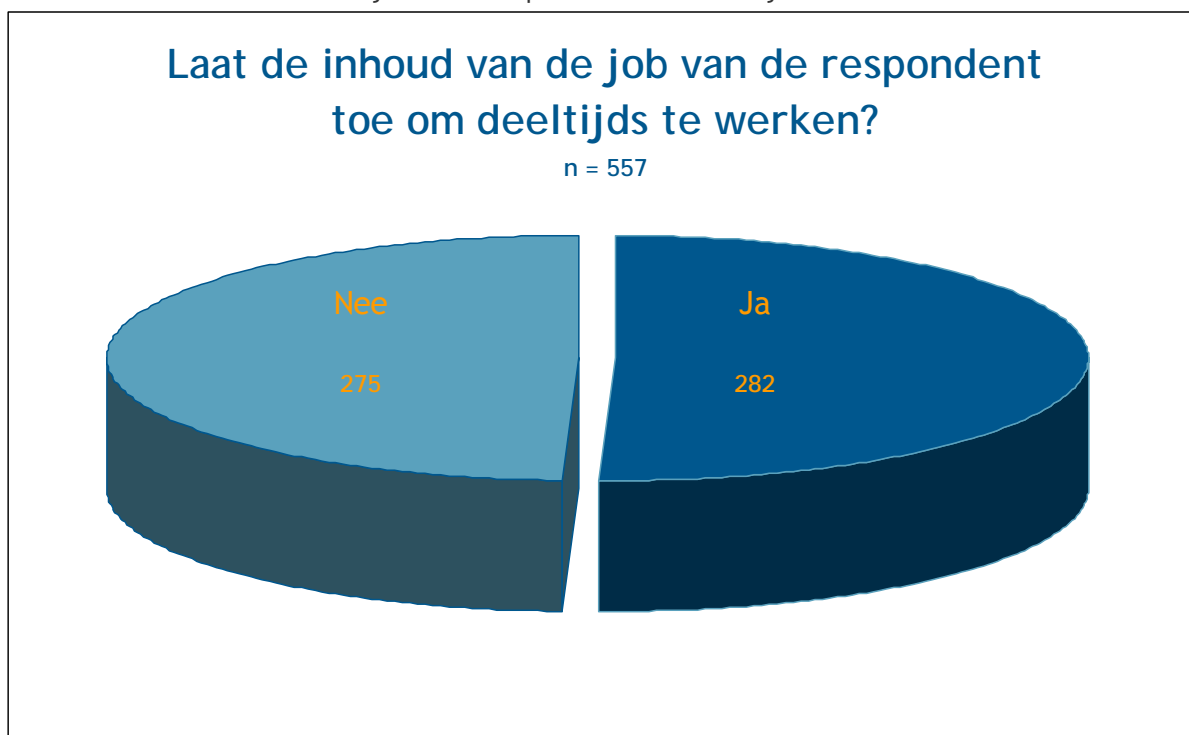
Bij het peilen naar glijdende werkuren bij de respondent stellen we ons 3 grote vragen.

- Laat de job van de respondent deeltijds werken toe?
- Denkt de respondent deeltijds te mogen werken?
- Wil de respondent eventueel gebruik maken van deeltijds werken?

5.6.1 Mogelijkheid tot deeltijds werken

Bij 49,4 % van de vrouwen is het, door de inhoud van de job, niet mogelijk om deeltijds te werken.

Grafiek 29: Laat de inhoud van de job van de respondent toe om deeltijds te werken?



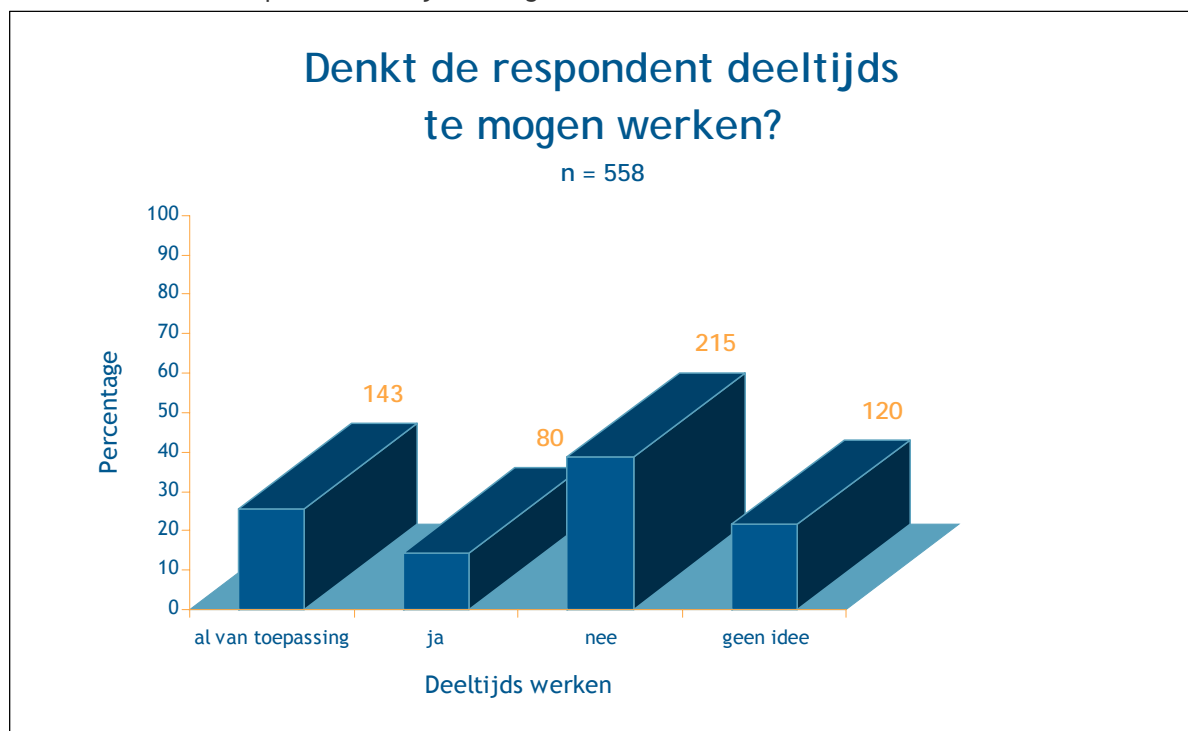
Bron: bijlage 40: Laat de inhoud van de job van de respondent toe om deeltijds te werken?

Zoals hierboven te zien is, laat de job bij ongeveer de helft van de respondenten toe om deeltijds te werken. Dat wil natuurlijk niet zeggen dat het ook toegestaan is, de resultaten van die vraag bevinden zich op de volgende pagina.

5.6.2 Toestaan van deeltijds werken

Van de ondervraagde vrouwen werkt 25,6 % deeltijds. 38,5 % van de vrouwen denkt niet deeltijds te mogen werken. Deze beide cijfers zijn lager dan bij de glijdende werkuren.

Grafiek 30: Denkt de respondent deeltijds te mogen werken?



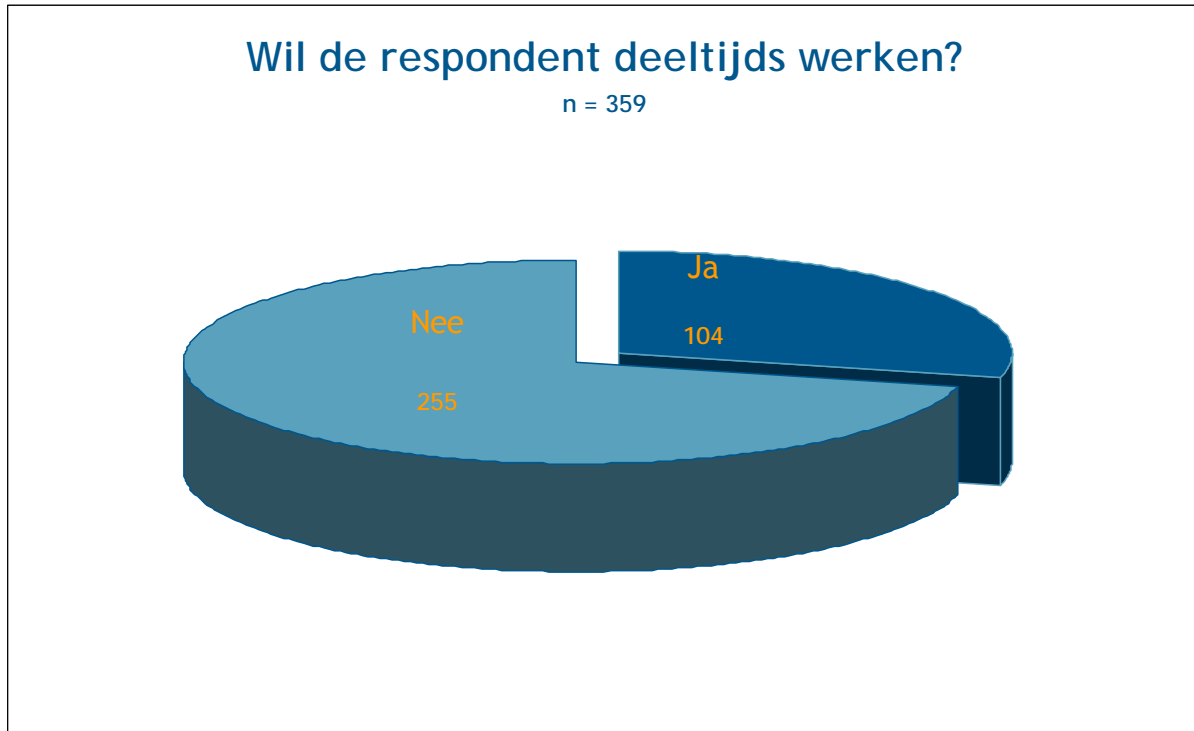
Bron: bijlage 41: Denkt de respondent deeltijds te mogen werken?

Bij 14,3 % van de respondenten is deeltijds werken wel toegestaan, maar wordt er geen gebruik van gemaakt. Indien ze er gebruik zouden van maken, stonden ze bij de categorie 'al van toepassing'. Automatisch ontstaat de vraag: "Wil de respondent deeltijds werken?" Het antwoord op die vraag staat op het volgende.

5.6.3 Wens tot deeltijds werken

Maar liefst 71 % van de respondenten heeft er geen behoefte aan om deeltijds werken.

Grafiek 31: Wil de respondent deeltijds werken?



Bron: bijlage 42: Wil de respondent deeltijds werken?

Omdat het opvallend is dat een heel aantal vrouwen niet deeltijds willen werken, is het interessant om de redenen hiervoor na te gaan. Dit is te zien onder het volgende punt.

5.6.4 Redenen om niet deeltijds te werken

Zoals op de vorige pagina al aangehaald werd, zijn er heel veel respondenten die geen behoefte hebben aan deeltijds werken. Dit kan verschillende redenen hebben. Een overzicht van die redenen staat duidelijk weergegeven in de onderstaande grafiek.

Grafiek 32: Waarom wil de respondent niet deeltijds werken?



Bron: bijlage 43: Wil de respondent deeltijds werken?

De financiële haalbaarheid is bij 47,5 % van de vrouwen de reden om niet deeltijds te werken. 23,5 % wil niet deeltijds werken omdat de werkdruk dan te hoog wordt. Volgens 19,2 % van de vrouwen die deze vraag beantwoordden hypothekeert deeltijds werken de carrièremogelijkheden. 53 vrouwen (20,8 %) gaven een ander antwoord. De meest voorkomende andere antwoorden zijn dat het nog te vroeg is voor deeltijds werken (14 keer) en dat de vrouwen plezier hebben in hun werk (11 keer).

5.7 De respondent en thuis werken

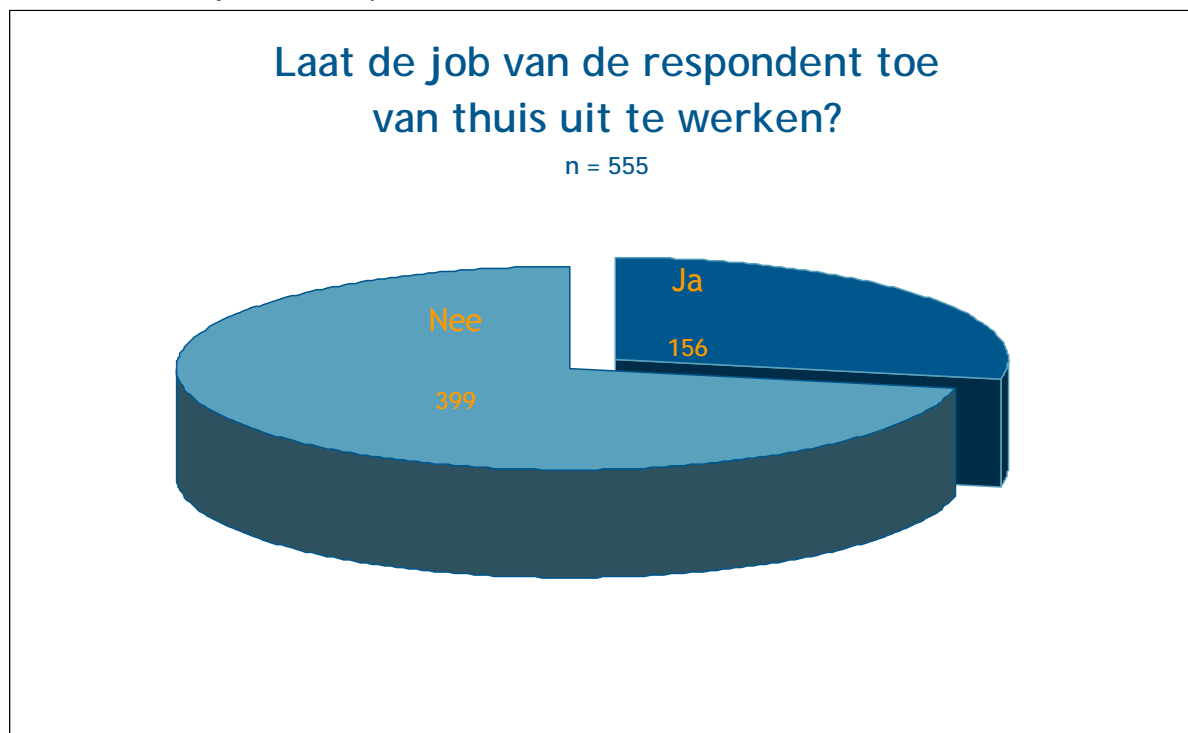
De drie hoofdvragen die we stelden bij glijdende werkuren en deeltijds werken, komen ook in dit stuk over thuis werken aan bod.

- Laat de job van de respondent het toe van thuis uit te werken?
- Denkt de respondent van thuis uit te mogen werken?
- Wil de respondent eventueel gebruik maken van de mogelijkheid om van thuis uit te werken?

5.7.1 Mogelijkheid tot thuis werken

Zoals op de onderstaande grafiek te zien is, heeft 28,1 % van de ondervraagde vrouwen een job die het toelaat om van thuis uit te werken. Daaruit komt volgt dat de meeste respondenten (71,9 %) door hun job die mogelijkheid niet hebben.

Grafiek 33: Laat de job van de respondent het toe van thuis uit te werken?



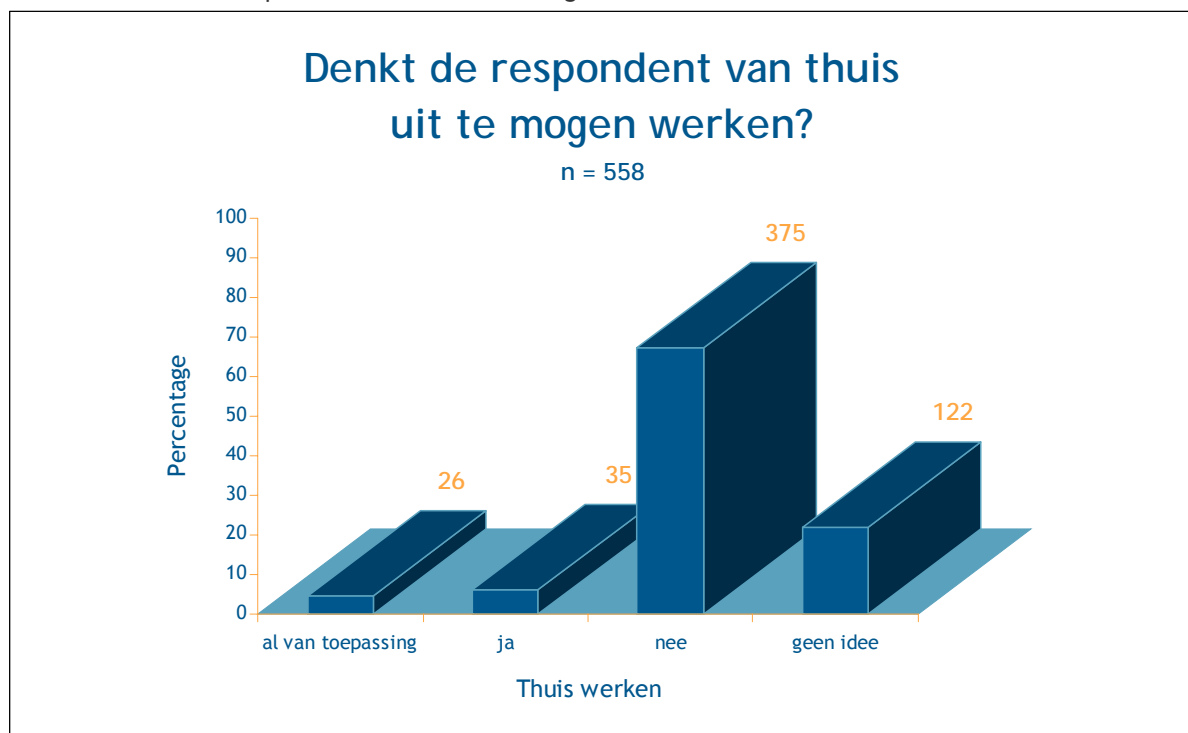
Bron: bijlage 44: Laat de job van de respondent toe van thuis uit te werken?

Als de mogelijkheid tot thuis werken bestaat, wordt het dan toegestaan door het bedrijf? Een antwoord hierop komt in het volgende punt.

5.7.2 Toestaan van thuis werken

Volgens de voorgaande grafiek blijkt dat van de 71,9% van de respondenten die zeggen dat de inhoud van hun job het toelaat om van thuis uit te werken slechts 6,3 % van thuis uit te mogen werken.

Grafiek 34: Denkt de respondent van thuis uit te mogen werken?



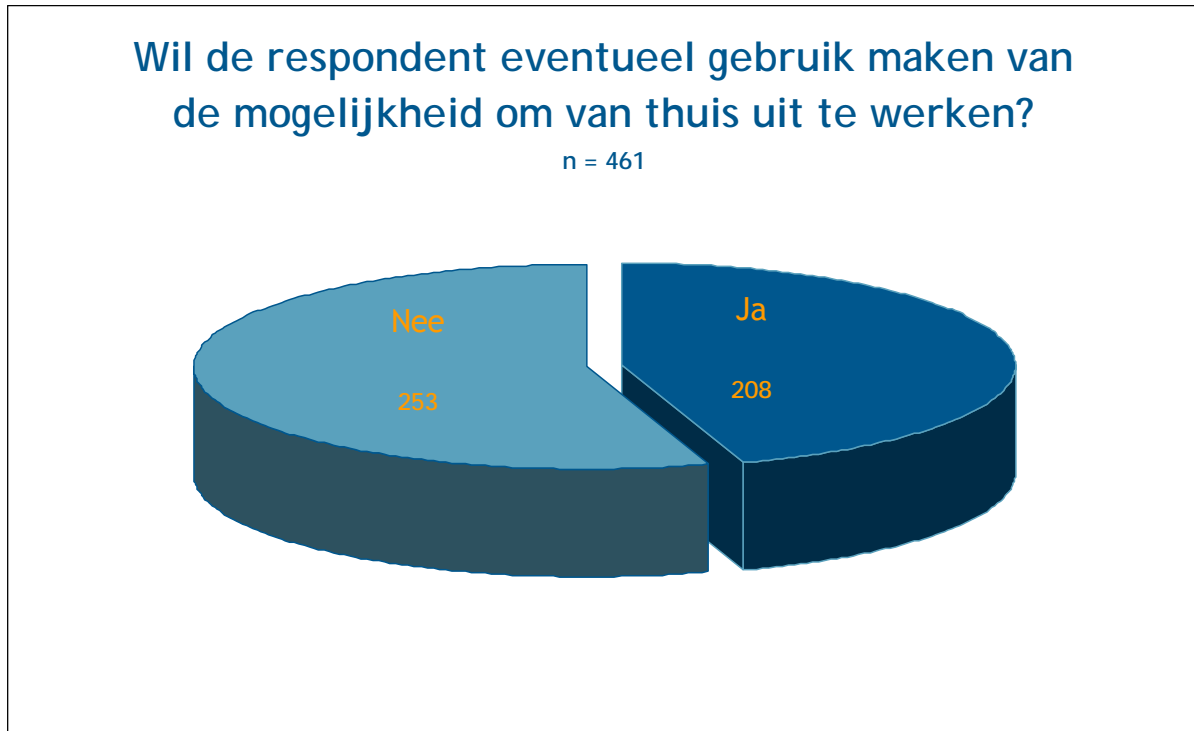
Bron: bijlage 45: Laat de job van de respondent toe van thuis uit te werken?

Slechts 4,7 % van de ondervraagde vrouwen werkt van thuis uit. De meeste vrouwen, (67,2 %) denken dat ze niet van thuis uit zouden mogen werken. Meer dan een vijfde van de respondenten (21,9 %) en weet niet of dit mogelijk is.

5.7.3 Wens tot thuis werken

Uit de vorige twee grafieken blijkt dat het voor de meeste vrouwen niet mogelijk of niet toegestaan is om van thuis uit te werken. Wat we echter nog niet weergegeven hebben, is of de vrouw van thuis uit wil werken. Een beeld van de mening van de vrouw is terug te vinden op de onderstaande grafiek.

Grafiek 35: Wil de respondent eventueel gebruik maken van de mogelijkheid om van thuis uit werken?



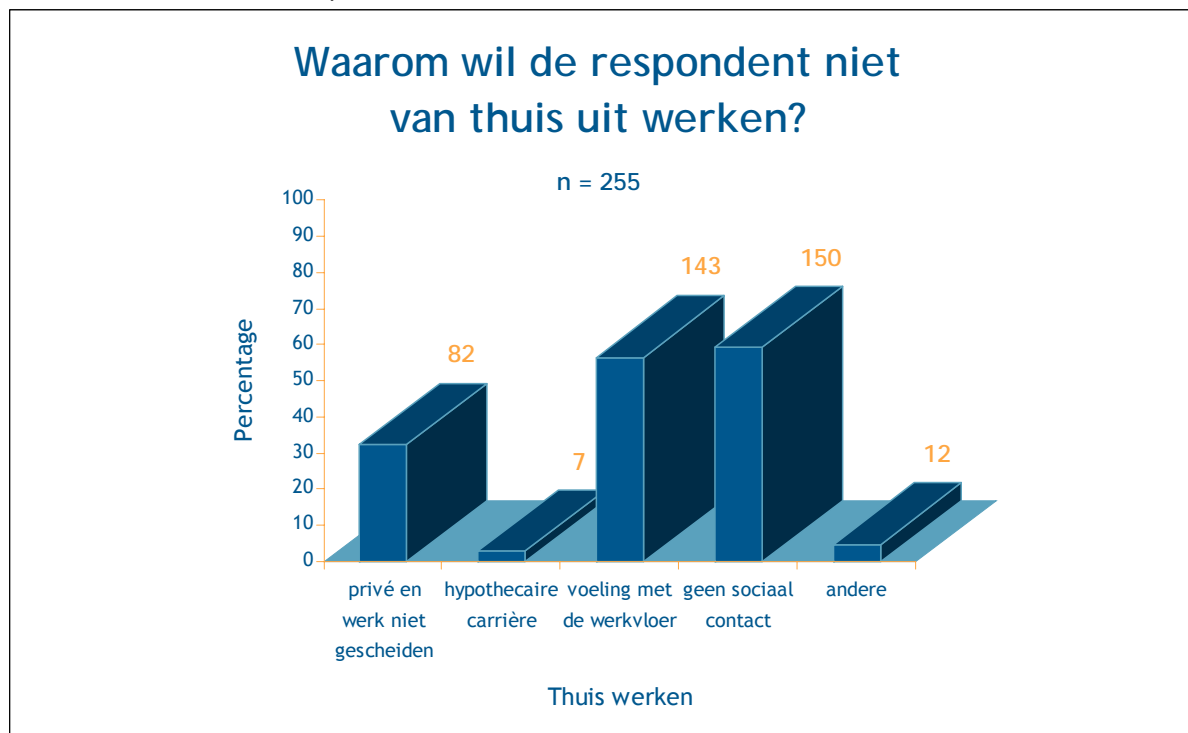
Bron: bijlage 46: Wil de respondent eventueel gebruik maken van de mogelijkheid om van thuis uit werken?

Minder dan de helft van de ondervraagde vrouwen (45,1 %) wil van thuis uit werken, 54,9 % werkt liever niet van thuis uit. De redenen daarvoor bevinden zich op de volgende pagina.

5.7.4 Redenen om niet van thuis uit te werken

58,8 % van de vrouwen vindt het verlies van sociaal contact een reden om niet van thuis uit te werken. Voor 56,1 % is een te kleine voeling met de werkvloer een reden om niet thuis te werken, terwijl 32,2 % werk en privé meer gescheiden wil houden. 2,7 % van de vrouwen die deze vraag beantwoordden vindt dat van thuis uit werken de carrière hypothekeert.

Grafiek 36: Waarom wil de respondent niet van thuis uit werken?



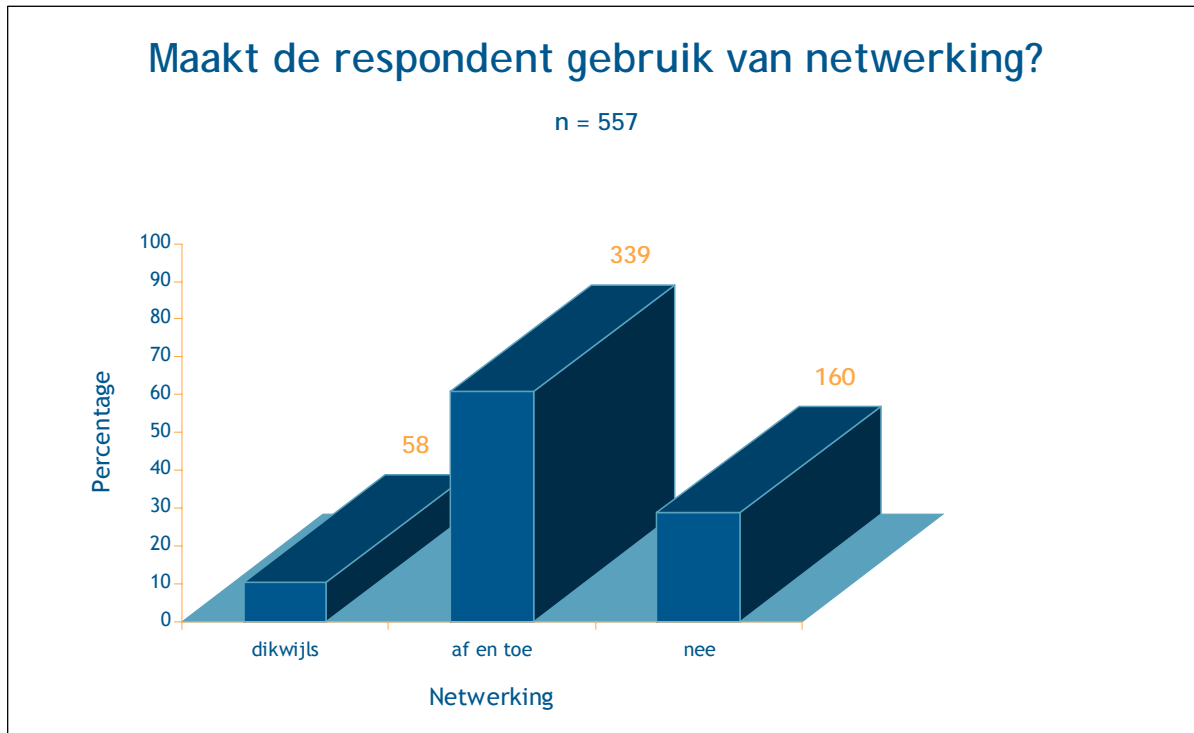
Bron: bijlage 47: Waarom wil de respondent niet van thuis uit werken?

5.8 De respondent en netwerking

5.8.1 Gebruik van netwerking

Bij de desk research kwam netwerking¹⁸⁾ heel vaak naar voor als een bepalende factor bij doorstroming. Om die reden peilden we naar de frequentie waarmee de vrouw aan netwerking doet.

Grafiek 37: Maakt de respondent gebruik van netwerking?



Bron: bijlage 48: Maakt de respondent gebruik van netwerking?

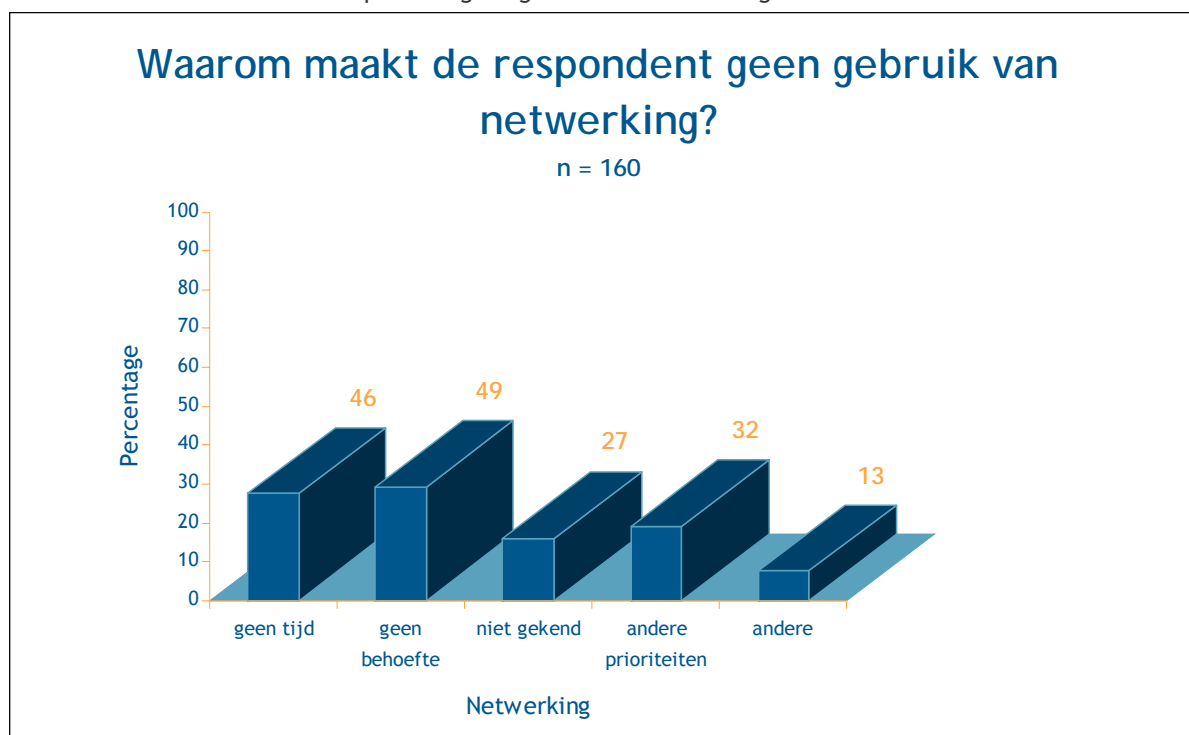
Van de ondervraagde vrouwen maakt 60,9 % af en toe gebruik van netwerking, 10,4 % maakt er dikwijls gebruik van. Bijna een derde maakt helemaal geen gebruik van netwerking.

¹⁸⁾ Netwerking definiëren wij als het sociaal contact met de collega's na de uren. Dit omvat iets gaan drinken na het werk maar ook deelnemen aan evenementen aangeboden door het bedrijf waar u tewerkgesteld bent.

5.8.2 Redenen om geen gebruik te maken van netwerking

Zoals eerder vermeld, blijkt uit vroegere onderzoeken door externen dat netwerking een grote invloed heeft op de doorstroommogelijkheden. Toch maakt 28,7 % van de respondenten geen gebruik van netwerking. De redenen hiervoor staan hieronder.

Grafiek 38: Waarom maakt de respondent geen gebruik van netwerking?



Bron: bijlage 49: Waarom maakt de respondent geen gebruik van netwerking?

De twee antwoorden die het meest gegeven werden zijn: “Ik heb er geen tijd voor.” en “Ik heb er geen behoefte aan”, goed voor respectievelijk 28,8 % en 30,6 % van de vrouwen die een antwoord gaven op deze vraag.

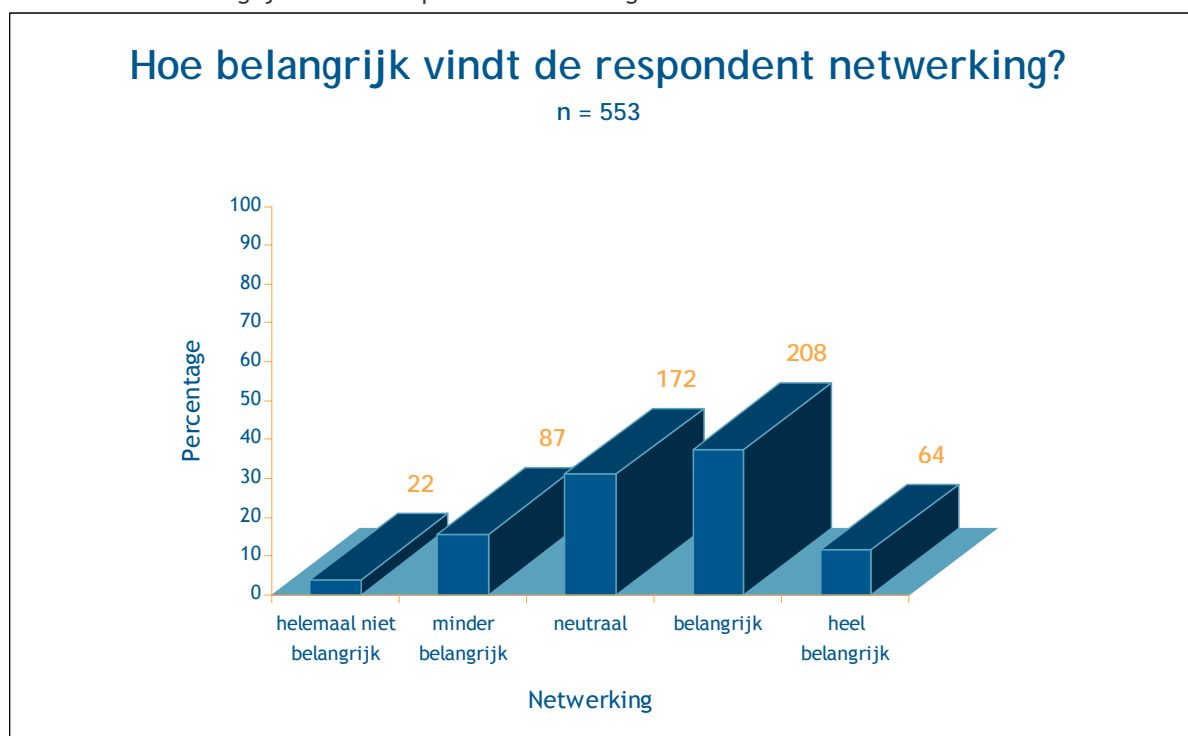
Van de respondenten die niet aan netwerking doen, vindt 20 % dat er andere prioriteiten zijn en 16,9 % kende netwerking niet. 13 vrouwen (8,1 %) gaven een andere reden op om niet aan netwerking te doen. 10 daarvan zeiden dat netwerking gewoon niet bestaat binnen hun bedrijf.

5.8.3 Belang van netwerking

De vroegere onderzoeken door externen wijzen op het belang van netwerking, maar we wisten niet of de vrouw zich daar ook van bewust is.

Uit de onderstaande grafiek blijkt dat 49,2 % van de ondervraagde vrouwen netwerking belangrijk of zelfs heel belangrijk vindt. Daartegenover staat dat 19,7 % van de ondervraagde vrouwen netwerking minder belangrijk of helemaal niet belangrijk vinden. 31,1 % heeft niet echt een uitgesproken mening over netwerking.

Grafiek 39: Hoe belangrijk vindt de respondent netwerking?



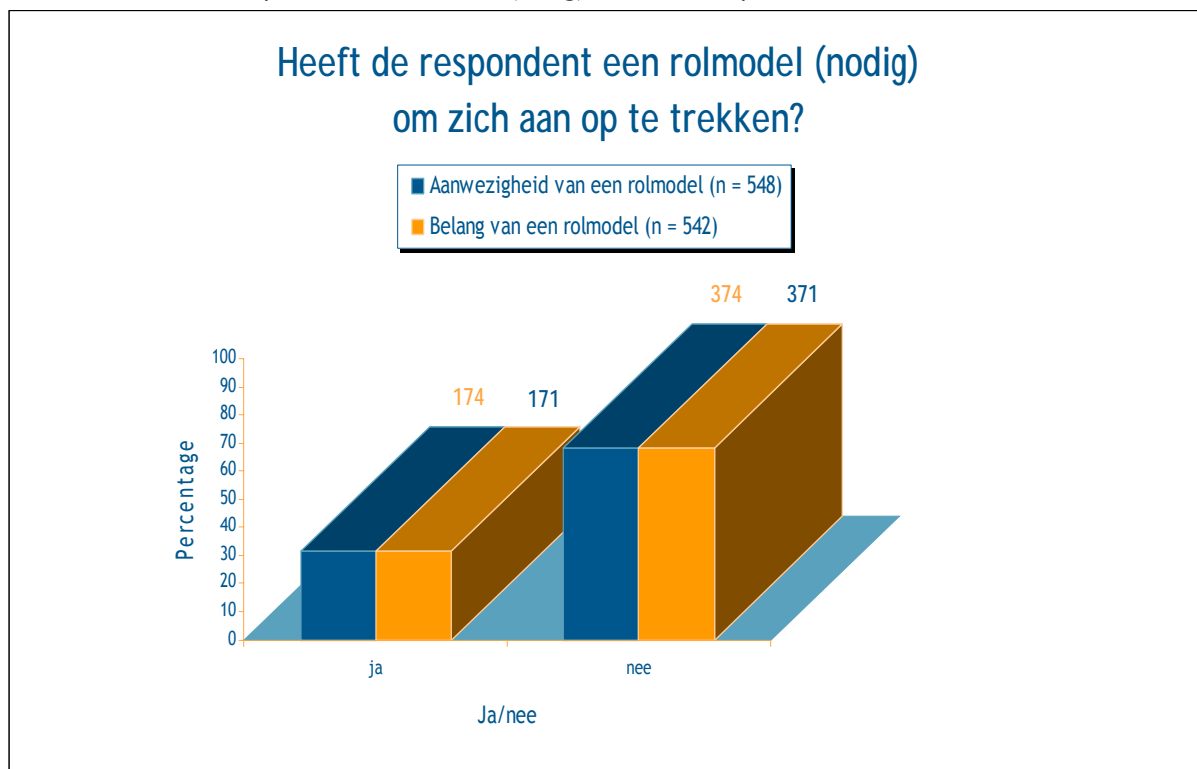
Bron: bijlage 50: Hoe belangrijk vindt de respondent netwerking?

5.9 De respondent en rolmodellen

5.9.1 Aanwezigheid en belang van rolmodellen

Een rolmodel, een vrouw die al doorgestroomd is, kan een stimulans zijn om zelf door te stromen. Wij gingen na in welke mate die rolmodellen aanwezig zijn voor de respondent en of de vrouwen er belang aan hechten om een voorbeeld te hebben.

Grafiek 40: Heeft de respondent een rolmodel (nodig) om zich aan op te trekken?



Bron: bijlage 51: Heeft de respondent een rolmodel om zich aan op te trekken?
 bijlage 52: Heeft de respondent een rolmodel nodig om zich aan op te trekken?

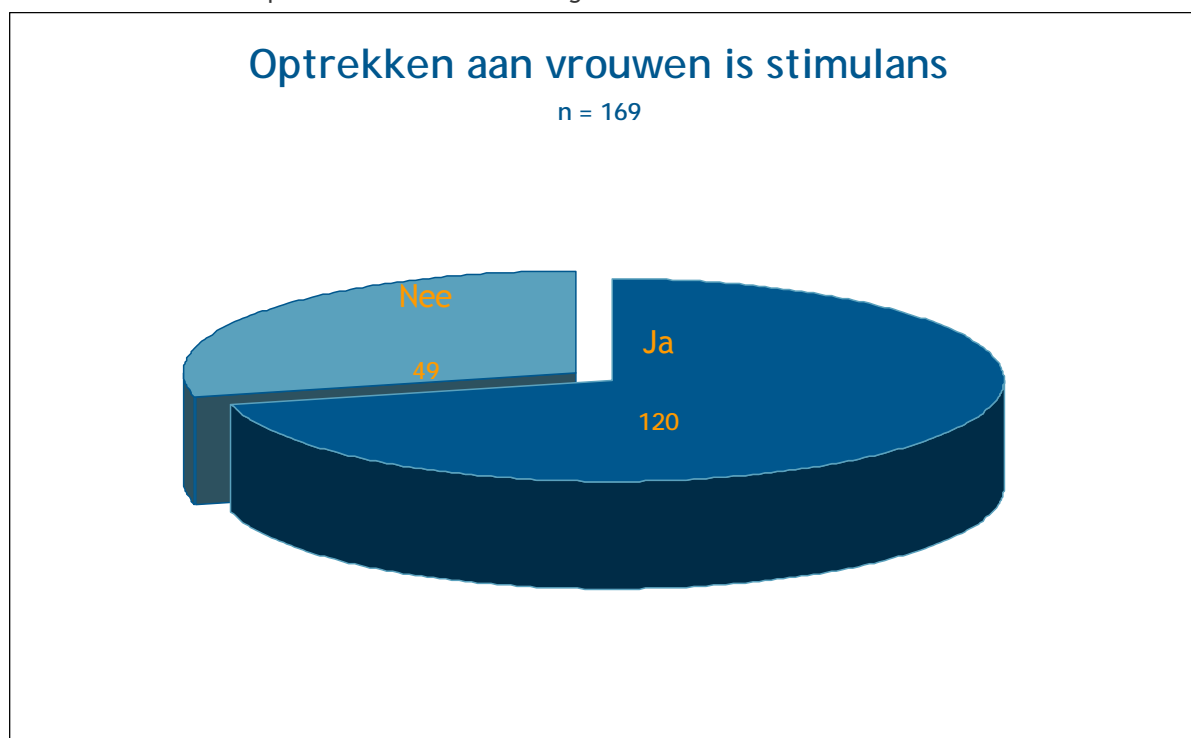
Iets minder dan één derde (31,8 %) van de ondervraagde vrouwen heeft een voorbeeldvrouw waar ze zich kan aan spiegelen.

De percentages van het belang van een rolmodel lopen gelijk met de aanwezigheid ervan, 31,5 % van de ondervraagde vrouwen vindt het belangrijk dat ze zich kan optrekken aan een vrouwelijk voorbeeld. De meerderheid (68,5 %) van de ondervraagde vrouwen vindt dat dus niet nodig.

5.9.2 Rolmodel als stimulans

De vrouwen die bij de vorige vraag aangaven dat ze een rolmodel als voorbeeld hebben, kregen de kans om te reageren op de vraag: ‘Wordt u door een rolmodel gestimuleerd om door te stromen?’ Het antwoord is te zien in de onderstaande grafiek.

Grafiek 41: Wordt de respondent door een rolmodel gestimuleerd om door te stromen?



Bron: bijlage 53: Wordt de respondent door een rolmodel gestimuleerd om door te stromen?

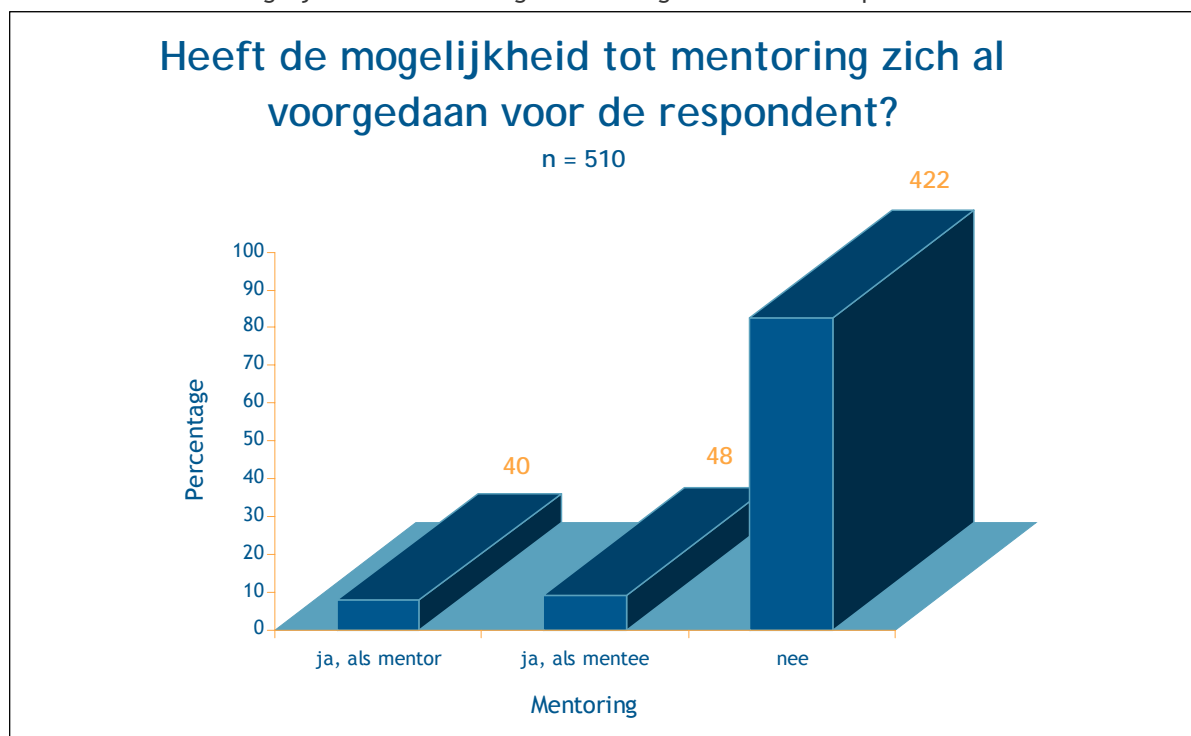
Van alle respondenten die een rolmodel hebben, ziet 71 % haar als een impuls om zelf verder door te stromen. Het merendeel van de vrouwen die deze vraag beantwoordden zien het rolmodel dus als een persoonlijke stimulans.

5.10 De respondent en mentoring

5.10.1 Mogelijkheid tot mentoring

Net zoals de aanwezigheid van een rolmodel, kan mentoring een vrouw stimuleren om door te stromen. Daarom wordt er eerst nagegaan of de vrouw al mogelijkheid tot mentoring gehad heeft. Dit kan op twee manieren, als mentor of als mentee. Een precieze definitie van deze twee termen is terug te vinden in de enquête, onder punt '3.3.3 Vragenlijst'.

Grafiek 42: Heeft de mogelijkheid tot mentoring zich al voorgedaan voor de respondent?



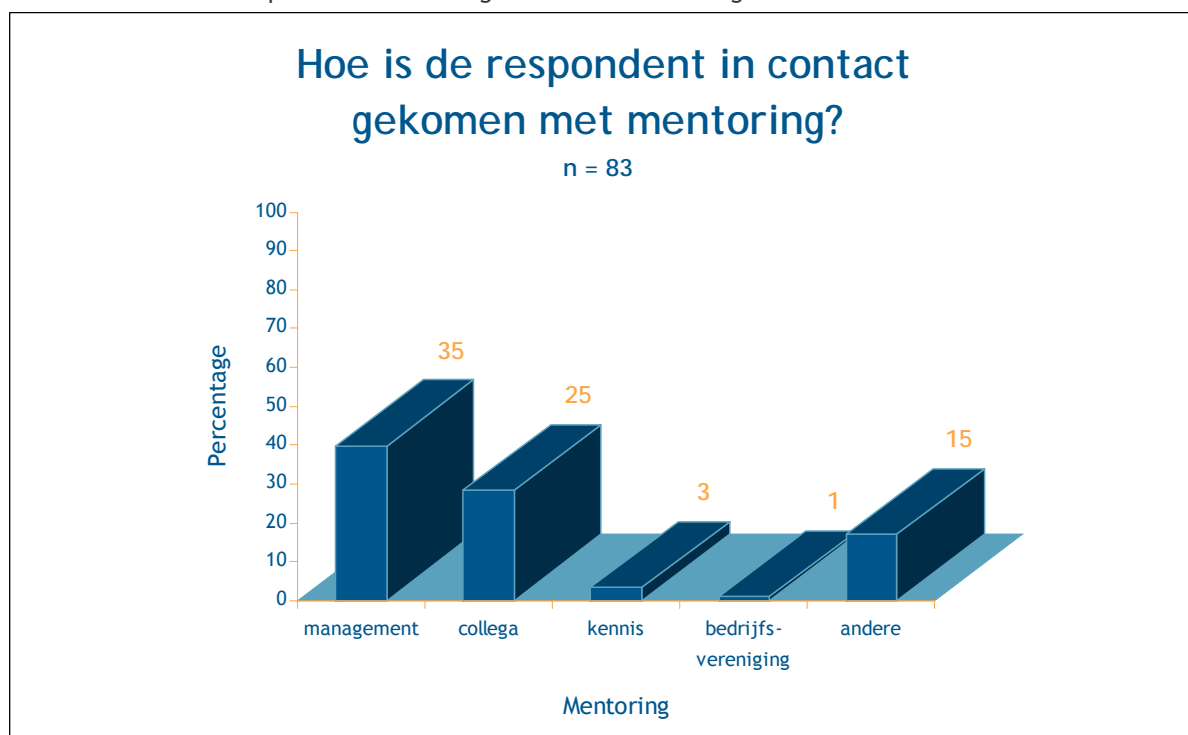
Bron: bijlage 54: Heeft de mogelijkheid tot mentoring zich al voorgedaan voor de respondent?

De grote meerderheid (82,7 %) heeft nog geen mogelijkheid tot mentoring gehad. De mogelijkheid om als mentor op te treden heeft zich al voorgedaan aan 7,8 % van de vrouwen die deze vraag invulden, 9,4 % van de respondenten heeft al de kans gehad in de rol van mentee te stappen.

5.10.2 Contact met mentoring

Van de vrouwen die de mogelijkheid tot al mentoring kregen, kwam iets minder dan de helft (42,2 %) via het bedrijfsmanagement in contact met mentoring. Slechts 1,2 % van de respondenten kwam via een bedrijfsvereniging in aanraking met mentoring.

Grafiek 43: Hoe is de respondent in contact gekomen met mentoring?

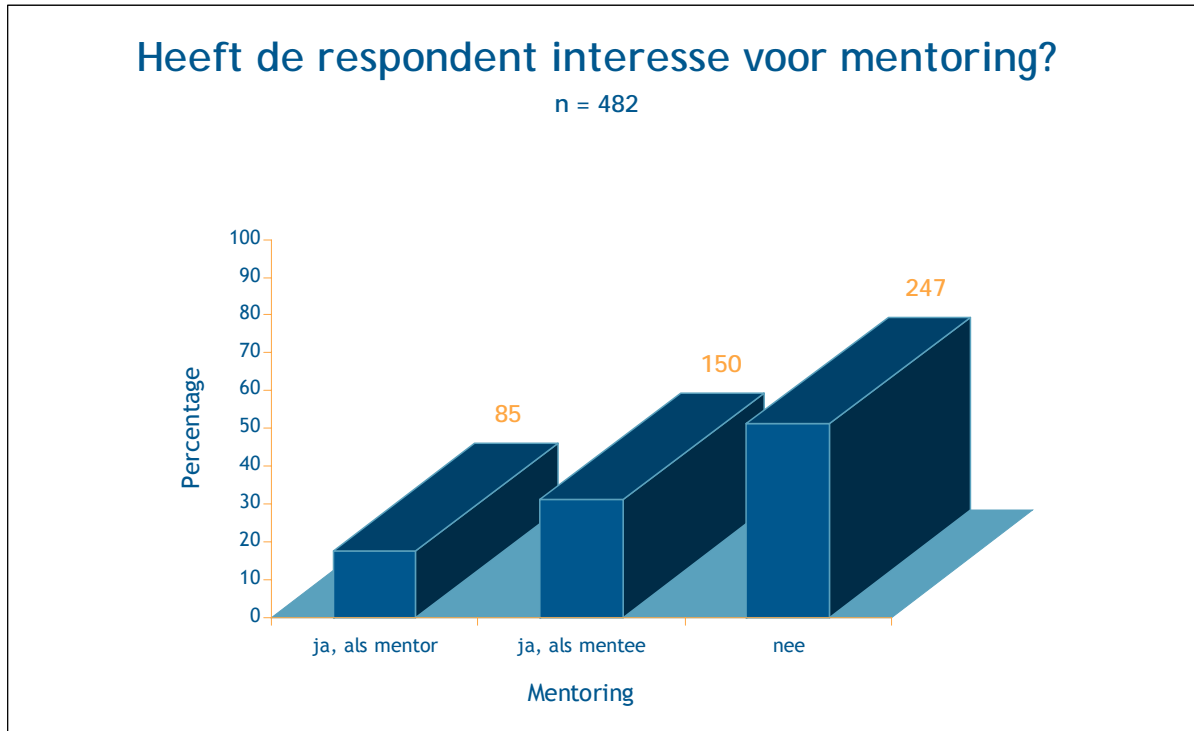


Bron: bijlage 55: Hoe is de respondent in contact gekomen met mentoring?

5.10.3 Interesse voor mentoring

Niet al de vrouwen hebben interesse voor mentoring. De grafiek omtrent die vraag staat hieronder weergegeven.

Grafiek 44: Heeft de respondent interesse voor mentoring?



Bron: bijlage 56: Heeft de respondent interesse voor mentoring?

Van de ondervraagde vrouwen heeft 51,2 %, dus meer dan de helft, geen interesse voor mentoring. Bijna twee derden (63,8 %) van de vrouwen die wel interesse hebben voor mentoring (48,8 %) zouden liefst mentee zijn.

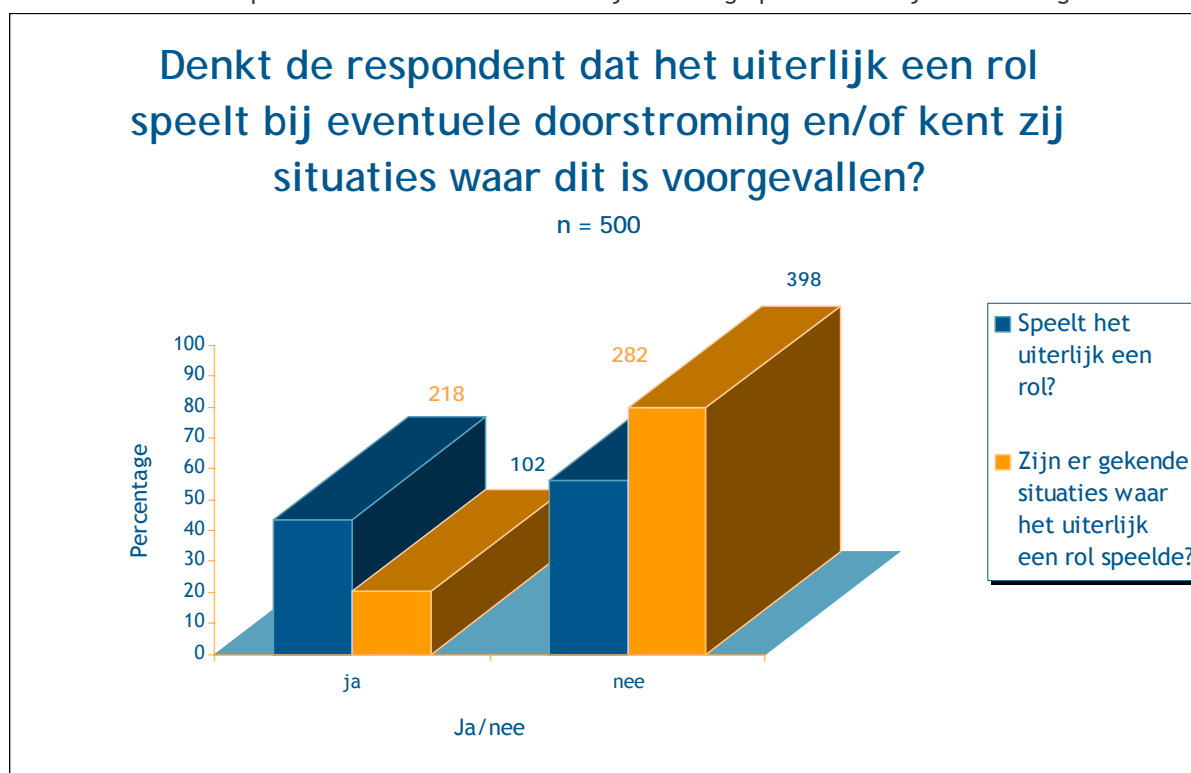
5.11 De respondent en het uiterlijk

5.11.1 Rol van uiterlijk bij doorstroming

Van de ondervraagde vrouwen is 43,6 % van mening dat het uiterlijk een rol speelt bij doorstroming. Een kleine meerderheid (56,4 %) vindt dat dit geen belang heeft.

Van de respondenten zegt 20,4 % situaties te kennen waar het uiterlijk een rol gespeeld heeft bij doorstroming. 79,6 % van de ondervraagde vrouwen kent geen dergelijke situaties.

Grafiek 45: Denkt de respondent dat het uiterlijk een rol speelt bij eventuele doorstroming?
Kent de respondent situaties waar het uiterlijk een rol gespeeld heeft bij doorstroming?



Bron: bijlage 57: Denkt de respondent dat het uiterlijk een rol speelt bij eventuele doorstroming?
bijlage 58: Kent de respondent situaties waar het uiterlijk een rol gespeeld heeft bij doorstroming?

Uit deze grafiek kan besloten worden dat slechts een kleine minderheid van de vrouwen die geloven dat het uiterlijk een rol speelt bij de doorstroming (46,8 %) ook effectief een situatie kennen waar dit is voorgevallen.

5.12 De eigenschappen van de respondent

5.12.1 De mate waarin de respondent over bepaalde eigenschappen beschikt en het belang ervan met het oog op doorstroming.

In de onderstaande tabel wordt nagegaan in welke mate de vrouw bepaalde eigenschappen bezit, en hoe belangrijk ze die eigenschappen vindt met het oog op doorstroming.

De getallen geven een score aan op 5, met 1 als minimum en 5 als beste score.

Tabel 3: In welke mate bezit de respondent bepaalde eigenschappen?
Hoe belangrijk vindt de respondent bepaalde eigenschappen met het oog op doorstroming?

EIGENSCHAP:	Aanwezigheid bij de respondent	Belangrijkheid voor doorstromen volgens de respondent	Aanwezigheid - Belangrijkheid
leiding geven aan een groep	3,07	4,32	- 1,25
bedrijfsdoelen voor persoonlijke doelen plaatsen	3,13	3,91	- 0,78
Empathie	3,38	3,51	- 0,13
feedback geven aan een groep	3,39	4,26	- 0,87
Ambitie	3,45	4,36	- 0,91
aandacht voor discussie	3,48	4,11	- 0,63
emotionele intelligentie	3,54	3,81	- 0,27
aandacht voor persoonlijke relaties	3,59	3,60	- 0,01
aandacht voor intuïtie	3,65	3,75	- 0,10
Rationaliteit	3,75	4,16	- 0,41
planmatig werken	3,90	4,34	- 0,44
aandacht voor communicatie	3,90	4,40	- 0,50
Motivatie	4,04	4,57	- 0,53
Luisterbereidheid	4,07	4,36	- 0,29

Bron: bijlage 59: In welke mate bezit de respondent bepaalde eigenschappen?
bijlage 60: Hoe belangrijk vindt de respondent bepaalde eigenschappen met het oog op doorstroming?

De eigenschappen die een vrouw zeer belangrijk vindt bij doorstroming zijn motivatie (4,57), aandacht voor communicatie (4,40), luisterbereidheid en ambitie (beiden 4,36), planmatig werken (4,34) en feedback geven aan een groep (4,26).

De vrouw vindt van zichzelf dat ze in sterke mate beschikt over luisterbereidheid (4,07) en motivatie (4,04). Ook op aandacht voor communicatie, planmatig werken (beiden 3,90) en rationaliteit (3,75) geeft ze zich meer dan een behoorlijke score.

Wat opvalt is dat alle waarden in de linkerkolom kleiner zijn dan die in de rechterkolom. Dit betekent dat vrouwen van zichzelf vinden dat ze minder over een eigenschap beschikken dan dat deze volgens hen van belang is bij doorstroming.

Leiding geven aan een groep is een eigenschap die de vrouw heel belangrijk vindt, dit is echter de eigenschap waar ze in verhouding het minst over beschikt (- 1,25). De eigenschap die de vrouw belangrijk vindt met het oog op doorstromen en waar ze zichzelf ook positief op quoteert, is 'aandacht voor persoonlijke relaties'.

5.13 Besluit

Meer dan de helft van de ondervraagde vrouwen heeft al kans gehad op één van de vormen van doorstroming. Vrouwen die deze kans aangeboden krijgen, nemen die mogelijkheid ook daadwerkelijk aan. Werkgevers bieden hun vrouwelijke bedienden eerder doorstroming onder de vorm van meer verantwoordelijkheid aan. In de toekomst zouden graag twee derden van de vrouwen doorstromen, maar slecht één derde heeft de indruk dat dit in de nabije toekomst werkelijk zal gebeuren.

Wanneer we overgaan naar mogelijke redenen om kansen te krijgen om door te stromen, valt op dat ruim 40 % van de vrouwen denkt dat uiterlijk een rol speelt. Dit wordt kracht bijgezet door 20 % van de respondenten die situaties kennen waar dit in voorkwam.

Wat betreft het rollenpatroon binnen het bedrijf zijn de meningen verdeeld. Enkel een kleine meerderheid van de ondervraagde vrouwen vindt dat het rollenpatroon leeft in hun bedrijf. Ongeveer de helft van die vrouwen zegt dat het rollenpatroon doorstroming ook belemmert.

Het rollenpatroon leeft echter niet alleen in het bedrijf, maar ook het gezinsleven wordt er nog min of meer door bepaald. Hoewel slecht één vierde van de vrouwen beweert dat dit het geval is binnen hun gezin, vervult het overgrote deel wel alle huishoudelijke taken, met uitzondering van karweitjes in de tuin. Aangezien maar 25 % van de vrouwen vindt dat het rollenpatroon in hun gezin nog leeft, is het logisch dat slechts 8 % van alle respondenten zegt dat deze verhouding binnen het huishouden de doorstroming in de weg staat. Ook de gezinssamenstelling heeft volgens een kwart van de ondervraagde vrouwelijke bedienden een invloed op eventuele doorstroming.

Binnen de Oost-Vlaamse KMO's worden heel weinig diensten aangeboden om het de vrouwelijke bedienden makkelijker te maken binnen hun gezin. Slechts 17 van de 562 ondervraagde vrouwen werkten in een bedrijf waar diensten aangeboden worden. We spreken hier dan over poets-, strijkdienst en kinderopvang, deze 3 overeenstemmen met de meest gewenste ondersteuning van het bedrijf. Opmerkelijk is wel dat amper 5 van die 17 respondenten effectief gebruik maken van deze extra's.

Vrouwen kunnen in vele gevallen niet rekenen op extra diensten die aangeboden worden binnen het bedrijf, maar glijdende werkuren kunnen helpen bij het beter plannen van de huishoudelijke taken. Dit wordt alleen maar bekrachtigd door het feit dat vier vijfden van de vrouwelijke bedienden die nog geen glijdende werkuren hebben, er wel over wil beschikken. De helft van de vrouwen heeft een job waarin ze denken dat flexibele werkuren mogelijk zijn. Van deze groep maakt één derde er ook gebruik van.

Net als bij de glijdende werkuren heeft ongeveer de helft van de vrouwen een job waarin het mogelijk is deeltijds te werken. Iets meer dan één vierde van de vrouwen werkt al deeltijds. Van de vrouwen die nog niet deeltijds werken is meer dan 70 % niet geïnteresseerd in deeltijds werken. De voornaamste reden hiervoor is dat het financieel niet haalbaar is om deeltijds te werken.

Hoewel er iets minder dan 5 % van de vrouwen al van thuis uit werkt, zijn er van die overige groep nog 45 % die dat zouden willen. Van alle respondenten beweert slechts een kleine 30 % van de vrouwen dat hun job het toelaat om van thuis uit te werken.

De voornaamste redenen die de vrouwelijke bedienden aanhalen om niet van thuis uit te willen werken zijn het gebrek aan sociaal contact en het gemis aan voeling met de werkvloer.

Bij netwerking springt het ruime aantal dat hier af en toe aan deelneemt in het oog. Een kleine 30 % van de vrouwen kan echter geen tijd maken voor deze activiteit of heeft er geen behoefte aan.

Ongeveer één derde van de vrouwen kan zich optrekken aan een vrouwelijk rolmodel in een hogere functie. Van die vrouwen geeft meer dan 70 % aan dat het optrekken aan die vrouw een stimulans is om zelf door te stromen. Ruim 30 % van de vrouwen vindt het belangrijk dat ze zich kan optrekken aan vrouwelijke voorbeelden.

Meer dan vier op vijf vrouwen heeft nog geen mogelijkheid tot mentoring gehad. Van de vrouwen die wel al deze kans gehad hebben gaat het bij iets meer dan de helft om de mogelijkheid mentee te zijn. Van de vrouwen bij wie de mogelijkheid zich al heeft voorgedaan, zijn de meesten ermee in contact via het bedrijfsmanagement of een via collega met mentoring. Een kleine minderheid van de vrouwen heeft interesse voor mentoring, daarvan zou bijna twee derden graag de rol van mentee aannemen.

6 Doorstroommogelijkheden

In dit deel gaan we na of er verbanden zijn tussen bepaalde variabelen. In de meeste gevallen betreft het een onafhankelijke en een afhankelijke variabele. We kijken of de onafhankelijke variabele een invloed heeft op de afhankelijke variabele. Dit deel is opgebouwd volgens de indeling die we hanteerden bij de onderzoeksvragen.

6.1 Overzicht van de verbanden

Onderstaande tabel toont de verbanden die wij hebben gevonden. Een 'X' staat voor een significant verband tussen de onafhankelijke variabele in de rij en de afhankelijke variabele in de kolom. Een '-' staat voor kruistabellen die geen significant verband opleverden.

Tabel 4: Overzicht van de verbanden

	kans op doorstroming gehad	kans op functieverhoging gehad	kans op salarisverhoging gehad	kans op meer verantwoordelijkheid gehad	wil verder doorstromen	doorstroommogelijkheden in toekomst
Leeftijd	-	-	-	-	X	X
Diploma	-	X	-	X	-	X
Tijd in het bedrijf	X	X	-	X	X	X
Gezinssamenstelling	X	X	-	X	X	X
Kinderen	X	X	-	-	X	-
Rollenpatroon in bedrijf	-	-	-	-	X	X
Belemmerend rollenpatroon in bedrijf	X	-	X	X	-	-
Rollenpatroon in gezin	-	-	-	-	X	-
Belemmerend rollenpatroon in gezin	-	-	-	-	X	-
Huishoudelijke taken: schoonmaak	X	-	-	-	X	-
Huishoudelijke taken: tuin	X	-	-	-	-	-
Netwerking	X	-	-	-	-	X
Glijdende werkuren	X	-	-	-	-	-
Deeltijds	-	-	-	-	X	X

Bron: bijlage 61 tot 92: Kruistabel 1 tot 33

De gevonden verbanden worden verder in dit hoofdstuk per rij besproken, dus per onafhankelijke variabele. Om ook een overzicht per kolom te krijgen zijn bij de samenvatting van dit hoofdstuk de verbanden per kolom gegroepeerd.

6.2 Leeftijd van de respondent

Hier volgen de verbanden die voortvloeiden uit het kruisen van een afhankelijke variabele met de onafhankelijke variabele 'leeftijd'.

6.2.1 Wens tot verdere doorstroming

Deze onderstaande kruistabel geeft aan dat jongere mensen in grotere aantallen positief antwoorden op de vraag of ze (nog verder) willen doorstromen.

Tabel 5: Kruistabel 1

			Leeftijd								Totaal	
			20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59		60-64
Wilt u (nog verder) doorstromen?	ja	F _o	23	86	87	94	55	32	12	6	0	395
		F _e	16,8	68,5	83,2	97,9	57,3	35,0	23,1	11,2	2,1	395,0
	neen	F _o	1	12	32	46	27	18	21	10	3	170
		F _e	7,2	29,5	35,8	42,1	24,7	15,0	9,9	4,8	0,9	170,0

$X^2=0,000$; $v=0,319$

Bron: bijlage 61: Kruistabel 1

Als we de volledige groep ondervraagde vrouwen bekijken, dan zien we dat bijna 70% graag nog verder wil doorstromen. Dit hoge percentage is vooral afkomstig van de wens van de vrouwen tussen 20 en 24 en 25 en 29 jaar. In deze leeftijdscategorieën wil respectievelijk 87,8% en 95,8% carrière maken. De vrouwen van 55 of ouder, hebben minder behoefte aan doorstroming.

6.2.2 Indruk op doorstroming in de toekomst

Naast de wens van doorstromen is het ook interessant om te kijken wat de vrouwen, ingedeeld in leeftijdscategorieën, aanvoelen als doorstroommogelijkheden in de toekomst.

Tabel 6: Kruistabel 2

		Leeftijd									Totaal	
		20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64		
Hebt u de indruk doorstroom- mogelijkheden te hebben in de nabije toekomst?	ja	F _o	14	44	41	43	21	5	4	4	0	176
		F _e	7,6	29,6	36,6	44,5	25,1	16,6	10,3	4,8	0,9	176,0
	neen	F _o	11	54	80	104	62	50	30	12	3	406
		F _e	17,4	68,4	84,4	102,5	57,9	38,4	23,7	11,2	2,1	406,0

$X^2=0,000$; $v=0,257$

Bron: bijlage 62: Kruistabel 2

Net als bij de vorige kruising hebben vrouwen van de jongere generatie meer de indruk kans tot doorstromen te krijgen in de nabije toekomst. Vrouwen tussen 20 en 24 zijn met 56% het meest positief hun toekomstperspectieven. We kunnen een algemene evolutie vaststellen, namelijk hoe ouder de respondent is, hoe minder ze de behoefte voelt om verdere carrière te maken in de toekomst.

6.3 Hoogst behaald diploma van de respondent

In wat volgt komen de verbanden uit het kruisen van een afhankelijke variabele met de onafhankelijke variabele 'hoogst behaalde diploma' aan bod.

6.3.1 Kans op een functieverhoging

Tabel 7: Kruistabel 3

		Wat is uw hoogst behaalde diploma?						Totaal	
		lager secundair	hoger secundair	hoger onderwijs, korte type	hoger onderwijs, lange type	Univer-sitair	Post-universitair		
Heeft u al kans op functieverhoging gehad?	ja	F _o	1	42	63	10	18	11	145
		F _e	2,2	50,0	59,9	15,6	13,0	4,3	145,0
	neen	F _o	8	166	186	55	36	7	458
		F _e	6,8	158,0	189,1	49,4	41,0	13,7	458,0

$X^2=0,001$; $v=0,189$

Bron: bijlage 63: Kruistabel 3

Bijna één kwart van alle ondervraagde vrouwelijke bedienden heeft al een doorstroming gekend onder de vorm van een functieverhoging. Diegene die een diploma kan voorleggen van een hoger niveau zal sneller kans maken op een functieverhoging. Bij de vrouwen met een universitair diploma gaat het om 33,3%, bij die met een postuniversitair diploma zelfs om 61,1%.

6.3.2 Kans op meer verantwoordelijkheid

Behalve functieverhoging, kunnen de vrouwelijke bedienden ook doorstromen onder de vorm van meer verantwoordelijkheid. Onderstaande tabel geeft de verbanden weer tussen diploma en deze vorm van carrière maken. Bij deze kruising kunnen we logischerwijze dezelfde redenering volgen als bij de gekruiste tabel van 'hoogst behaalde diploma' met 'meer verantwoordelijkheid'. Hoe hoger het niveau van het diploma, hoe meer kans op doorstroming op gebied van verantwoordelijkheid.

Tabel 8: Kruistabel 4

		Wat is uw hoogst behaalde diploma?						Totaal	
		lager secundair	hoger secundair	hoger onderwijs, korte type	hoger onderwijs, lange type	universitair	Post-universitair		
Heeft u al kans op meer verantwoordelijkheid gehad?	ja	F _o	4	84	102	19	27	13	249
		F _e	3,7	85,9	102,8	26,8	22,3	7,4	249,0
	neen	F _o	5	124	147	46	27	5	354
		F _e	5,3	122,1	146,2	38,2	31,7	10,6	354,0

$X^2=0,025$; $v=0,146$

Bron: bijlage 64: Kruistabel 4

Van alle ondervraagde vrouwen heeft 41,3 % al kans op meer verantwoordelijkheid gehad. Bij de vrouwen met een postuniversitair diploma is dit 72,2 %.

6.3.3 Indruk op doorstroming in de toekomst

Wat we al eerder aangaven zet zich ook hier voort. Vrouwen met een post-universitair of universitair diploma hebben meer de indruk door te kunnen stromen in de toekomst.

Tabel 9: Kruistabel 5

		Wat is uw hoogst behaalde diploma?						Totaal	
		lager secundair	hoger secundair	hoger onderwijs, korte type	hoger onderwijs, lange type	Univer-sitair	Post-universitair		
Hebt u de indruk doorstroom-mogelijkheden te hebben in de nabije toekomst?	ja	F _o	3	54	66	21	22	10	176
		F _e	2,4	60,8	73,1	19,0	15,3	5,4	176,0
	neen	F _o	5	148	177	42	29	8	409
		F _e	5,6	141,2	169,9	44,0	35,7	12,6	409,0

$X^2=0,031$; $v=0,145$

Bron: bijlage 65: Kruistabel 5

Van alle ondervraagde vrouwen heeft 30,1% de indruk in de nabije toekomst de kans te krijgen om door te stromen. Bij de vrouwen met een universitair en postuniversitair diploma gaat dit om respectievelijk 43,1% en 55,6%.

6.4 Aantal jaren werkzaam in het huidige bedrijf

Na het kruisen met de onafhankelijke variabele ‘het hoogst behaalde diploma van de vrouw, onderzoeken we de relatie met ‘de duur dat de vrouw al bij het bedrijf werkt’. We kunnen een algemene lijn vaststellen voor elke afhankelijke variabele binnen dit deeltje. Namelijk hoe langer de respondent bij haar huidige bedrijf werkt, des te meer kans op doorstroming ze gekregen heeft in het verleden, hoe minder ze er zal krijgen in de toekomst, en des te kleiner de wens is om nog verder door te stromen. We merken hetzelfde op als we kijken naar functieverhoging en meer verantwoordelijkheid.

6.4.1 Kans op doorstroming

Van alle ondervraagde vrouwen heeft 56,8% al een kans op doorstroming gehad.

Tabel 10: Kruistabel 6

		Hoe lang werkt u bij het huidige bedrijf?				Totaal	
		≤10	11 tot 20	21 tot 30	>30		
Hebt u al kans op doorstroming gehad?	ja	F _o	209	86	37	9	341
		F _e	232,4	73,9	27,3	7,4	341,0
	neen	F _o	200	44	11	4	259
		F _e	176,6	56,1	20,7	5,6	259,0

$X^2=0,000$; $v=0,178$

Bron bijlage 66: Kruistabel 6

Bij vrouwen die 10 jaar of minder bij een bedrijf werken geeft slechts 51,1% van de ondervraagden al kans op doorstroming gehad, terwijl er bij vrouwen die tussen de 11 en de 20 jaar bij een bedrijf werken 66,2% al een dergelijke kans gehad hebben. Bij vrouwen die al meer dan 20 jaar bij een bedrijf werken ligt het percentage zelfs nog hoger.

6.4.2 Kans op een functieverhoging

Onderstaande tabel geeft een duidelijk verband weer tussen ‘functieverhoging’ en ‘aantal jaren werkzaam binnen het huidige bedrijf’.

Tabel 11: Kruistabel 7

		Hoe lang werkt u bij het huidige bedrijf?				Totaal	
		≤10	11 tot 20	21 tot 30	>30		
Heeft u al kans op functieverhoging gehad?	ja	F _o	77	45	19	4	145
		F _e	98,4	31,7	11,8	3,1	145,0
	neen	F _o	333	87	30	9	459
		F _e	311,6	100,3	37,2	9,9	459,0

$X^2=0,000$; $v=0,181$

Bron bijlage 67: Kruistabel 7

Bij de vrouwen die 10 jaar of minder bij een bedrijf werken gaat dit om slechts 18,8%. Bij de andere groepen ligt dit percentage op minimum 30,8%.

6.4.3 Kans op meer verantwoordelijkheid

De kans op meer verantwoordelijkheid is al 41,2% van alle ondervraagde vrouwen te beurt gevallen. Bij de vrouwen die minimum 10 jaar in een bedrijf werken, gaat het om percentages van 49,2 en meer. In de categorie van vrouwen die minder dan tien jaar werken bij het huidige bedrijf, heeft 35,9% van de vrouwen meer verantwoordelijkheid gekregen.

Tabel 12: Kruistabel 8

		Hoe lang werkt u bij het huidige bedrijf?				Totaal	
		≤10	11 tot 20	21 tot 30	>30		
Heeft u al kans op meer verantwoordelijkheid woordelijkheid gehad?	ja	F _o	147	65	28	9	249
		F _e	169,0	54,4	20,2	5,4	249,0
	neen	F _o	263	67	21	4	355
		F _e	241,0	77,6	28,8	7,6	355,0

$X^2=0,001$; $v=0,171$

Bron: bijlage 68: Kruistabel 8

6.4.4 Wens tot verdere doorstroming

De onderstaande tabel geeft het verband met de periode die de respondent al binnen het bedrijf werkt en de wens tot doorstromen.

Tabel 13: Kruistabel 9

		Hoe lang werkt u bij het huidige bedrijf?				Totaal	
		≤10	11 tot 20	21 tot 30	>30		
Wilt u (nog verder) doorstromen?	ja	F _o	306	64	23	3	396
		F _e	271,2	86,5	31,4	7,0	396,0
	neen	F _o	83	60	22	7	172
		F _e	117,8	37,5	13,6	3,0	172,0

$X^2=0,000$; $v=0,293$

Bron: bijlage 69: Kruistabel 9

Van de vrouwen die hoogstens 10 jaar bij een bedrijf werken, wil 78,7% nog verder doorstromen. Bij vrouwen die al langer dan 10 jaar bij een bedrijf werken, gaat het om 51,6% en minder.

6.4.5 Indruk op doorstroming in de toekomst

Vrouwen die slechts 10 jaar of minder bij een bedrijf werken, zien in de toekomst meer mogelijkheden tot doorstromen. Dit percentage bedraagt 35,4%. Bij de vrouwen die er al langer werken, bedraagt het nooit meer dan 20%.

Tabel 14: Kruistabel 10

		Hoe lang werkt u bij het huidige bedrijf?				Totaal	
		≤10	11 tot 20	21 tot 30	>30		
Hebt u de indruk doorstroom- mogelijkheden te hebben in de nabije toekomst?	ja	F _o	142	25	9	1	177
		F _e	121,1	37,8	14,5	3,6	177,0
	neen	F _o	259	100	39	11	409
		F _e	279,9	87,2	33,5	8,4	409,0

$X^2=0,001$; $v=0,171$

Bron: bijlage 70: Kruistabel 10

6.5 Gezinsamenstelling van de respondent

De vierde onafhankelijke variabele die we onder de loep nemen is 'gezinsamenstelling'. Dezelfde afhankelijke variabelen zoals in '6.4 Aantal jaren werkzaam in het huidige bedrijf' komen hier terug.

6.5.1 Kans op doorstroming

Bij het kruisen van de vraag naar de gezinsamenstelling met de vraag of de vrouw al kans gehad heeft op doorstroming blijkt dat er ook hier verschillen bestaan.

Tabel 15: Kruistabel 11

			Wat is uw huidige gezinsamenstelling?					Totaal
			alleenwonend zonder kinderen	alleenwonend met kinderen	samenwonend of gehuwd zonder kinderen	samenwonend of gehuwd met kinderen	inwonend	
Hebt u al kans op doorstroming gehad?	ja	F _o	39	25	79	189	8	340
		F _e	37,6	25,1	84,9	177,7	14,8	340,0
	neen	F _o	27	19	70	123	18	257
		F _e	28,4	18,9	64,1	134,3	11,2	257,0

$X^2=0,040$; $v=0,129$

Bron: bijlage 71: Kruistabel 11

Van de ondervraagde vrouwen heeft 57% al kans op doorstroming gehad. 60,6% van de vrouwen die samenwonen of gehuwd zijn en kinderen hebben kregen wel de kans om te genieten van enige vorm van doorstroming. Slechts een klein gedeelte van de vrouwen die inwonen (30,8%), heeft die kans gekregen.

6.5.2 Kans op een functieverhoging

De conclusies van de vorige paragraaf kunnen ook voor het kruisen met ‘functieverhoging’ doorgetrokken worden.

Tabel 16: Kruistabel 12

			Wat is uw huidige gezinssamenstelling?					Totaal
			alleenwonend zonder kinderen	alleenwonend met kinderen	samenwonend of gehuwd zonder kinderen	samenwonend of gehuwd met kinderen	inwonend	
Heeft u al kans op functieverhoging gehad?	ja	F _o	16	11	27	90	1	145
		F _e	15,8	10,5	36,0	76,2	6,5	145,0
	neen	F _o	50	33	123	228	26	460
		F _e	50,2	33,5	114,0	241,8	20,5	460,0

$\chi^2=0,015$; $v=0,143$

Bron: bijlage 72: Kruistabel 12

Van al de ondervraagde vrouwen heeft 24% al kans op functieverhoging gehad. Bij de vrouwen die nog inwonen gaat dit om slechts 3,7%, terwijl het bij samenwonende of gehuwde vrouwen met kinderen om 28,3% gaat.

We zullen ook zien dat in het volgende gedeelte dezelfde besluiten terugkomen.

6.5.3 Kans op meer verantwoordelijkheid

Bij de onderstaande tabel, beperken we ons tot het geven van de belangrijkste percentages.

Tabel 17: Kruistabel 13

		Wat is uw huidige gezinssamenstelling?					Totaal	
		Alleen-wonend zonder kinderen	Alleen-wonend met kinderen	Samen-wonend of gehuwd zonder kinderen	Samen-wonend of gehuwd met kinderen	inwonend		
Heeft u al kans op meer verantwoordelijkheid gehad?	ja	F _o	34	19	51	138	6	248
		F _e	27,1	18,0	61,5	130,4	11,1	248,0
	neen	F _o	32	25	99	180	21	357
		F _e	38,9	26,0	88,5	187,6	15,9	357,0

$\chi^2=0,029$; $v=0,134$

Bron: bijlage 73: Kruistabel 13

In tegenstelling tot de twee voorgaande kruisingen zijn het hier de vrouwen die alleen wonen zonder kinderen die al het meeste kans gekregen hebben (51,5%).

6.5.4 Wens tot verdere doorstroming

De kruising van de vraag over 'gezinssamenstelling' met de vraag of de vrouw nog 'verder wil doorstromen' levert opnieuw een verband op.

Tabel 18: Kruistabel 14

		Wat is uw huidige gezinssamenstelling?					Totaal	
		Alleen-wonend zonder kinderen	Alleen-wonend met kinderen	Samen-wonend of gehuwd zonder kinderen	Samen-wonend of gehuwd met kinderen	inwonend		
Wilt u (nog verder) doorstromen?	ja	F _o	46	36	108	183	23	396
		F _e	43,5	30,8	102,3	202,6	16,8	396,0
	neen	F _o	16	8	38	106	1	169
		F _e	18,5	13,2	43,7	86,4	7,2	169,0

$\chi^2=0,001$; $v=0,180$

Bron bijlage 74: Kruistabel 14

Van de vrouwen die nog thuis wonen zegt maar liefst 95,8% nog te willen doorstromen. Van de vrouwen die samenwonen of gehuwd zijn en kinderen hebben wil dan weer slechts 63,3% nog doorstromen.

6.5.5 Indruk op doorstroming in de toekomst

De vrouwen die nog inwonen en diegene die alleen wonen (met of zonder kinderen) hebben eerder de indruk te kunnen doorstromen in de toekomst. Ze halen respectievelijk 44,4 %; 41,9 % en 40 %. De andere twee categorieën, namelijk de samenwonende of gehuwde vrouwen (met of zonder kinderen) geven aan dat zij minder die indruk hebben.

Tabel 19: Kruistabel 15

		Wat is uw huidige gezinssamenstelling?					Totaal	
		Alleen-wonend zonder kinderen	Alleen-wonend met kinderen	Samen-wonend of gehuwd zonder kinderen	Samen-wonend of gehuwd met kinderen	inwonend		
Hebt u de indruk doorstroom-mogelijkheden te hebben in de nabije toekomst?	ja	F _o	26	18	43	78	12	177
		F _e	19,7	13,1	43,1	92,9	8,2	177,0
	neen	F _o	39	25	99	228	15	406
		F _e	45,3	29,9	98,9	213,1	18,8	406,0

X²=0,021; v=0,141

Bron: bijlage 75: Kruistabel 15

6.6 Kinderen van de respondent

Ditmaal komen de verbanden aan bod die gehaald kunnen worden uit het kruisen van een afhankelijke variabele met de onafhankelijke variabele 'de kinderen van de vrouw'. Bij kruising van de afhankelijke variabele 'gekregen kans op doorstroming' en 'functieverhoging' merken we een klein verschil tussen vrouwen met kinderen en zonder kinderen. Een groter percentage van vrouwen die kinderen hebben, blijken voor deze onderdelen meer positief geantwoord te hebben. Deze verklaring is in het derde deel, waar het gaat over de toekomst, omgekeerd.

6.6.1 Kans op doorstroming

Tabel 20: Kruistabel 16

		Kinderen		Totaal	
		Geen kinderen	Wel kinderen		
Hebt u al kans op doorstroming gehad?	ja	F _o	134	209	343
		F _e	146,2	196,8	343,0
	neen	F _o	123	137	260
		F _e	110,8	149,2	260,0

$X^2=0,043$; $v=0,083$

Bron: bijlage 76: Kruistabel 16

De tabel leert ons dat 56,9% van de ondervraagde vrouwen aangeeft al doorstroommogelijkheden gehad te hebben. Bij de vrouwen met kinderen bedraagt dat percentage 60,4%, bij de vrouwen zonder kinderen bedraagt het slechts 52,1%.

6.6.2 Kans op een functieverhoging

Bij de vrouwen die kinderen hebben, heeft 28,4% al een functieverhoging doorgemaakt, terwijl maar 17,8% van de vrouwen zonder kinderen een kans als deze aangeboden gekregen heeft.

Tabel 21: Kruistabel 17

		Kinderen		Totaal	
		Geen kinderen	Wel kinderen		
Heeft u al kans op functieverhoging gehad?	Ja	F _o	47	99	146
		F _e	62,9	83,1	146,0
	neen	F _o	217	250	467
		F _e	201,1	265,9	467,0

$X^2=0,002$; $v=0,123$

Bron: bijlage 77: Kruistabel 17

6.6.3 Wens tot verdere doorstroming

In tegenstelling tot de vorige twee kruisingen, vinden we hier dat vrouwen met kinderen (66,2%) minder de behoefte hebben om nog verder door te stromen dan vrouwen zonder kinderen (74%).

Tabel 22: Kruistabel 18

		Kinderen		Totaal	
		Geen kinderen	Wel kinderen		
Wilt u (nog verder) doorstromen?	Ja	F _o	182	215	397
		F _e	171,0	226,0	397,0
	neen	F _o	64	110	174
		F _e	75,0	99,0	174,0

$X^2=0,044$; $v=0,084$

Bron: bijlage 78: Kruistabel 18

6.7 Rollenpatroon in het bedrijf

In dit deel bespreken we de verbanden die we ontdekten tussen de variabele ‘het rollenpatroon binnen het bedrijf’ en de variabelen: ‘wens tot verdere doorstroming’ en ‘indruk tot doorstroming in de toekomst’. De vrouw die ons mededeelt dat het rollenpatroon nog leeft in het bedrijf waar ze werkt heeft een grotere wens om nog verder door te stromen maar ziet ook minder doorstroommogelijkheden in de nabije toekomst.

6.7.1 Wens tot verdere doorstroming

Tabel 23: Kruistabel 19

		Leeft het rollenpatroon volgens u nog in het bedrijf waar u werkt?		Totaal	
		Ja	neen		
Wilt u (nog verder) doorstromen?	ja	F _o	209	182	391
		F _e	198,3	192,7	391,0
	neen	F _o	76	95	171
		F _e	86,7	84,3	171,0

$X^2=0,049$; $v=0,083$

Bron bijlage 79: Kruistabel 19

Hier is te zien dat 69,6% van de ondervraagde vrouwen nog wenst door te stromen. In bedrijven waar het rollenpatroon nog leeft gaat het om 73,3 %, in bedrijven waar het rollenpatroon niet aanwezig is zegt 65,7 % van de vrouwen dat ze nog willen door stromen.

6.7.2 Indruk op doorstroming in de toekomst

Tabel 24: Kruistabel 20

			Leeft het rollenpatroon volgens u nog in het bedrijf waar u werkt?		Totaal
			ja	nee	
Hebt u de indruk doorstroommogelijkheden te hebben in de nabije toekomst?	ja	F _o	70	106	176
		F _e	89,1	86,9	176,0
	Neen	F _o	225	182	407
		F _e	205,9	201,1	407,0

$X^2=0,001$; $v=0,142$

Bron: bijlage 80: Kruistabel 20

In tegenstelling tot de vorige kruistabel is het hier de vrouw die het rollenpatroon in het bedrijf ervaart, ook de vrouw die minder doorstroommogelijkheden ziet in de toekomst. 30,2% van alle ondervraagde vrouwen heeft de indruk dat die doorstroommogelijkheden er zijn. In bedrijven waar het rollenpatroon nog leeft, heeft maar 23,7% van de vrouwen die indruk, terwijl in de andere bedrijven 36,8% van de vrouwen zegt dat ze de indruk hebben dat er doorstroommogelijkheden in de nabije toekomst zijn.

6.8 Rollenpatroon in het bedrijf staat doorstroming in de weg

Na het zoeken van verbanden bij de vraag of het rollenpatroon nog leeft in het bedrijf doen we dit ook met de vraag of dit doorstroming belemmert. Daaruit blijkt dat vrouwen die aangeven dat het rollenpatroon in hun bedrijf doorstroming in de weg staat inderdaad ook minder kansen op doorstroming hebben gekregen. Daarnaast is er ook een verband tussen dat belemmerend rollenpatroon en de kansen op salarisverhoging en meer verantwoordelijkheid. Ook hier zijn de vrouwen die minder kansen ervaren hebben, de vrouwen die zeggen dat het rollenpatroon binnen hun bedrijf een hindernis vormt voor eventuele doorstroming.

6.8.1 Kans op doorstroming

Om na te gaan of de kans op doorstroming beïnvloed wordt door een belemmerend rollenpatroon, kruisen we beide vragen.

Tabel 25: Kruistabel 21

		Staat het rollenpatroon in het bedrijf waar u werkt eventuele doorstroming in de weg?		Totaal	
		ja	Neen		
Hebt u al kans op doorstroming gehad?	Ja	F _o	64	268	332
	F _e	79,7	252,3	332,0	
Neen	F _o	76	175	251	
	F _e	60,3	190,7	251,0	

$X^2=0,002$; $v=0,128$

Bron: bijlage 81: Kruistabel 21

Slechts 45,7 % van de ondervraagde vrouwen die vinden dat het rollenpatroon in het bedrijf waar ze werken doorstroming in de weg staat, hebben al kans op doorstroming gehad, terwijl het in de andere bedrijven om 60,5 % gaat.

6.8.2 Kans op een salarisverhoging

Zoals eerder aangehaald werd, kruisen we ‘kans op doorstroming’ met ‘rollenpatroon in bedrijf als belemmering op doorstroming’.

Tabel 26: Kruistabel 22

			Staat het rollenpatroon in het bedrijf waar u werkt eventuele doorstroming in de weg?		Totaal
			Ja	Neen	
Heeft u al kans op salarisverhoging gehad?	Ja	F _o	37	177	214
		F _e	51,3	162,7	214,0
	Neen	F _o	103	267	370
		F _e	88,7	281,3	370,0

$X^2=0,004$; $v=0,119$

Bron: bijlage 82: Kruistabel 22

Van alle vrouwen heeft 36,6% al kans gehad op een salarisverhoging. In de bedrijven waar het rollenpatroon doorstroming bemoeilijkt, heeft slechts 26,4% van de ondervraagde vrouwen al een kans op salarisverhoging gehad, in de andere bedrijven gaat het om 39,9% van de vrouwen.

6.8.3 Kans op meer verantwoordelijkheid

45,5 % van de vrouwen uit bedrijven waar het rollenpatroon de doorstroming niet in de weg staat hebben al kans op meer verantwoordelijkheid gehad. In de bedrijven waar dat rollenpatroon de doorstroming wel bemoeilijkt gaat het over slechts 31,4 % van de vrouwen.

Tabel 27: Kruistabel 23

			Staat het rollenpatroon in het bedrijf waar u werkt eventuele doorstroming in de weg?		Totaal
			Ja	Neen	
Heeft u al kans op meer verantwoordelijkheid gehad?	Ja	F _o	44	202	246
		F _e	59,0	187,0	246,0
	Neen	F _o	96	242	338
		F _e	81,0	257,0	338,0

$X^2=0,003$; $v=0,122$

Bron: bijlage 83: Kruistabel 23

6.9 Rollenpatroon in het gezin

Eerder kwamen al verbanden met de variabele ‘het rollenpatroon in het bedrijf?’ aan bod, ook met de variabele ‘het rollenpatroon nog in het gezin?’ stelden we een verband vast. Vrouwen uit gezinnen waar het rollenpatroon nog sterk leeft hebben namelijk minder ambitie om nog verder door te stromen dan vrouwen uit gezinnen waar dit niet het geval is.

Tabel 28: Kruistabel 24

		Leeft het rollenpatroon nog sterk in uw gezin?		Totaal	
		Ja	neen		
Wilt u (nog verder) doorstromen?	Ja	F _o	71	304	375
		F _e	86,3	288,7	375,0
	Neen	F _o	53	111	164
		F _e	37,7	126,3	164,0

$X^2=0,001$; $v=0,146$

Bron: bijlage 84: Kruistabel 24

Van alle vrouwen zou 69,6% graag nog door stromen. Bij de vrouwen die aangeven dat het rollenpatroon nog sterk leeft in hun gezin, bedraagt dit percentage 57,3 %. Van de andere vrouwen wil 73,3% nog doorstromen.

6.10 Rollenpatroon in het gezin staat doorstroming in de weg

Het rollenpatroon in het gezin kan net zoals bij de bedrijven de doorstroming in de weg staan. Het gaat hier opnieuw over de wil om verder door te stromen die bij de vrouwen aanwezig is. De respondenten die aangeven dat het rollenpatroon in hun gezin storend is voor eventuele doorstroming willen minder doorstromen dan de andere vrouwen.

Tabel 29: Kruistabel 25

		Staat het rollenpatroon in uw gezin eventuele doorstroming in de weg?		Totaal	
		ja	neen		
Wilt u (nog verder) doorstromen?	ja	F _o	16	52	68
		F _e	22,3	45,7	68,0
	neen	F _o	24	30	54
		F _e	17,7	36,3	54,0

$X^2=0,015$; $v=0,221$

Bron: bijlage 85: Kruistabel 25

Amper 40 % van de vrouwen die vinden dat het rollenpatroon in hun gezin doorstroming in de weg staat, heeft nog de wil verder door te stromen. Bij alle vrouwen samen gaat het over 55,7 %, bij de respondenten die het rollenpatroon niet storend vinden over 63,4 %.

6.11 Huishoudelijke taken van de respondent

Uit ons onderzoek blijkt ook dat er verbanden zijn tussen wie bepaalde huishoudelijke taken uitvoert en andere variabelen. Zo hebben vrouwen met een poetsvrouw of een tuinman al meer kans op doorstroming gehad dan de vrouwen die geen betaalde hulp hebben voor het schoonmaken of het onderhouden van de tuin. Het is echter ook zo dat de vrouwen die betaalde hulp hebben voor de schoonmaak minder de ambitie tonen om verder door te stromen dan de andere vrouwen.

6.11.1 Kans op doorstroming

Tabel 30: Kruistabel 26

		Wie maakt schoon?					Totaal	
		hoofd- zakelijk ik	hoofd- zakelijk mijn partner	mijn partner en ik samen	betaalde hulp	onbetaalde hulp		
Hebt u al kans op doorstroming gehad?	ja	Fo	148	15	61	94	10	328
		Fe	167,8	11,0	59,6	79,3	10,4	328,0
	neen	Fo	142	4	42	43	8	239
		Fe	122,2	8,0	43,4	57,7	7,6	239,0

$X^2=0,004$; $v=0,166$

Bron: bijlage 86: Kruistabel 26

Tabel 31: Kruistabel 27

		Wie onderhoudt de tuin?					Totaal	
		hoofd- zakelijk ik	hoofd- zakelijk mijn partner	mijn partner en ik samen	betaalde hulp	onbetaalde hulp		
Hebt u al kans op doorstroming gehad?	Ja	Fo	73	103	80	19	12	287
		Fe	70,0	107,9	85,8	12,3	11,1	287,0
	neen	Fo	47	82	67	2	7	205
		Fe	50,0	77,1	61,3	8,8	7,9	205,0

$X^2=0,028$; $v=0,149$

Bron: bijlage 86: Kruistabel 27

Van de vrouwen met een poetsvrouw heeft 68,6 % al doorstroming aangeboden gekregen. Bij vrouwen met een tuinman bedraagt dit percentage zelfs 90,5 %. Voor de andere vrouwen liggen de percentages telkens tussen de 55 en de 60.

6.11.2 Wens tot verdere doorstroming

Van al de ondervraagde vrouwen wil 69,5% nog verder doorstromen, bij de vrouwen die betaalde hulp hebben voor de schoonmaak heeft slechts 55,7% die behoefte.

Tabel 32: Kruistabel 28

		Wie maakt schoon?					Totaal	
		hoofd- zakelijk ik	hoofd- zakelijk mijn partner	mijn partner en ik samen	betaalde hulp	onbetaalde hulp		
Wilt u (nog verder) doorstromen?	ja	Fo	201	13	75	73	12	374
		Fe	191,9	12,5	66,7	91,1	11,8	374,0
	neen	Fo	75	5	21	58	5	164
		Fe	84,1	5,5	29,3	39,9	5,2	164,0

$X^2=0,002$; $v=0,176$

Bron: bijlage 87: Kruistabel 28

6.12 De respondent en netwerking

Er zijn verbanden tussen het gebruik maken van netwerking en de frequentie daarvan en zowel kans op doorstroming als het ervaren van doorstroommogelijkheden in de nabije toekomst. Voor beide variabelen komen we tot de vaststelling dat netwerking ze positief beïnvloedt.

6.12.1 Kans op doorstroming

Tabel 33: Kruistabel 29

		Maakt u gebruik van netwerking?			Totaal	
		ja, dikwijls	ja, af en toe	neen		
Hebt u al kans op doorstroming gehad?	Ja	F _o	41	198	80	319
		F _e	33,3	194,5	91,2	319,0
	neen	F _o	17	141	79	237
		F _e	24,7	144,5	67,8	237,0

$X^2=0,022$; $v=0,117$

Bron: bijlage 88: Kruistabel 29

Vrouwen die dikwijls gebruik maken van netwerking hebben al meer kans op doorstroming gehad dan de vrouwen die er minder frequent of helemaal geen gebruik van maken. 57,4 % van alle vrouwen heeft al kans op doorstroming gehad. Bij de vrouwen die dikwijls gebruik maken van netwerking gaat het om 70,7 %. Van de vrouwen die geen gebruik van netwerking maken, kan slechts 50,3 % beamen al een dergelijke kans gehad te hebben.

6.12.2 Indruk op doorstroming in de toekomst

Tabel 34: Kruistabel 30

		Maakt u gebruik van netwerking?			Totaal	
		ja, dikwijls	ja, af en toe	neen		
Hebt u de indruk doorstroom- mogelijkheden te hebben in de nabije toekomst?	ja	F _o	23	100	36	159
		F _e	16,9	96,3	45,8	159,0
	neen	F _o	35	230	121	386
		F _e	41,1	233,7	111,2	386,0

$X^2=0,044$; $v=0,107$

Bron: bijlage 89: Kruistabel 30

Hier blijkt dat vrouwen die dikwijls gebruik maken van netwerking meer de indruk hebben in de nabije toekomst doorstroommogelijkheden te zullen krijgen dan de andere vrouwen. Van al de ondervraagde vrouwen heeft 29,2% de indruk in de nabije toekomst te kunnen doorstromen. Van de vrouwen die dikwijls aan netwerking doen zegt 39,7% die indruk te hebben, bij de vrouwen die geen gebruik maken van netwerking gaat het om slechts 22,9%.

6.13 De respondent en glijdende werkuren

6.13.1 Kans op doorstroming

Tabel 35: Kruistabel 31

		Heeft u glijdende werkuren?		Totaal	
		Ja	Neen		
Hebt u al kans op door- stroming gehad?	ja	F _o	115	200	315
		F _e	102,4	212,6	315,0
	neen	F _o	66	176	242
		F _e	78,6	163,4	242,0

$X^2=0,021$; $v=0,098$

Bron: bijlage 90: Kruistabel 31

Vrouwen met glijdende werkuren hebben al meer kans op doorstroming gehad dan de vrouwen die geen gebruik maken van glijdende werkuren. Wellicht is het zo dat glijdende werkuren vaker voorkomen in hogere functies en is het gevonden verband daaraan te wijten. 56,6 % van alle ondervraagde vrouwen heeft al kans op doorstroming gemaakt. Van de vrouwen die glijdende werkuren hebben heeft 63,5 % die kans al gekregen.

6.14 De respondent en deeltijds werken

6.14.1 Wens tot verdere doorstroming

Tabel 36: Kruistabel 32

			Werkt u deeltijds?		Totaal
			Ja	Neen	
Wilt u (nog verder) doorstromen?	Ja	F _o	73	298	371
		F _e	94,3	276,7	371,0
	neen	F _o	61	95	156
		F _e	39,7	116,3	156,0

$\chi^2=0,000$; $v=0,204$

Bron: bijlage 91: Kruistabel 32

Vrouwen die deeltijds werken hebben minder behoefte om nog verder door te stromen dan vrouwen die voltijds werken. 70,4 % van de vrouwen wil nog verder doorstromen, bij de vrouwen die deeltijds werken wil maar 54,5 % nog doorstromen.

6.14.2 Indruk op doorstroming in de toekomst

Tabel 37: Kruistabel 33

			Werkt u deeltijds?		Totaal
			Ja	Neen	
Hebt u de indruk doorstroom- mogelijkheden te hebben in de nabije toekomst?	ja	F _o	26	135	161
		F _e	41,3	119,7	161,0
	neen	F _o	114	271	385
		F _e	98,7	286,3	385,0

$\chi^2=0,001$; $v=0,141$

Bron: bijlage 92: Kruistabel 33

Vrouwen die deeltijds werken hebben ook minder de indruk dat ze in de nabije toekomst de kans zullen krijgen om door te stromen. 29,5 % van de vrouwen gaf aan die indruk te hebben, van de vrouwen die deeltijds werken gaat het om slechts 18,6 %.

6.15 Besluit

Uit het onderzoek blijkt dat zowel de vrouwen die nog niet erg lang bij een bedrijf werken als de vrouwen die nog inwonen en de vrouwen die nog geen kinderen hebben duidelijk minder kans op doorstroming gehad hebben. De verklarende factor schuilt hem hier in de leeftijd, de kruistabellen die dit aantonen staan in bijlage 93 tot 95¹⁹. Het is immers zo dat de vrouwen die nog geen kinderen hebben en de vrouwen die nog inwonen jonger zijn dan de anderen. Daarnaast zijn vrouwen die al lang bij een bedrijf werken over het algemeen ook ouder dan de vrouwen die er nog niet zo lang werken.

Verder kunnen we ook aantonen dat netwerking wel degelijk doorstroming bevordert. De vrouwen die zeggen dat ze vaak gebruik maken van netwerking hebben beduidend meer kansen op doorstroming gehad.

Tenslotte blijkt ook nog dat vrouwen die betaalde hulp hebben voor schoonmaak en onderhoud van de tuin ook al meer kans op doorstroming hebben gehad. Vraag hier is natuurlijk welke variabele hier oorzaak en welke gevolg is. Is het zo dat vrouwen die dergelijke betaalde hulp inroepen meer tijd hebben voor het werk en daardoor meer kans maken op doorstroming of is het zo dat vrouwen die al doorgestroomd zijn door een beperking van tijd voor het huishouden hulp bij het huishouden moeten zoeken? Het is natuurlijk ook niet ondenkbaar dat beide scenario's voorkomen bij de vrouwen die meewerkten aan dit onderzoek.

Net als bij kans op doorstroming wordt ook de kans op een functieverhoging beïnvloed door de gezinssamenstelling, de anciënniteit en het al dan niet hebben van kinderen. Het zijn opnieuw de inwonenden, de vrouwen die nog niet erg lang in een bedrijf werken en de vrouwen die (nog) geen kinderen hebben die nog geen kans op functieverhoging gekregen hebben. Daarnaast heeft ook het hoogst behaalde diploma nog een invloed. Vrouwen met een (post)universitair diploma hebben al meer een hogere functie aangeboden gekregen dan de andere vrouwen.

Ook de kans op meer verantwoordelijkheid wordt beïnvloed door de tijd in het bedrijf en de gezinssamenstelling. Ook hier zijn het de vrouwen die inwonen en de vrouwen die nog niet erg lang bij een bedrijf werken die aangeven dat ze minder kans hebben gehad op meer verantwoordelijkheid. Ook hier weer speelt het diploma een rol. Het zijn opnieuw de hoger opgeleiden die meer kans op verantwoordelijkheid kregen. Verder is het ook zo dat de vrouwen die nog geen kans op meer verantwoordelijkheid aangeboden kregen vinden dat het rollenpatroon dat in het bedrijf leeft doorstroming in de weg staat.

De kans op een salarisverhoging wordt door geen van de gevraagde variabelen beïnvloed. Het blijkt dat de vrouwen die nog geen kans op salarisverhoging gehad hebben meer aangeven dan de vrouwen die wel al die kans gekregen hebben dat het rollenpatroon dat leeft binnen het bedrijf de kansen op doorstroming belemmert.

¹⁹⁾ Bijlage 93: $X^2=0,000$; $v=0,485$
 Bijlage 94: $X^2= 0,000$; $v=0,322$
 Bijlage 95: $X^2=0,000$; $v=0,501$

De wil om verder door te stromen wordt beïnvloed door een groot aantal variabelen. Bij jongere vrouwen is die wil nog meer aanwezig dan bij oudere vrouwen. Zoals eerder gezegd zijn de gezinssamenstelling, waaronder het al dan niet hebben van kinderen en de tijd die men al in een bedrijf werkt variabelen die ook beïnvloed worden door de leeftijd. Deze variabelen hebben dan ook een invloed op de ambitie die leeft bij de vrouwen om nog verder door te stromen. Het zijn namelijk die vrouwen die nog geen kans op doorstroming gehad hebben bij wie die wil nog sterk leeft. Dan spreken we dus weer over de vrouwen die (nog) inwonen, de vrouwen die nog niet erg lang bij een bedrijf werken en de vrouwen die (nog) geen kinderen hebben. De laatste variabele die een invloed heeft op de wil om door te stromen is het rollenpatroon. Vrouwen uit bedrijven of gezinnen waar het traditionele rollenpatroon leeft hebben minder de ambitie om door te stromen.

De doorstroommogelijkheden in de nabije toekomst blijken het grootst te zijn voor jongere vrouwen en voor vrouwen die nog niet bijster lang bij een bedrijf tewerkgesteld zijn. Daarnaast zijn het ook eerder de alleenstaande vrouwen, al dan niet met kinderen en vrouwen die (nog) inwonen die de indruk hebben binnenkort van doorstroming te kunnen genieten. Ook netwerking en een hoog diploma verbeteren de vooruitzichten. In bedrijven waar het rollenpatroon nog leeft is de wil om door te stromen daarentegen duidelijk kleiner.

7 Samenvatting

Ongeveer de helft van alle ondervraagde vrouwen heeft al kans op doorstroming gehad. De vrouwen die deze kans nog niet gehad hebben zijn vooral vrouwen die nog inwonen, die (nog) geen kinderen hebben of die nog niet lang bij een bedrijf werken. Het is echter wel duidelijk dat al deze vrouwen één overeenkomst hebben, namelijk dat ze nog vrij jong zijn. Ook netwerking heeft een invloed op de kans op doorstroming, het zijn vooral de vrouwen die vaak aan netwerking doen die meer kansen krijgen. Het valt ook op dat ongeveer al de vrouwen die een kans op doorstroming kregen deze ook gegrepen hebben.

De meest aangeboden vorm van doorstroming is kans op meer verantwoordelijkheid. Ook hier zijn het de vrouwen die nog inwonen en vrouwen die nog niet lang bij een bedrijf werken die die kans minder gekregen hebben. Verder blijkt dat een hoger diploma de kansen op meer verantwoordelijkheid ook verhogen.

De kans op functieverhoging heeft dezelfde verbanden als kans op meer verantwoordelijkheid, behalve dan dat hier ook vrouwen met kinderen al meer kans gehad hebben om een hogere functie in te nemen.

We hebben geen variabelen gevonden die een invloed uitoefenen op de salarisverhoging. Wel is gebleken dat vrouwen die nog geen dergelijke kans gekregen hebben vinden dat het rollenpatroon dat leeft in het bedrijf hun doorstroming in de weg staat. Ook vrouwen die nog geen kans op meer verantwoordelijkheid kregen gaven dit trouwens aan.

Twee derden van de vrouwen wil graag (nog verder) doorstromen. Het gaat vooral om de vrouwen waarvan we eerder zagen dat ze nog geen kans op doorstroming kregen, dus de jonge vrouwen, de vrouwen die nog inwonen, vrouwen die nog niet lang bij een bedrijf werken en de vrouwen die (nog geen) kinderen hebben. Vrouwen uit bedrijven of gezinnen waar het rollenpatroon aanwezig is hebben minder dan weer minder die ambitie.

Tegenover de twee derden van de vrouwen die graag willen doorstromen staat dat slechts één derde doorstroommogelijkheden voor zichzelf ziet in de nabije toekomst. Het gaat hier dan vooral om jonge vrouwen, vrouwen met een hoog diploma, vrouwen die nog niet lang in een bedrijf tewerkgesteld zijn en alleenstaande vrouwen of vrouwen die nog inwonen. Ook hier heeft netwerking een positieve invloed. In bedrijven waar het rollenpatroon leeft zijn die toekomstvooruitzichten dan weer minder rooskleurig.

Het gaat dan toch om de helft van de bedrijven waar dat rollenpatroon nog leeft. In nog eens de helft daarvan vinden de vrouwen dat het rollenpatroon doorstroming ook in de weg staat. De gezinnen doen het op het eerste zicht beter, slechts één vierde van de vrouwen geeft aan dat het rollenpatroon nog sterk aanwezig is in hun gezin. Van hen vindt één op drie dat het rollenpatroon in hun gezin doorstroming bemoeilijkt. In tegenstelling tot wat we zouden verwachten uit wat vrouwen zeiden over het rollenpatroon in hun gezin stellen we toch vast dat heel wat huishoudelijke taken nog door de vrouw worden gedaan. In het beste geval gebeurt dat samen met de partner. Diensten vanuit de bedrijven om het zware huishoudelijk werk van de vrouwen ietwat te verlichten komen bijna niet voor. Vooral de vraag naar wasdienst, strijkdienst en kinderopvang is vrij groot.

Bij heel wat vrouwen laat hun job deeltijds werken of glijdende werkuren toe en leeft ook de wens er gebruik van te maken. Er zijn echter veel minder vrouwen die effectief glijdende werkuren hebben of deeltijds werken.

Ondanks het gegeven dat netwerking wel degelijk de kansen op doorstroming vergroot zijn er toch maar weinig vrouwen die regelmatig aan netwerking doen. Drie op tien vrouwen zegt geen tijd voor of geen behoefte aan netwerking te hebben.

Eén op drie vrouwen heeft een vrouwelijk rolmodel in een hogere functie, evenveel vrouwen vinden dat ook belangrijk. Bijna drie vierden van de vrouwen die zo een rolmodel hebben kunnen zich er ook aan op trekken om zelf de ambitie op te brengen verder door te stromen. Eén op vijf vrouwen heeft dan weer al mogelijkheid tot mentoring gehad, vooral als mentee. De meesten kwamen hiermee in contact via bedrijfsmanagement of collega's. Tegenover die 20% die de mogelijkheid al kregen staat dat ongeveer de helft wel interesse heeft voor mentoring, waarvan ongeveer twee derden als mentee.

8 Aanbevelingen

In dit deel bespreken we de stappen die kunnen genomen worden na ons onderzoek. We doen dit in chronologische volgorde. Dat betekent dus dat we beginnen met het vrijgeven van de resultaten en de sensibilisatie rond het onderwerp. Daarna bespreken we enkele aandachtspuntjes, de voornaamste knelpunten die bleken en enkele mogelijke oplossingen ervoor. Het einddoel van het project is een opleiding, en ook daar geven we enkele aanbevelingen voor. Tenslotte geven we ook kort nog enkele tips voor eventueel verder onderzoek.

8.1 Sensibilisatie

Zoals we beloofden aan de bedrijven, sturen we begin juli de onderzoeksresultaten door. Dit is echter niet voldoende als we willen dat er iets gebeurt met de resultaten. Om zeker te zijn dat er aandacht wordt besteed aan wat er uit ons onderzoek naar voor komt is het zeer belangrijk dat de werkgevers en werknemers voldoende geconfronteerd worden met het thema, het project en het onderzoek. Voor de aanbevelingen uit '5.2 Aandachtspunten' en '5.3 Opleiding' succes kunnen hebben moeten de betrokken partijen al warm gemaakt worden voor wat komen gaat.

Net zoals bij de ondersteuning van de enquête zouden wij kiezen voor vaktijdschriften, kranten en Internet voor die sensibilisatie. Zo kunnen er dus artikels, met uitleg over de resultaten, gepubliceerd worden in 'Ondernemers' en HR-Square. Diezelfde artikels kunnen ook in de K@mermail en de elektronische versie van 'HR-Square' geplaatst worden. Zo komen meer bedrijven in contact met het onderwerp en met de resultaten en groeit het besef dat er iets kan en moet veranderen.

Naast de vakliteratuur, die een heel groot deel van de bedrijfsleiders en HR-managers bereikt, is het ook noodzakelijk om de werknemers op de hoogte te stellen van het onderzoek, zodat ook zij erkennen dat er aan de huidige problematiek iets gedaan kan worden, en dat er gezocht wordt naar oplossingen. Vooral voor de vrouwelijke bedienden is het meer dan noodzakelijk om zelf ook de nodige stappen te ondernemen in verband met het verder doorstromen binnen een bedrijf. Daarom moeten de dagelijkse media zoals kranten en regionale televisie bespeeld worden om deze mensen te bereiken.

Kranten zoals De Standaard en De Morgen zijn hiervoor heel erg geschikt. Volgens de CIM-cijfers²⁰⁾ strookt het lezersprofiel min of meer met het profiel van de doelgroep van dit onderzoek.

²⁰⁾ Bron: http://www.scripta.be/Media/facts_figures/1/cim2004.pdf en <http://www.standaard.be/info/krant>

Voka kan zelf ook de kranten met een persbericht laten weten dat er een onderzoek is gebeurd over de doorstroommogelijkheden van vrouwelijke bedienden binnen Oost-Vlaamse KMO's. Op die manier kan de nieuwsgierigheid van de redactie van de kranten opgewekt worden en willen ze wellicht ook schrijven over dit zeer actueel en boeiend onderwerp.

De regionale televisie op haar beurt kan eveneens zorgen voor de nodige bekendheid van de topic en het onderzoek dat wij hiervoor gevoerd hebben. Kanaal 3, AVS, Kanaal Z zijn enkele zenders die vaak bekeken worden gedurende debatten en talkshows. Als Voka hierop kan inspelen, zullen de bedrijfsleiders en HR-managers, evenals de vrouwelijke bedienden, zich ervan bewust worden dat, zoals Voka meent, een goed evenwicht tussen mannen en vrouwen op de werkvloer, leidt tot betere bedrijfsresultaten. De problemen, die al uitvoerig werden besproken in dit rapport, kunnen blootgelegd worden en oplossingen voor die problemen kunnen aangereikt worden.

Gedurende de communicatie via de vakliteratuur, het Internet, kranten en televisie, moet Voka ook al de opleiding die op touw gezet wordt aan bod laten komen en duidelijk maken dat zij altijd klaarstaan om bedrijven en vrouwelijke bedienden te begeleiden. Zo weet iedereen waar ze terecht kunnen voor een verdere uitleg bij de oplossingen en krijgt al de communicatie ook direct gevolg naar opleiding en steun aangeboden door Voka.

Als iedereen via al deze verschillende kanalen geconfronteerd wordt met de problematiek, het onderzoek en de oplossingen, en als ze overtuigd zijn van de voordelen van genderneutraal ondernemen, dan kan het bedrijfsleven er in de toekomst helemaal anders uitzien. Het motto is dus, hoe meer de omgeving in contact komt met de knelpunten en de mogelijke oplossingen in de media, hoe groter de interesse zal worden voor lezingen, opleidingen en begeleiding vanuit Voka.

De interesse van de werkgevers voor genderneutraal ondernemen kan, behalve door de resultaten, ook opgewekt worden door het charter 'genderneutraal ondernemen' genoeg media-aandacht mee te geven. Hoe meer aandacht dit charter immers krijgt, hoe hoger de waarde ervan en hoe belangrijker bedrijven het zullen vinden in aanmerking te komen voor dit charter.

Het charter, en al zijn voordelen, moet dus naambekendheid krijgen bij de bedrijven. Ook hiervoor kan weer gekozen worden voor communicatie via dezelfde kanalen, vakbladen, kranten en Internet. De bedrijven komen met deze communicatiekanalen dagelijks in contact, waardoor ze overtuigd worden van de extra voordelen van genderneutraal ondernemen.

De communicatie rond het charter genderneutraal ondernemen zou Voka moeten blijven voeren tot de dag dat dit charter wordt uitgereikt. We kunnen niet zeggen in welke periode de communicatie opgedreven moet worden, want de bedrijven moeten de tijd krijgen om hun filosofie en manier van werken aan te passen. Na de uitreiking kan er verder publiciteit gemaakt worden met de bedrijven die het charter verkregen als voorbeeld voor de andere bedrijven. De resultaten die bij deze bedrijven geboekt worden, kunnen dan hopelijk als bewijs dienen dat genderneutraal ondernemen zijn effect heeft. Zo blijft de materie actueel en worden de bedrijven verder geconfronteerd met dit belangrijk onderwerp.

8.2 Aandachtspunten

In dit deel volgen enkele aandachtspunten die uit ons onderzoek gehaald werden. We geven telkens het knelpunt dat bloot gelegd werd nog eens mee en stellen meteen (een) mogelijke oplossing(en) voor. Zoals al gezegd zijn deze oplossingen die wij hier geven veel effectiever als de resultaten en het Genderneutraal ondernemen zelf al voldoende publiciteit hebben mee gekregen.

8.2.1 Rollenpatroon in het bedrijf

In '5.2.2 Rollenpatroon in het bedrijf' en bijlage 27 'Leeft het rollenpatroon in het bedrijf waar de respondent werkt', werd al vermeld dat de helft van de vrouwen nog steeds gelooft dat het rollenpatroon leeft in het bedrijf waar ze werken. Daarnaast antwoordden 30,3% dat de dienstmeidmentaliteit als bedrijfscultuur bij hen voorkomt.

Het is belangrijk dat de mentaliteit binnen het bedrijf verandert. Het management moet maatregelen treffen om het rollenpatroon tegen te gaan. Concreet houdt dit in dat er een werkrooster opgesteld kan worden voor huishoudelijke klusjes binnen het bedrijf, zoals de tafel afruimen en afwassen.

Dit rooster kan opgesteld worden in samenspraak met het personeel.

Enkele vrijwilligers kunnen ook de huishoudelijke taken op zich nemen. De bedrijven kunnen daar een beloning aan vastkoppelen, die ze uiteraard zelf kunnen kiezen.

Om het rollenpatroon binnen het bedrijf af te bouwen, moet er duidelijk gecommuniceerd worden dat mannen en vrouwen gelijk zijn op professioneel gebied. Die communicatie kan gebeuren in de vorm van een memo. Het rollenpatroon kan ook een gespreksonderwerp zijn op de personeelsvergadering.

Indien er een duidelijke discriminatie binnen het bedrijf is, dan is het raadzaam om sessies te organiseren om deze mentaliteit te veranderen.

Voka kan helpen met de mentaliteitsverandering door informatie ter beschikking te stellen over man/vrouw relaties op het werk en door lezingen te organiseren over het onderwerp.

8.2.2 Rollenpatroon in het gezin en de huishoudelijke taken

Ondanks het feit dat veel vrouwen vinden dat het traditionele rollenpatroon niet erg sterk meer aanwezig is in hun gezin blijkt dat zowat alle huishoudelijke taken nog altijd door de vrouw worden gedaan. Het spreekt voor zich dat die veelvuldigheid van taken doorstroming van de vrouw op de één of andere manier bemoeilijkt. Sommige vrouwen kiezen er bewust voor niet door te stromen omdat een hogere functie dikwijls meer werk met zich meebrengt. Andere willen wel doorstromen, maar worden beperkt in hun kansen door de hoeveelheid aan werk thuis. Daardoor kunnen ze bijvoorbeeld nooit gebruik maken van netwerking, terwijl dat toch duidelijk de kansen op doorstroming positief beïnvloedt.

Er zijn drie mogelijke oplossingen voor deze problemen. De eerste ligt bij de (eventuele) partner van de vrouw in kwestie. Wanneer deze zich bewust wordt van de hoeveelheid werk die een huishouden met zich meebrengt, en het kleine aandeel dat hij daarin meedraagt kunnen de taken ietwat beter verdeeld worden. Zo krijgt de vrouw misschien af en toe eens wat tijd om na het werk nog iets te gaan drinken met collega's of om wat meer aandacht aan haar werk te besteden. Het wegwerken van het traditionele rollenpatroon is echter een werk van decennia, en ondanks de media-aandacht voor fenomenen als 'de nieuwe man' geeft ons onderzoek toch aan dat er nog een heel lange weg te gaan is. Hierbij kan Voka helpen. Ze kunnen de mannen aansporen om mee een evenwicht te zoeken in het verdelen van de huishoudelijke taken.

De tweede mogelijkheid kan als tussenstap wel zijn nut meebrengen. Die bestaat erin de vrouwen te ontlasten van een aantal huishoudelijke taken, door deze aan te bieden op het bedrijf of door financieel tussenbeide te komen wanneer huishoudens betaalde hulp aannemen om de vrouw meer tijd voor haar werk te geven. Er zijn talrijke voorbeelden te vinden van dergelijke diensten en financiële tegemoetkomingen, maar we sommen er toch een paar op.

Typische vrouwenwerkjes als de was en strijk kunnen gemakkelijk door derden worden gedaan. Zo hoeft de vrouw daar geen tijd meer aan te spenderen waardoor er meer tijd vrij komt voor andere zaken.

Veel vrouwen met kinderen kiezen ervoor niet door te stromen. Wanneer bedrijven echter kinderopvang aanbieden zal de beslissing om door te stromen veel eenvoudiger worden. De combinatie arbeid - gezin wordt daardoor iets gemakkelijker.

Niet alleen het aanbieden van kinderopvang, ook het (deels) terug betalen van kinderopvang kan dit effect teweeg brengen. Kinderopvang is dikwijls duur en daarom offeren heel wat vrouwen bewust hun carrièremogelijkheden op om deze kosten te beperken. Daarnaast kan het bedrijf ook tussen komen bij andere betaalde hulp zoals een poetsvrouw of een tuinman.

Ook opleidingen en sessies door Voka naar bedrijven toe om hen te overtuigen dat ze vrouwelijke bedienden kunnen helpen met hun huishoudelijke taken kunnen de doorstroommogelijkheden van de vrouwen enkel ten goede komen. Door de voordelen ervan goed uiteen te doen kan Voka de bedrijven het nut van het aanbieden van extra diensten duidelijk maken.

Kan of wil het bedrijf niet helpen om de huishoudelijke taken voor de vrouw te verlichten, dan kan de vrouw tot slot nog een laatste hulp invoeren. De overheid heeft, om jobs te creëren, het begrip dienstencheque²¹⁾ geïntroduceerd. Het systeem van de dienstencheques werkt als volgt: per gepresteerd uur wordt er één dienstencheque ter waarde van 6,70 euro betaald. Na aftrek van forfaitaire belastingvermindering van 30% kost dit de aankoper slechts 4,69 euro.

Deze manier van werken is nog niet ingeburgerd bij de bevolking in het algemeen. Het kan dus heel interessant zijn om de dienstencheques te integreren en aan te duiden als mogelijke hulp als we spreken over de huishoudelijke taken binnen het gezin. Dit kan zeker gebeuren door Voka.

We zijn ervan overtuigd dat een ontlasting van de huishoudelijke taken ervoor kan zorgen dat vrouwen zich meer op hun carrière kunnen focussen, waardoor ze ook meer zullen doorstromen.

8.2.3 Glijdende werkuren

79,4 % van de vrouwen die geen glijdende werkuren hebben, zouden graag flexibele uren willen.

Het aanpassen van het uurrooster naar flexibele uren is een hele administratieve rompslomp. Toch is het iets waar over nagedacht moet worden.

Dit begrip wordt al in vele bedrijven toegepast. Toch kan Voka de bedrijven verder stimuleren om hen te overtuigen vrouwen nog meer vrijheid te geven in het opstellen van hun werkrooster. Dit is niet mogelijk in alle functies binnen het bedrijf, maar als Voka de administratieve rompslomp kan vereenvoudigen door bijvoorbeeld extra begeleiding, dan is de drempel misschien minder hoog voor de bedrijven om glijdende werkuren toe te passen binnen hun bedrijf.

²¹⁾ Bron: <http://meta.fgov.be/pc/pce/pced/nlced06.html>

8.2.4 Thuis werken

Hier kunnen we het advies van de glijdende werkuren doortrekken. De uren dat de vrouw niet op het bedrijf moet zijn, kan ze thuis invullen. Op die manier wordt een evenwichtige verhouding gecreëerd tussen het werken in het bedrijf en de sociale contacten die daarmee gepaard gaan, het van thuis uit werken en de gemakvoordelen die daarmee samen gaan.

Een kleine helft van de vrouwen wil volledig thuis werken. Indien het voor het bedrijf mogelijk is om de vrouw van thuis uit te laten werken zien wij geen reden waarom dit niet zou kunnen. Ondanks het feit dat steeds meer vrouwen van thuis uit werken, zijn er nog meer wensen dan mogelijkheden. Voka kan beter naar de bedrijven toe stappen om deze topic aan te kaarten. Ze kunnen de voordelen, zoals minder stress door verkeer en in een vertrouwde omgeving werken, naar voor schuiven om de bedrijven aan te sporen meer mogelijkheden aan te bieden tot van thuis uit werken. Dit hoeft trouwens de doorstroommogelijkheden van de vrouw niet in de weg te staan.

8.2.5 Netwerking

Uit het onderzoek is nog maar eens gebleken dat netwerking een belangrijke rol speelt bij het doorstromen. Vrouwen die vaak aan netwerking doen krijgen meer kansen op doorstroming en hebben ook meer de indruk in de nabije toekomst te kunnen doorstromen.

Toch zijn er heel weinig vrouwen die vaak gebruik maken van netwerking. De meeste van die vrouwen hebben ofwel geen tijd voor netwerking, ofwel geen behoefte aan netwerking.

Aangezien veel vrouwen duidelijk het grootste deel van de huishoudelijke taken voor hun rekening nemen, is het allicht moeilijk die vrouwen aan te zetten meer tijd vrij te maken voor netwerking. Een mogelijke oplossing hier kan bijvoorbeeld zijn dat werkgevers af en toe netwerking tijdens de werkuren organiseren. Enkele voorbeelden zijn een barbecue over tijdens de middagpauze of een ‘teambuildingdag’ eventueel door Voka aangeboden. Zo sluiten ze nog altijd niet uit dat mannen vaker aan netwerking zullen doen dan vrouwen, maar ze zorgen er wel voor dat die vrouwen af en toe de mogelijkheid tot netwerking krijgen.

Bij de vrouwen die aanhalen dat ze geen behoefte hebben aan netwerking zou die behoefte moeten gecreëerd worden. Dit is een taak die Voka uitstekend ligt. Voka bereikt met het maandblad ‘Ondernemers’ en met de K@mermail heel wat vrouwen. Wanneer het belang en het nut van netwerking daarin eens heel duidelijk aan bod komen kan dit bij bepaalde vrouwen ongetwijfeld zorgen voor een andere mening over netwerking. Bij het voorstellen van het onderzoek aan de pers is het ook zeer belangrijk dat het belang van netwerking duidelijk onderstreept wordt. Zo worden ook op grotere schaal vrouwen geïnformeerd over het nut van netwerking.

Verder is het ook belangrijk voor dat bij bovengenoemde publicaties ook duidelijk wordt gemaakt dat netwerking niet alleen nuttig is. Maar het kan ook heel leuk zijn om de collega's op een andere manier te leren kennen.

Al deze stappen kunnen er ongetwijfeld voor zorgen dat heel wat vrouwen vaker aan netwerking zullen doen en dus daardoor ook meer doorstroommogelijkheden voor zichzelf zullen creëren.

8.2.6 Rolmodellen

Het onderzoek leert ons dat een groot aantal vrouwen zich optrekken aan rolmodellen om zelf carrière te maken. Dikwijls zijn er echter geen vrouwen aan wie ze zich kunnen op trekken voor handen. Daarom raden wij Voka aan om aandacht te schenken aan vrouwen die opgeklommen zijn tot hoge functies.

Mogelijkheden hiervoor zijn een reeks artikelen in het maandblad 'Ondernemers', waarin dan elke maand een vrouw kan voorgesteld worden samen de weg naar de top die ze voor zichzelf getimmerd heeft.

Ook kan Voka lezingen en sessies van vrouwen voor vrouwen organiseren, waarin vrouwen die topfuncties bekleden hun seksegenoten met raad en daad kunnen bijstaan.

8.2.7 Mentoring

Bij mentoring is het probleem dat wij veronderstelden dat er wel heel wat kandidaten zijn om mentee te worden, maar dat de interesse voor het mentorschap allesbehalve is. Uit de resultaten blijkt echter het tegendeel. Er zijn behoorlijk veel vrouwen die interesse hebben om als mentor op te treden. Daarnaast zijn er zoals verwacht ook genoeg geïnteresseerden om als mentee door die mentors bijgestaan te worden.

Voka kan hierin een belangrijke rol spelen door het bij elkaar brengen van die geïnteresseerden. Door bijvoorbeeld informatiedagen rond mentoring te organiseren en daar genoeg reclame voor te maken kunnen heel wat kandidaten voor beide rollen bij elkaar gebracht worden, wat dan weer ongetwijfeld zal bijdragen tot heel wat nieuwe mentor-mentee-banden.

8.2.8 Eigenschappen

Hogere functies vereisen heel wat competenties. Meestal letten we dan op typisch mannelijke competenties als autoriteit, leidinggevendheid en gezag, ambitie, ...

Dit zijn echter niet de enige eigenschappen die belangrijk zijn om te slagen in deze functies. Er zijn ook typisch vrouwelijke competenties, zoals luisterbereidheid, aandacht voor communicatie en planmatig werken, die zeker even veel betekenen.

Deze krijgen echter, volgens Voka, nog steeds minder aandacht wanneer men iemand in overweging neemt voor leidinggevende of hogere functies.

Voka kan er met gerichte communicatie voor zorgen dat ook de vrouwelijkere eigenschappen de nodige aandacht krijgen bij het opstellen van vacatures en bij sollicitaties. Dit zal een dubbel effect teweegbrengen. Eerst en vooral zullen meer vrouwen op dergelijke vacatures reageren. Daarnaast zullen hun kansen op effectieve promotie ook vergroten wanneer bedrijfsleiders en personeelsverantwoordelijken het belang van die competenties inzien.

8.3 Opleiding

In september 2005 organiseert Voka vanuit Co-efficiënt een opleiding naar KMO-leidinggevendens. De opleiding omvat een tiental sessies. De deelnemende KMO's kunnen de onderwerpen zelf kiezen. Ook hier vermelden we nog eens dat voldoende communicatie rond zowel de resultaten als de opleiding alleen maar kunnen bijdragen tot meer interesse voor die opleiding en dus eigenlijk vereist zijn.

Hieronder volgen enkele voorstellen die een onderwerp voor de sessies kunnen vormen.

8.3.1 Rollenpatroon in het bedrijf

De sessie over dit onderwerp kan, zoals in punt '5.1.1.1 *Rollenpatroon in het bedrijf*' geschreven staat, gaan over man/vrouw relaties op het werk. Tips en praktische maatregelen om die relatie te verbeteren komen hier uitvoerig aan bod.

8.3.2 Rollenpatroon in het gezin en de huishoudelijke taken

De sessie die dit thema aankaart kan vooral gaan over de diensten die vrouwen verlangen en waar de bedrijven kunnen aan tegemoet komen. Hier kunnen tips gegeven worden hoe dit efficiënt en dus goedkoop kan aangepakt worden.

Daarnaast kunnen natuurlijk ook gastsprekers uit bedrijven die diensten aanbieden informatie over het hoe en het waarom komen geven aan hun collega-bedrijfsleiders.

8.3.3 Glijdende werkuren en thuis werken

Een sessie in verband met glijdende werkuren en thuiswerk kan de stappen omvatten die moeten genomen worden om de werkuren flexibeler te maken. Dit kan een heel praktische sessie worden met concrete maatregelen die de KMO dient te volgen om glijdende werkuren mogelijk te maken. Hetzelfde geldt voor het thuis werken.

Een bijkomende sessie kan gaan over het contact tussen de werknemer en het bedrijf. Het punt waarrond gewerkt moet worden is, hoe de relatie behouden of zelfs verbeterd kan worden? Het is belangrijk dat de werknemers die ervoor kiezen om minder uren op het bedrijf aanwezig te zijn, de band op een andere manier met het bedrijf blijven behouden. Zo hebben ze voeling met het reilen en zeilen in het bedrijf en kunnen ze het imago van het bedrijf blijven uitstralen.

8.3.4 Netwerking

Hier rond kunnen heel wat tips gegeven worden om netwerking interessant, boeiend en vooral voor iedereen toegankelijk te maken. De personeelsverantwoordelijken en bedrijfsleiders die naar deze sessie komen moeten zich bewust worden van het nut van netwerking alvorens dit te kunnen doorgeven aan de vrouwen in hun bedrijf. Daarnaast is het ook belangrijk dat ze gaan inzien dat heel wat vrouwen op dit vlak geen eerlijke kansen krijgen. Wanneer ook dit bereikt wordt is er ongetwijfeld een belangrijke stap gezet naar een vorm van netwerking die op de één of andere manier deels aan de vrouw wordt aangepast.

8.3.5 Mentoring

Ook hier kunnen tips worden uitgewisseld om eventueel binnen het bedrijf zelf mentoring op poten te zetten. Wanneer dit onmogelijk is kunnen banden worden gesmeed tussen bedrijven om zo eventueel mentors en mentee's bijeen te brengen.

Daarnaast kunnen hier vrouwen worden uitgenodigd die al als mentor of mentee zijn opgetreden om over hun ervaringen ermee te spreken en zo personeelsverantwoordelijken en bedrijfsleiders aan sporen de vrouwen bewust te maken van de mogelijkheden van mentoring.

8.3.6 Eigenschappen

Zoals al eerder aangehaald gaat de aandacht bij vacatures en sollicitaties voor topfuncties veel te veel uit naar de louter mannelijke eigenschappen. Het nut van de vrouwelijke competenties moet duidelijk gemaakt worden aan personeelsverantwoordelijken en bedrijfsleiders. Bij toekomstige personeelsrekrutering zullen ze dan ook rekening houden met deze vaardigheden.

Hiervoor kunnen mensen uitgenodigd worden die vrouwen hebben aangenomen voor topfuncties. Wie kan er immers beter vertellen hoe goed de vrouwen het aankunnen aan de top dan diegenen die er ervaring mee hebben.

8.4 Verder onderzoek

Niet alleen de vrouwen moeten gelijke kansen krijgen in een KMO, ook allochtonen of mensen die, op welke manier dan ook, anders zijn dan de 'doorsnee werknemer' moeten kansen kunnen krijgen. Een volgend onderzoek kan discriminatie op een ruimer niveau onderzoeken.

Daarnaast kan er ook een onderzoek gebeuren dat zich meer toespitst op de sociale achtergrond van de vrouwen. In de samenleving leeft bijvoorbeeld nog steeds de gedachte dat kinderen van rijke ouders meer kansen krijgen. Is deze gedachte nog actueel? Belemmert de sociale achtergrond de doorstroommogelijkheden van de jongeren, waaronder dus ook de vrouw? Dit kan een zeer interessante topic zijn voor verdere research.

30 % van de vrouwen wil niet (verder) doorstromen. De precieze reden hiervoor is niet bekend. Een uitgebreider onderzoek kan hier een vraag op geven.

Bronnen

Tijdschriften en brochures

- “De kloof tussen de seksen”, *Bizz*, 2005, januari
- “Slechts één baas op de zes is bazin”, *De Standaard*, 2002, maart
- “Vrouwen minder snel failliet”, *Kamerkrant voor ondernemend Nederland*, 2004, oktober
- ANNIS, B., “De boze wereld op het werk”, *Adam & Eva op het werk*, 2004, oktober, p. 1-2
- BERINGS, D., “Vrouwen aan de top, verzuchtingen en realiteit”, 1993
- BERINGS, D., “Zijn vrouwen betere managers dan mannen?”, *De Standaard*, 2004, januari
- BERINGS, D., “Zit het glazen plafond tussen de oren?”, *Over-Werk*, jaargang 13, 2003, nr. 1, p. 186-189.
- BERINGS, D., BLIECK, G., “Gender & Leiderschap”, studiedag HR-Square Ehsal, 2004, september
- BERINGS, D., BLIECK, G., “Mag het ook een vrouw zijn?”, *HR-Square*, 2004, juli
- BRUNLID, A., “Vrouwen zijn bezig aan inhaalbeweging”, *KMO*, 2003, december, nr. 226
- BRYSSSE, I., “Barsten in het glazen plafond”, *Human Resources Magazine*, 2004, maart
- BUYCK, K., “Hij blijft de baas”, *Trends*, 1993, december
- CAMPS, A., “Vrouwelijk ondernemerschap bevorderen in Halle-Vilvoorde”, 2004, juni
- D’YDEWALLE, N., “De volgende topman van Fortis wordt een vrouw”, *Bizz*, 2004
- DEMOOR, M., “Sophia”, 2004, december
- Informatiebrochure van Voka - Kamer van Koophandel Oost-Vlaanderen.
- Informatiebrochure in verband met ‘co-efficiënt’

- HANSSENS, F., “Vrouwenquota vind ik niet kunnen”, *HR-Square*, 2004, juli
- JELLEMA, J., “Sofia leert vrouwen zakendoen tussen pot en pint”, *Directie gelijke kansen*, 2001, april/mei/juni
- STRUYS, E., “Professionele carrière blijft hindernissenparcours voor vrouwen”, *Office Team Interim*, 2004, oktober
- TEUGELS, M., “Vrouwen aan de top”, 2004, december
- VAN BALBERGHE, L., “Jezelf kunnen zijn”, *Ondernemers*, 2004, oktober
- VEREecken, H., “Zakenvrouwen netwerken niet genoeg”, *Financieel Economische Tijd*, 2005, oktober
- VERMEYLEN, S., “De case van het vrouwelijk ondernemerschap”, *KMO Magazine*, 2000, oktober

Boeken

- COMFORT, J. en REVELL, R. en STOTT, C., *Professioneel rapporteren*, vijfde uitgave, Wolters-Noordhoff, Groningen, 1994
- HAAG, E. en DIRVEN, J., *Schrijven in stappen*, eerste uitgave, Uitgeverij Lemma, 1999
- OFFERMANS, P. en DE LAET, M., *Marktonderzoek*, vijfde uitgave, Standaard Uitgeverij, Antwerpen, 2001

Webpagina's

<http://www.esf.be> op 22/02/2005

<http://www.glazenplafondindex.nl> op 22/05/2005

<http://www.kvkov.voka.be> op 21/02/2005

<http://www.lbc-nvk.be/kadervademecum/participatie/gelijkekansen.html> op 22/02/2005

http://www.luc.ac.be/sein/PDF/gelijkekansen/rapporten/ig-ns_deuce_2002.pdf op 22/02/2005

http://www.officeteam.be/Press_Corner/Press_Releases/Ot/BE/2004/Vrouwenwerk_nl.pdf op 22/02/2005

<http://www.ondernemendeschool.be/viewobj.jsp?article=27159> op 22/05/2005

http://www.soc.kuleuven.ac.be/io/pubpdf/IO06050096_glazen.pdf op 23/05/2005

<http://www.unizo.be> op 5/04/2005

http://www.vent.nl/aanbod/producten/pd21_meta1.html op 7/03/2005

<http://www.vkw.be> op 5/04/2005

http://www.vlaanderen.be/NASApp/cs/ContentServer?pagename=MG_AEO_AC/Page/ShowPage&id=1067431187706&divIK=&loggedIn=no#12 op 1/03/2005

<http://www.zbc.nu/main.asp?ChapterID=1670> op 22/02/2005

Personen en instanties

- BLOCKEEL, Caroline, onze projectbegeleidster in Voka - Kamer van Koophandel Oost-Vlaanderen gedurende de volledige stage.
- VAN ROYEN, Danny, regiodirecteur Gent-Eeklo
- Insites gebeld op 7 maart 2005
(Coupure Links 59, 9000 Gent; ☎ 09/269 15 00)
- CheckMarket BVBA gebeld op 7 maart 2005
(Oude Dijk 14, 2300 Turnhout; ☎ .014/70 07 03)

Lijst van de grafieken

Grafiek 1	In welke regio ligt het bedrijf waar de respondent werkt?	40
Grafiek 2	In welke sector is de respondent actief?	41
Grafiek 3	Hoeveel werknemers telt het bedrijf waar de respondent werkt?	42
Grafiek 4	Wat is de leeftijd van de respondent?	43
Grafiek 5	Wat is de gezinssamenstelling van de respondent?	44
Grafiek 6	Hoeveel kinderen heeft de respondent?	45
Grafiek 7	Wat is de leeftijd van de inwonende kinderen van de respondent?	46
Grafiek 8	Wat is de leeftijd van het jongste kind van de respondent?.....	47
Grafiek 9	Wat is het opleidingsniveau van de respondent?	48
Grafiek 10	Hoe lang werkt de respondent al in haar huidige bedrijf?	49
Grafiek 11	Heeft de respondent al kans op doorstroming gehad?	51
Grafiek 12	Op welke vorm van doorstroming heeft de respondent al kans gehad?.....	52
Grafiek 13	Is de respondent al doorgestroomd?	53
Grafiek 14	Wil de respondent nog verder doorstromen?	54
Grafiek 15	Heeft de respondent de indruk doorstrommogelijkheden te hebben in de nabije toekomst (binnen 3 jaar)?	55
Grafiek 16	Welke bedrijfscultuur ervaart de respondent binnen het bedrijf waar ze werkt?.....	56
Grafiek 17	Leeft het rollenpatroon in het bedrijf waar de respondent werkt?	57
Grafiek 18	Staat het rollenpatroon in het bedrijf waar de respondent werkt eventuele doorstroming in de weg?.....	58
Grafiek 19	Leeft het rollenpatroon in het gezin van de respondent?.....	59
Grafiek 20	Staat het rollenpatroon in het gezin eventuele doorstroming in de weg?.....	60
Grafiek 21	Heeft de gezinssamenstelling invloed op eventuele doorstroming?	61
Grafiek 22	Welke taken neemt de respondent op zich in het huishouden?	62
Grafiek 23	Biedt het bedrijf waar de respondent werkt materiële ondersteuning aan?	64
Grafiek 24	Welke materiële ondersteuning wordt er aangeboden en gebruikt in het bedrijf?	65
Grafiek 25	Welke materiële ondersteuning wenst de respondent graag te krijgen van het bedrijf?.....	66
Grafiek 26	Laat de job van de respondent glijdende werkuren toe?	68
Grafiek 27	Denkt de respondent glijdende werkuren te kunnen krijgen?.....	69

Grafiek 28	Wil de respondent eventueel gebruik maken van glijdende werkuren?.....	70
Grafiek 29	Laat de inhoud van de job van de respondent toe om deeltijds te werken?	71
Grafiek 30	Denkt de respondent deeltijds te mogen werken?	72
Grafiek 31	Wil de respondent deeltijds werken?.....	73
Grafiek 32	Waarom wil de respondent niet deeltijds werken?	74
Grafiek 33	Laat de job van de respondent het toe van thuis uit te werken?.....	75
Grafiek 34	Denkt de respondent van thuis uit te mogen werken?.....	76
Grafiek 35	Wil de respondent eventueel gebruik maken van de mogelijkheid om van thuis uit werken?	77
Grafiek 36	Waarom wil de respondent niet van thuis uit werken?	78
Grafiek 37	Maakt de respondent gebruik van netwerking?	79
Grafiek 38	Waarom maakt de respondent geen gebruik van netwerking?	80
Grafiek 39	Hoe belangrijk vindt de respondent netwerking?	81
Grafiek 40	Heeft de respondent een rolmodel (nodig) om zich aan op te trekken?	82
Grafiek 41	Heeft de respondent een rolmodel nodig om zich aan op te trekken?.....	83
Grafiek 42	Heeft de mogelijkheid tot mentoring zich al voorgedaan voor de respondent?.....	84
Grafiek 43	Hoe is de respondent in contact gekomen met mentoring?	85
Grafiek 44	Heeft de respondent interesse voor mentoring?.....	86
Grafiek 45:	Denkt de respondent dat het uiterlijk een rol speelt bij eventuele doorstroming? Kent de respondent situaties waar het uiterlijk een rol gespeeld heeft bij doorstroming?	87

Lijst van de tabellen

Tabel 1: Welke taken neemt de respondent op zich in het huishouden?	62
Tabel 2: Welke materiële ondersteuning wenst de respondent graag te krijgen van het bedrijf?	67
Tabel 3: In welke mate bezit de respondent bepaalde eigenschappen? Hoe belangrijk vindt de respondent bepaalde eigenschappen met het oog op doorstroming?.....	88
Tabel 4: Overzicht van de verbanden	92
Tabel 5: Kruistabel 1	93
Tabel 6: Kruistabel 2	94
Tabel 7: Kruistabel 3	95
Tabel 8: Kruistabel 4	96
Tabel 9: Kruistabel 5	97
Tabel 10: Kruistabel 6	98
Tabel 11: Kruistabel 7	99
Tabel 12: Kruistabel 8	99
Tabel 13: Kruistabel 9	100
Tabel 14: Kruistabel 10	100
Tabel 15: Kruistabel 11	101
Tabel 16: Kruistabel 12	102
Tabel 17: Kruistabel 13	103
Tabel 18: Kruistabel 14	103
Tabel 19: Kruistabel 15	104
Tabel 20: Kruistabel 16	105
Tabel 21: Kruistabel 17	105
Tabel 22: Kruistabel 18	106
Tabel 23: Kruistabel 19	107
Tabel 24: Kruistabel 20	108
Tabel 25: Kruistabel 21	109
Tabel 26: Kruistabel 22	110
Tabel 27: Kruistabel 23	110
Tabel 28: Kruistabel 24	111
Tabel 29: Kruistabel 25	112
Tabel 30: Kruistabel 26	113
Tabel 31: Kruistabel 27	113
Tabel 32: Kruistabel 28	114
Tabel 33: Kruistabel 29	115
Tabel 34: Kruistabel 30	116
Tabel 35: Kruistabel 31	116
Tabel 36: Kruistabel 32	117
Tabel 37: Kruistabel 33	117