



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ  
Εθνικών και Καποδιστριακών  
Πανεπιστήμιων Αθηνών  
— ΙΔΡΥΘΕΝ ΤΟ 1837 —  
ΤΜΗΜΑ ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΑΣ

## ΤΟ ΤΑΞΙΔΙ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ: Η ΔΙΝΗ ΤΩΝ ΠΟΛΛΑΠΛΩΝ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ ΚΑΙ ΕΡΓΑΣΙΩΝ



Kamberidou, Irene (2020) "Distinguished" women entrepreneurs in the digital economy and the Multitasking Whirlpool. *Journal of Innovation and Entrepreneurship* 9:1, 3. Springer Open, pp. 1-26. SPRINGER NATURE <https://doi.org/10.1186/s13731-020-0114-y> Link: <https://rdcu.be/b4sWF> or <https://rdcu.be/cMhbM>

Ειρήνη Καμπερίδου, Καθηγήτρια

Τμήμα Κοινωνιολογίας, Σχολή Οικονομικών και Πολιτικών Επιστημών  
Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών

2025

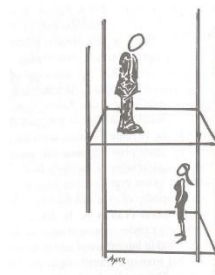
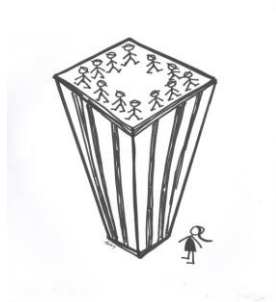
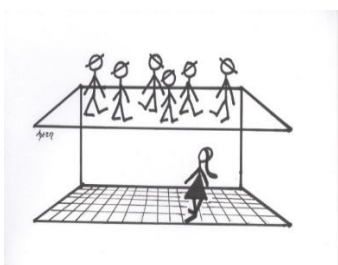
1

© Καμπερίδου, Ειρήνη (2025). Το ταξίδι της γυναικείας επιχειρηματικότητας: Η δίνη των πολλαπλών υποχρεώσεων και εργασιών. Πέργαμος-Σύνολο Ερευνητικών Δεδομένων-Ερευνητικής Εργασίας, eBook, σελ. 1-61, Τμήμα Κοινωνιολογίας, Σχολή Οικονομικών και Πολιτικών Επιστημών, ΕΚΠΑ. Μόνιμη διεύθυνση στην Πέργαμο (Pergamos): <https://pergamos.lib.uoa.gr/uoa/dl/object/3473731>



## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ<sup>1</sup>

Περίληψη .....	4
1. Εισαγωγή και ιστορικό πλαίσιο: Η γυναικεία επιχειρηματικότητα δεν αποτελεί κάτι καινούργιο - από τον 17 <sup>ο</sup> αιώνα εντοπίζονται αναφορές .....	5-15
2. Ανασκόπηση βιβλιογραφίας: Το έμφυλο χάσμα στην επιχειρηματικότητα (1974-2024) .....	15-27
3. Η δίνη των πολλαπλών υποχρεώσεων και η έμφυλη κόπωση .....	27-37
3.1. Το γονεϊκό μισθολογικό χάσμα: η τιμωρία μητρότητας .....	37-38
4. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός και η γυναικεία ψηφιακή επιχειρηματικότητα .....	38-44
4.1 Το έμφυλο χάσμα στην ηγεσία .....	44-50
Συμπερασματικές παρατηρήσεις και προτάσεις .....	50-55
Βιβλιογραφία.....	56-61



<sup>1</sup> Έργα/σκέτσα της ζωγράφου Αρετής Καμπερίδου



© "Digital women share – digital women entrepreneurs" by Areti Kamperidis (έργο της Αρετής Καμπερίδου)<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Ιδιωτική συλλογή της Nancy Pascall, υπήρξε ανώτατο διοικητικό στέλεχος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (Ε.Ε./Principal Administrator Policy Coordinator, European Commission, η οποία ξεκίνησε πολιτικές ισότητας φύλων στην Ε.Ε., στοχεύοντας κυρίως στην ενσωμάτωση της γυναίκας στην Τεχνολογία (Women and Technology).



## ΤΟ ΤΑΞΙΔΙ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ: Η ΔΙΝΗ ΤΩΝ ΠΟΛΛΑΠΛΩΝ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ ΚΑΙ ΕΡΓΑΣΙΩΝ

Ειρήνη Καμπερίδου, Καθηγήτρια

Τμήμα Κοινωνιολογίας, Σχολή Οικονομικών και Πολιτικών Επιστημών  
Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών (ΕΚΠΑ)

### Περίληψη

**Έχει φύλο η επιχειρηματικότητα;** Συνεχίζεται η έμφυλη κόπωση στον εργασιακό χώρο; Πώς διαχειρίζονται και τροποποιούν τα αναχρονιστικά στερεότυπα στον τομέα της επιχειρηματικότητας οι γυναίκες του 21ου αιώνα; Τι είδους γνώσεις και δεξιότητες απαιτούνται στον ψηφιακό κόσμο σήμερα για επαγγελματική εξέλιξη και επιτυχία στο *επιχειρείν*; Ερευνητικά δεδομένα με θέμα τη γυναίκα, το φύλο, την επιχειρηματικότητα και την ηγεσία (1974–2024) επιβεβαιώνουν ότι δεν έχουν αλλάξει πολλά. Παρά την πρόοδο που έχει σημειωθεί στην αναγνώριση των καινοτομιών και συνεισφορών των γυναικών στον τομέα της επιχειρηματικότητας, οι γυναίκες επιχειρηματίες υποεκπροσωπούνται παγκοσμίως. Οι γυναίκες οροφές δεν έχουν θρυσματιστεί ακόμα. Ερευνητικά στοιχεία του 21ου αιώνα –όπως και εκείνα του 20ού– εντοπίζουν ότι το έμφυλο χάσμα στην επιχειρηματικότητα προκύπτει εξαιτίας των έμφυλων διακρίσεων/στερεότυπων, της έλλειψης δεξιοτήτων μάρκετινγκ, διαθεσιμότητας οικονομικών πόρων και υπηρεσιών υποστήριξης, συμπεριλαμβανομένης της κακής πρόσβασης σε επιχειρηματικά δίκτυα, ακόμα και στο αναπτυσσόμενο-νέο ψηφιακό τοπίο. Τα ίδια ερωτήματα διερευνώνται σήμερα, καθώς οι έμφυλες διακρίσεις— που τώρα συμπεριλαμβάνουν και το ψηφιακό χάσμα—εξακολουθούν να υπάρχουν. Επιπροσθέτως, μολονότι οι ανεπτυγμένες και αναπτυσσόμενες χώρες αναγνωρίζουν ότι οι επιχειρηματικές δραστηριότητες των γυναικών συμβάλλουν στην κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη και βιωσιμότητα, «η δίνη των πολλαπλών υποχρεώσεων/εργασιών» (multitasking whirlpool) εξακολουθεί να οδηγεί στην έμφυλη κόπωση, υποδεικνύοντας ότι έχουμε ακόμη πολύ δρόμο να διανύσουμε, ειδικά στις αναπτυσσόμενες οικονομίες. Αυτή η μελέτη επιδιώκει να απαντήσει στο ακόλουθο ερευνητικό ερώτημα: Μεταβάλλονται οι αντιλήψεις για την επαγγελματική επιτυχία τον 21ο αιώνα; Ο στόχος είναι να αναδειχθεί το είδος των γνώσεων και δεξιοτήτων που απαιτούνται στο ψηφιακό τοπίο και να εντοπισθούν τα χαρακτηριστικά μιας επιτυχημένης επιχειρηματία. **Μελλοντικές κατευθύνσεις:** να ρίξουμε λίγο φως σε γυναίκες-πρότυπα που διαπρέπουν στον κόσμο των startups (νεοφυείς επιχειρήσεις), στη γαλάζια οικονομία και στην αργυρή οικονομία.

**Λέξεις κλειδιά:** φύλο, γυναίκα, επιχειρηματικότητα, έμφυλη κόπωση, multitasking whirlpool, έμφυλη ουδετερότητα, καμπύλη ηλιθιότητας, ψηφιακό χάσμα, ορατότητα



## 1. Εισαγωγή και ιστορικό πλαίσιο: Η γυναικεία επιχειρηματικότητα δεν αποτελεί κάτι καινούργιο - από τον 17<sup>ο</sup> αιώνα εντοπίζονται αναφορές<sup>3</sup>

Η διάσταση του φύλου στην επιχειρηματικότητα αναδύεται σε επιστημονικά περιοδικά και ακαδημαϊκά άρθρα από τα μέσα της δεκαετίας του 1970. Το 1972, για παράδειγμα, οι γυναίκες κατείχαν το 4% όλων των αμερικανικών επιχειρήσεων, και μέχρι το 1991, το ποσοστό αυτό έφτασε στο 38%. Αυτό δεν αποτελεί ένα ασήμαντο επίτευγμα. Αυτές οι επιχειρήσεις απασχολούσαν 27 εκατομμύρια εργαζόμενους/ες και κατέγραψαν 4 τρισεκατομμύρια δολάρια σε πωλήσεις (Linard 2002).

Είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι, πριν την παρουσίαση του θέματος της γυναικείας επιχειρηματικότητας σε επιστημονικά και ακαδημαϊκά περιοδικά, ήδη από τον 17<sup>ο</sup> αιώνα εντοπίζουμε αναφορές για τις πετυχημένες εμπορικές-επιχειρηματικές δραστηριότητες των γυναικών.

Παράδειγμα αποτελεί η Ολλανδή Margaret Hardenbrook (1637-1691) που ασχολήθηκε με το εμπόριο και υπήρξε πλοιοκτήτρια στην αποικία-επαρχία της Νέας Υόρκης (colonial province of New York). Τη δεκαετία του 1650, η Margaret Hardenbrook εργαζόταν στη Νέα Ολλανδία (Νέα Υόρκη)<sup>4</sup> ως εισπράκτορας οφειλών/χρεών για τον ξάδελφό της Wolter Valck. Συνεργαζόταν και με Ολλανδούς εμπόρους ανταλλάσσοντας για γούνες διάφορα προϊόντα όπως ξύδι, καρφίτσες, και μαγειρικά έλαια. Η Hardenbrook δεν αποτελούσε εξαίρεση, δεν ήταν η μοναδική γυναίκα έμπορος και επιχειρηματίας της Νέας Ολλανδίας (αποικία που κατείχε τον 17ο αιώνα η Ολλανδική Δημοκρατία σε εδάφη της σημερινής ανατολικής ακτής των Ηνωμένων Πολιτειών). Πολλές

---

<sup>3</sup> Ιδιαίτερες ευχαριστίες στην εκπαιδευτικό και μεταπτυχιακή μας φοιτήτρια κ. Αλεξάνδρα Σπέγγα για τη γλωσσική επιμέλεια.

<sup>4</sup> Οι Άγγλοι κέρδισαν την κυριαρχία της περιοχής το 1664—οι Ολλανδοί παραδόθηκαν— και την ονόμασαν Επαρχία της Νέας Υόρκης.



γυναίκες, την εποχή εκείνη, ασχολούνταν ενεργά με το εμπόριο, σύμφωνα με το αγγλικό δίκαιο (Todt & Shattuk 2012).

Το 1659, η Hardenbrook παντρεύτηκε τον εύπορο έμπορο και κτηματία Pieter Rudolphus, ο οποίος απεβίωσε δύο χρόνια αργότερα. Κληρονόμησε την επιχείρησή του και τα κτήματά του, προσθέτοντάς τα στις δικές της ακμάζουσες επιχειρήσεις. Οι επιχειρηματικές της δραστηριότητες αναπτύχθηκαν περισσότερο με το δεύτερό της γάμο, το 1662, με τον εύπορο έμπορο και κτηματία Lord Frederick Philipse, περιλαμβάνοντας τώρα και το εμπόριο σκλάβων, μαζί με το εμπόριο κρασιού, καπνού, ρουμιού, και παστού βόειου κρέατος. Οι εμπειρίες και η σταδιοδρομία της Hardenbrook είναι αντιπροσωπευτικές του πολιτισμικού και νομικού πλαισίου των Ολλανδών που επέτρεπε και ενθάρρυνε τις γυναίκες να συμμετέχουν στο εμπόριο: στο τοπικό, δια-αποικιακό και διατλαντικό εμπόριο. Στην Ολλανδική Δημοκρατία η ενασχόληση των γυναικών με το εμπόριο και τις επιχειρηματικές αποστολές υπήρξαν αποδεκτές δραστηριότητες για όλες τις γυναίκες: παντρεμένες, χήρες και ανύπαντρες. Μαζί με ό,τι άλλο έφεραν μαζί τους οι Ολλανδοί στη Νέα Ολλανδία (Νέα Υόρκη), καθιέρωσαν και το ολλανδικό νομικό σύστημα και την ολλανδική κουλτούρα που συμπεριλάμβανε την αποδοχή της γυναικείας δραστηριότητας στο εμπόριο και τις επιχειρήσεις (Todt & Shattuk 2012).

Οι γυναίκες ήταν δραστήριες στο *επιχειρείν* και εργάζονταν συχνά μόνες και ανεξάρτητες, καθώς και στη θέση των συζύγων τους. Τα συμβολαιογραφικά αρχεία μαρτυρούν την ενεργό συμμετοχή των γυναικών στην οικονομία της αποικίας καθώς και στην οικιακή οικονομία: την οικονομική διαχείριση της οικογένειας ή τις επιχειρηματικές συναλλαγές και υποθέσεις που σχετίζονταν με το γάμο τους. Καταγράφονται επίσης, τακτικές εμφανίσεις των γυναικών στα δικαστήρια. Η πετυχημένη επιχειρηματικότητα και η πετυχημένη εμπορική δραστηριότητα ξεπερνούσε και γεφύρωνε τα ζητήματα φύλου καθώς οι άνδρες της Νέας Αγγλίας και του Chesapeake συναλλάσσονταν με γυναίκες από τη Νέα Ολλανδία, και όχι μόνο. Η γυναικεία



επιχειρηματική δραστηριότητα δεν είχε σύνορα: πραγματοποιούνταν καταρχάς στη Νέα Ολλανδία (σημερινή Νέα Υόρκη) μεταξύ των αποικιών, καθώς και στο εξωτερικό/διεθνώς (Todt & Shattuk 2012).

Στα μέσα του 18<sup>ου</sup> αιώνα, ειδικά στις δυτικές κοινωνίες, οι γυναίκες κατείχαν επιχειρήσεις όπως καταστήματα λιανικής πώλησης, ταβέρνες, οίκους ανοχής και μπουραρίες (alehouses), ωστόσο αυτές οι γυναίκες-επιχειρηματίες στιγματίζονταν κοινωνικά. Σε αυτό το σημείο είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι, όχι μόνο στις δυτικές κοινωνίες, αλλά και στην Ινδία, την Αίγυπτο και τη Μικρά Ασία, οι γυναίκες διαχειρίζονταν καταστήματα λιανικής πώλησης, καταλύματα και μικρές επιχειρήσεις χειροτεχνίας, μεταξύ άλλων. Λόγου χάρη, επιτόπιες μαρτυρίες δυτικών περιηγητριών του 18<sup>ου</sup> και 19<sup>ου</sup> αιώνα αναφέρουν τις οικονομικές δραστηριότητες των Ελληνίδων και των Αρμενισσών εμπορισσών στην Κωνσταντινούπολη, τη Σμύρνη και διάφορες περιοχές της οθωμανικής επικράτειας: πχ. τις εμπορικές συναλλαγές στο Σαράι και στο Μεγάλο Χαρέμι του σουλτάνου, το *Σουλτανάτο των Γυναικών*, και σε διάφορα χαρέμια της Οθωμανικής ελίτ όπου πουλούσαν τα προϊόντα τους και παρείχαν και διάφορες άλλες υπηρεσίες. Επίσης, χάρη στη γυναικεία πληροφόρηση του 19<sup>ου</sup> αιώνα, μαθαίνουμε για τη συμμετοχή των ελεύθερων μουσουλμάνων γυναικών (πρώην εξισλαμισμένες σκλάβες) στο δουλεμπόριο, δηλαδή στην αγορά και στην εκπαίδευση των μικρών κοριτσιών και βρεφών των μη-μουσουλμάνων, και στην επαναπώλησή τους με στόχο το κέρδος και την πολιτική δύναμη. Απελευθερωμένες εξισλαμισμένες σκλάβες που είχαν «εξελιχθεί», εκμεταλλεύθηκαν το θεσμό της δουλείας για να ασχοληθούν με την επιχείρηση αγοράς-εκπαίδευσης-πώλησης θηλυκών δούλων. Αγόραζαν μωρά ή μικρά κορίτσια, τα οποία εκπαίδευαν να γίνουν «καλές» σύζυγοι ή στην παροχή ψυχαγωγίας, και στη συνέχεια τις πουλούσαν σε άλλα χαρέμια ή τις χάριζαν ως δώρα για να διευρύνουν το γυναικείο δίκτυό τους. Ακολουθώντας, διατηρούσαν επαφές με τις εκπαιδευμένες πρώην σκλάβες τους, δημιουργώντας με αυτό τον τρόπο ένα *γυναικείο δίκτυο πελατειακών σχέσεων* ή ένα είδος



κατασκοπείας. Αυτές οι γυναίκες-επιχειρηματίες, σε πολλές περιπτώσεις, αγοράζουν μικρά κοριτσάκια με αποκλειστικό σκοπό να τις εκπαιδεύσουν στην παροχή ψυχαγωγίας (μουσική, χορό, τραγούδι κ.ά) για να τις δωρίσουν στο σουλτάνο, εξασφαλίζοντας έτσι πρόσβαση στο Σαράι και επιτυγχάνοντας ταυτόχρονα την δημιουργία ενός γυναικείου δικτύου επιρροής. Η διακίνηση δούλων, σε μεγάλο βαθμό εκτελείτο από γυναίκες της υψηλής Οθωμανικής κοινωνίας, τα κέρδη των οποίων ήταν τεράστια, ιδιαίτερα όταν η επιχείρησή τους διεξαγόταν σε μεγάλη κλίμακα.<sup>5</sup>

Επιστρέφοντας στις δυτικές κοινωνίες, από τα μέσα του 18<sup>ου</sup> αιώνα, όπως ήδη αναφέρθηκε, οι γυναίκες κατείχαν διάφορες επιχειρήσεις, όπως καταστήματα λιανικής πώλησης, ταβέρνες, οίκους ανοχής και μπυραρίες. Κατά τη διάρκεια του 19<sup>ου</sup> αιώνα, όλο και περισσότερες γυναίκες γίνονται ορατές στον επιχειρηματικό κόσμο, όπως η Rebecca Lukens, η πρώτη γυναίκα βιομήχανος της Αμερικής, η οποία το 1825 ανέλαβε την οικογενειακή επιχείρηση Brandywine Iron Works & Nail Factory (εργοστάσιο σιδήρου και παρασκευής μετάλλων-καρφιών), το οποίο μετέτρεψε σε κερδοφόρα χαλυβουργική επιχείρηση (Much 2018).

Η Rebecca Lukens έγινε η πρώτη γυναίκα βιομήχανος της Αμερικής, όταν ανέλαβε τον έλεγχο των οικογενειακών σιδηρουργείων, μετά τον ξαφνικό θάνατο του συζύγου, του πατέρα και του γιου της. Παρά τη σθεναρή αντίθεση της μητέρας της, κατάφερε όχι μόνο να μετατρέψει το

---

<sup>5</sup> Αναλυτικά βλέπε:

-Καμπερίδου, Ε. (2012). *Επιτέλους αναπνέω ελεύθερη! Γυναίκες Μαρτυρίες - Γυναίκες θαμμένες ζωντανές στον θεσμό της διαφθοράς και της ίντριγκας*. Εκδόσεις ΤΕΛΕΘΡΙΟΝ, Εκδοτικός Όμιλος ΙΩΝ.

-Καμπερίδου, Ε. (2002). Η ταύτιση των περιηγητριών με το "Άλλο". *ΜΑΚΕΔΟΝΟΝ, Περιοδική Επιστημονική Έκδοση της Παιδαγωγικής Σχολής Φλώρινας του Α.Π.Θ.*, (10), 149-160.

-Kamberidou, I. (2016). Interacting, sharing and bonding: 'notes of personal experience' by nineteenth-century women travellers. *Gender, Place and Culture - A Journal of Feminist Geography*, 23(17), 381-397. Routledge.

-Καμπερίδου, Ε. (2002). Η θέση της γυναίκας στο Οθωμανικό χαρέμι κατά την επιτόπια παρατήρηση ξένων περιηγητριών του 18ου και του 19ου αιώνα. Η πραγματική καθημερινή ζωή στο χαρέμι και η θέση της έγκλειστης γυναίκας στο Ισλάμ ή η πολυεθνική δουλεία του Οθωμανικού χαρεμιού, Διδακτορική Διατριβή (2 τόμοι), Πάντειο Πανεπιστήμιο, Τμήμα Κοινωνιολογίας, Αθήνα.





εργοστάσιο Brandywine Iron Works & Nail Factory σε μια τεράστια εταιρεία (corporation), αλλά να κερδίσει—μετά από μάχη δεκαετιών με τα μέλη της οικογένειας— την πλήρη ιδιοκτησία και τον απόλυτο έλεγχο. Έτσι, αν και η επιχείρηση ιδρύθηκε από τον πατέρα και το σύζυγό της, υπό την ηγεσία της απογειώθηκε. Ξεπλήρωσε τα χρέη της επιχείρησης, επέκτεινε τις εγκαταστάσεις παραγωγής, ξεπέρασε οικονομικές κρίσεις και κατέκτησε την αγορά για πλάκες λεβήτων, πουλώντας τα προϊόντα της στις αναδυόμενες επιχειρήσεις ατμόπλοιων και σιδηροδρόμων την εποχή της βιομηχανικής επανάστασης (McGee 2023).

Εξαιρετικό παράδειγμα της γυναικείας επιχειρηματικότητας αποτελεί και η Lydia Estes Pinkham. Στα μέσα του 19ου αιώνα, όταν οι γυναίκες υπέφεραν από πόνους στην εμμηνορροία ή από συμπτώματα εμμηνόπαυσης, οι ιατροί της εποχής (που ήταν άνδρες), συνήθως απέρριπταν τις γυναικολογικές ενοχλήσεις ως ασήμαντες ή ως ιάσιμες μόνο με χειρουργική επέμβαση. Οπότε, η Lydia Estes Pinkham αποφάσισε να ασχοληθεί με τα βότανα, μελετώντας παραδόσεις αιώνων και τις συνταγές θεραπευτριών. Αρχικά η Pinkham δοκίμαζε η ίδια τις συνταγές της για διάφορες παθήσεις και τις μοιραζόταν με το φιλικό της περιβάλλον και τους γείτονες. Όταν όμως, το 1873, η οικονομική κρίση κατέστρεψε τον σύζυγό της, η Pinkham αποφάσισε να μετατρέψει το μικρό της εργαστήριο σε μια πιο κερδοφόρα επιχείρηση. Καταρχάς, μετέφερε το εργαστήριό της από την εστία της κουζίνας στο υπόγειο/κελάρι του σπιτιού της, και σταδιακά έκτισε μια επιχείρηση που έδινε στις γυναίκες μια άλλη επιλογή. Η Pinkham δημιούργησε μια καινοτόμα και κερδοφόρα επιχείρηση. Έγινε, κυριολεκτικά, το πρόσωπο του προϊόντος της «Vegetable Compound της Lydia Pinkham για τη θεραπεία της εμμηνορροϊκής δυσφορίας», με τη φωτογραφία της και το όνομά της να εμφανίζονται σε διαφήμιση εφημερίδας (McGee 2023).

Από τις αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα, με την άνοδο του φεμινιστικού κινήματος, η γυναικεία επιχειρηματική δραστηριότητα αρχίζει να αναγνωρίζεται και να αποκτά μεγαλύτερη επιρροή και



ορατότητα. Αρχικά, οι γυναίκες επιχειρηματίες παρείχαν υπηρεσίες ή/και προϊόντα κυρίως σε γυναίκες καταναλώτριες και πελάτισσες, όπως η Αφροαμερικανίδα, γνωστή ως Madame C. J. Walker η οποία, το 1910, δημιούργησε μια επαναστατική φόρμουλα περιποίησης μαλλιών για μαύρες γυναίκες το οποίο ονομάστηκε "Walker's Wonderful Hair Grower" που έλυσε το πρόβλημα της τριχόπτωσης. Στη συνέχεια, προωθούσε καινοτόμα προϊόντα σε μία νέα αγορά,<sup>6</sup> συγκεκριμένα προϊόντα περιποίησης μαλλιών για Αφροαμερικανίδες. Κόρη πρώην σκλάβων, η Sarah Breedlove—γνωστή ως Madam C. J. Walker—έγινε η πρώτη Αφροαμερικανίδα εκατομμυριούχος (Bundles 2001).

Η Walker έχασε τους γονείς της σε ηλικία 7 ετών, παντρεύτηκε σε ηλικία 14 ετών και έμεινε χήρα στα 20. Μεγάλωσε σε βαθιά φτώχεια και πέρασε τα πρώτα χρόνια της ζωής της μαζεύοντας βαμβάκι και δουλεύοντας ως πλύστρα, μεταξύ άλλων. Η φιλοδοξία της ήταν τόσο μεγάλη που κατάφερε, στην ρατσιστική Αμερική της εποχής, να ανοίξει γραφείο στο Pittsburgh, εργοστάσιο στο Indianapolis, και κομμωτήριο στην πόλη της Νέα Υόρκης. Δημιούργησε ένα εργατικό δυναμικό με 2000 κυρίως μαύρες γυναίκες, οι οποίες εκπαιδεύτηκαν στην κομμωτική και στις τεχνικές-στρατηγικές πωλήσεων, δηλαδή στο μάρκετινγκ, και όλα αυτά στα σχολεία και τις εγκαταστάσεις της εταιρείας "Madam C. J. Walker Manufacturing Company" που ιδρύθηκε το 1910. Έχτισε μια κερδοφόρα επιχείρηση και ενίσχυσε οικονομικά περισσότερες από 40.000 μαύρες γυναίκες που εργάστηκαν ως αντιπρόσωποι πωλήσεων/sales agents (McGee 2023).

Η επιτυχημένη επιχειρηματική δραστηριότητα της Walker οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στην ικανότητά της να αναγνωρίζει το πρόβλημα, να αποκτά τη γνώση και την εμπειρία για να το λύσει

---

<sup>6</sup>Ο όρος entrepreneur προέρχεται από το γαλλικό *entreprendre*, που σημαίνει κάποιος που αναλαμβάνει ένα νέο εγχείρημα (venture). Ο Γάλλος οικονομολόγος Jean-Baptiste Say (1767-1832), ο πρώτος οικονομολόγος που μελέτησε-ασχολήθηκε-ανέλυσε το θέμα της επιχειρηματικότητας (entrepreneurship), προσδιόρισε τους επιχειρηματίες (entrepreneurs) ως οργανωτές και ηγέτες της οικονομίας, δηλαδή άτομα που δημιουργούν νέες αγορές και νέες ευκαιρίες, όπως έκαναν η Lydia Estes Pinkham και η Madam C. J. Walker.



και να δημιουργεί την πιο αποτελεσματική ομάδα (dream team). Αυτό που έκανε την επιτυχία της να εκτοξευθεί στα ύψη σε σύντομο χρονικό διάστημα ήταν οι δεξιότητές της στις πωλήσεις. Η Walker, αρχικά, πήγαινε από πόρτα σε πόρτα για να πουλήσει προϊόντα ομορφιάς και έδειχνε η ίδια στις γυναίκες πώς να τα χρησιμοποιούν· και όταν είχε την οικονομική δυνατότητα διαφήμιζε τα προϊόντα της σε εφημερίδες και περιοδικά. Επιπλέον, το ταλέντο της στη κοινωνική δικτύωση δημιούργησε μια κοινότητα υποστηρικτών στις ΗΠΑ. Η Walker έκτισε μια αυτοκρατορία ομορφιάς, συγκεντρώνοντας πλούτο χωρίς προηγούμενο για Αφροαμερικανίδα της ρατσιστικής Αμερικής, και αφιέρωσε τη ζωή της στη φιλανθρωπία και τον κοινωνικό ακτιβισμό. Σύναψε φιλίες με σπουδαίες πολιτικές προσωπικότητες, ακτιβιστές και ακτιβίστριες ανθρωπίνων δικαιωμάτων όπως π.χ. την Mary McLeod Bethune, την Ida B. Wells, τον Booker T. Washington, και τον W.E.B. Du Bois. Έγινε γνωστή για τις φιλανθρωπικές και πολιτικές της προσπάθειες: π.χ. χρησιμοποιούσε τα χρήματά της για την προώθηση των δικαιωμάτων και της ισότητας των μαύρων, μεταξύ άλλων (Bundles 2001, McGee 2023).

Τόλμη, προσωπική φιλοδοξία και ένας "βαθμός μανίας" (Carayannis and Stewart 2013) είναι ορισμένα από τα χαρακτηριστικά που απαιτούνται για την πετυχημένη επιχειρηματικότητα, κάτι που προφανώς διέθετε η Walker, όπως και η Carrie Crawford Smith που την ακολούθησε. Το 1918, με την άνθηση της κλωστοϋφαντουργίας και την ανάπτυξη των σιδηροδρομικών και τηλεγραφικών συστημάτων, πολλές γυναίκες εκμεταλλεύτηκαν τις νέες συγκυρίες. Ενδεικτικό παράδειγμα αποτελεί η Carrie Crawford Smith που άνοιξε γραφείο ευρέσεως εργασίας στο Σικάγο (Smith Employment Agency)—το οποίο λειτουργούσε έως το 1954— και βοήθησε πολλές γυναίκες παρέχοντάς τους ευκαιρίες να εργαστούν, ακριβώς όπως η Madame Walker. Δύο χρόνια αργότερα, στις 26 Αυγούστου 1920, 26 εκατομμύρια Αμερικανίδες αποκτούν το δικαίωμα ψήφου και αρχίζουν να διεκδικούν και να δικτυώνονται. Οι αδελφές Clara and Lilian Westropp, λόγω χάρη, για να βοηθήσουν και να εκπαιδεύσουν γυναίκες στη διαχείριση χρημάτων, με κεφάλαιο



\$89.000, το Φεβρουάριο του 1922 ίδρυσαν σε συνεργασία με μία γυναικεία ομάδα επιχειρηματιών και επαγγελματιών, το Women's Federal Savings & Loan Association of Cleveland (για αποταμίευση και δανεισμό). Ήταν το πρώτο ταμειυτήριο στις ΗΠΑ το οποίο διηύθυναν γυναίκες και στο οποίο εργάζονταν γυναίκες. Εκείνη την εποχή αυξανόταν η γυναικεία επιχειρηματική αλληλεγγύη και συνεργασία. Εντούτοις, η γυναικεία επιχειρηματική δράση οπισθοχωρεί κατά τη διάρκεια της Μεγάλης Ύφεσης, που ξεκίνησε το 1929. Οι γυναικείες διεκδικήσεις και η γυναικεία απασχόληση περνούν σε δεύτερη μοίρα και παρατηρείται μια *επιστροφή στο σπίτι*. Από την άλλη πλευρά, για να επιβιώσουν, οι γυναίκες αρχίζουν να *επιχειρούν* από το σπίτι, όπως η Αφροαμερικανίδα Hattie Moseley Austin, η οποία, μετά το θάνατο του συζύγου της, άρχισε να πουλάει κοτόπουλα και μπισκότα από το σπίτι της, και στη συνέχεια άνοιξε εστιατόριο, το γνωστό Hattie's Chicken Shack στη Νέα Υόρκη στο Saratoga Springs (Stein 2022).

**Η γυναικεία απασχόληση και επιχειρηματικότητα ανθίζει κατά τη διάρκεια του Δεύτερου Παγκόσμιου Πολέμου.** Οι γυναίκες εισχωρούν στην αγορά εργασίας και καλύπτουν τις ανάγκες και τις θέσεις των ανδρών που έλειπαν στον πόλεμο. Είναι η εποχή της Pauline Trigère, της Estée Lauder, και της Coco Chanel. Η σχεδιάστρια Pauline Trigère έφυγε από το Παρίσι το 1937 και εγκαταστάθηκε στη Νέα Υόρκη, όπου δημιούργησε μία επιχείρηση ραπτικής που αργότερα εξελίχθηκε σε οίκο μόδας υψηλής ραπτικής. Η Trigère γίνεται διάσημη στις ΗΠΑ τις δεκαετίες του 1950 και 1960. Δικές της καινοτομίες αποτελούν το αμάνικο παλτό, η ολόσωμη φόρμα, η αναστρέψιμη κάπα και το κεντημένο διάφανο μπούστο. Πιστές πελάτισσές της ήταν η Elizabeth Taylor, η Grace Kelly, και η Jacqueline Kennedy Onassis, μεταξύ άλλων (FIT, 2024). Όσον αφορά στα προϊόντα ομορφιάς, και η Estée Lauder εκπροσωπεί την πετυχημένη γυναικεία επιχειρηματικότητα αυτής της περιόδου. Τα προϊόντα ομορφιάς της κυκλοφόρησαν επίσημα το 1946, ένα χρόνο μετά το τέλος του πολέμου (McGee 2023).



Με τη λήξη του πολέμου πολλές γυναίκες εργαζόμενες διατήρησαν τη θέση τους στον επιχειρηματικό κόσμο γιατί πολλοί άνδρες δεν ήταν σε θέση να εργαστούν, κυρίως λόγω σωματικών ή ψυχολογικών τραυμάτων. Εκείνη την περίοδο, πηγή βοήθειας και ενθάρρυνσης για τις γυναίκες αποτελούσε το National Federation of Business and Professional Women's Clubs (που θα μπορούσαμε να το μεταφράσουμε ως η Εθνική Ομοσπονδία για Γυναίκες Επιχειρηματίες και για τις Γυναικείες Λέσχες Επιχειρηματιών). Αυτή η εθνική ομοσπονδία διοργάνωνε σεμινάρια με στόχο τη συμβουλευτική και την ενθάρρυνση της γυναικείας επιχειρηματικότητας και απασχόλησης. Εδώ συμμετείχαν—ως μέντορες και ως πρότυπα—γυναίκες διακεκριμένες στο *επιχειρείν*, όπως η Elizabeth Arden (Becker 1957).

Παράλληλα, τη δεκαετία του 1950, οι γυναίκες βομβαρδίζονταν από κοινωνικά μηνύματα που τόνιζαν έμφυλους ρόλους και αναχρονιστικά στερεότυπα: την επιστροφή των γυναικών στο σπίτι, την ανισορροπία μεταξύ οικογενειακών και εργασιακών υποχρεώσεων, μεταξύ άλλων. Αυτό ώθησε πολλές γυναίκες να επιλέξουν την εργασία από το σπίτι, που τις διευκόλυνε στο *επιχειρείν*. Ενδεικτικό παράδειγμα η Lilli Menasche Hochberg (Lillian Vernon), η οποία, ενώ ήταν έγκυος στο πρώτο της παιδί, ξεκίνησε την επιχείρησή της στο τραπέζι της κουζίνας της. Σε ηλικία 24 ετών η Lilli Menasche Hochberg πήρε τα \$2.000 που είχε λάβει ως δώρα στο γάμο της και ξεκίνησε το Vernon Specialties Company (ονομασία από τη γενέτειρά της Mount Vernon, New York). Στο τεύχος του Σεπτεμβρίου του 1951 του περιοδικού *Seventeen* διαφήμισε τις εξατομικευμένες τσάντες της για \$2,99 και τις ζώνες για \$1,99 συν το φόρο. Σε λίγο, είχε παραγγελίες που έφταναν το ποσό των 32.000 δολαρίων, και πέντε χρόνια αργότερα ετοίμασε τον πρώτο κατάλογο με όλα τα προϊόντα της και το κοινοποίησε σε όλες τις πελάτισσές της. Αυτό εξελίχθηκε στη εταιρεία *Lilian Vernon Co. mail order business*. Ακολούθως, η εταιρεία της, *Lillian Vernon Corporation*, είναι η πρώτη γυναικεία επιχείρηση που μπήκε στο χρηματιστήριο της Νέας Υόρκης (McGee 2023).



Η εφευρέτρια του μπλάνκο, για να αποφύγει την κοινωνική κριτική και τον κοινωνικό στιγματισμό, αρχικά έκρυβε το φύλο της και στις παραγγελίες και τα έγγραφα για την προώθηση του νέου προϊόντος— γνωστό το 1956 ως "Mistake Out", ένα υγρό που κάλυπτε τα λάθη της δακτυλογράφησης— υπέγραφε ως B. Smith. Η εργαζόμενη ως δακτυλογράφος Bette Nesmith Graham, η εφευρέτρια του μπλάνκο, μετά από αυτή την επιτυχία και τη μαζική αύξηση του πλούτου της, δημιούργησε το Ίδρυμα Bette Clair McMurray, που παρείχε επιχορηγήσεις και οικονομική υποστήριξη για την προώθηση των γυναικών στις επιχειρήσεις. Ίδρυσε και το Gihon Foundation, το οποίο έκανε το ίδιο για την προώθηση των γυναικών στις τέχνες (Featured Inventors 2008).

Από τη δεκαετία του 1960 έως τα τέλη της δεκαετίας του 1970, μια άλλη αλλαγή επήλθε στη αμερικανική κοινωνία. Παρατηρείται αύξηση των διαζυγίων: το μοντέλο της χαρωπής νοικοκυράς και του άνδρα κουβαλητή απέτυχε. Οι γυναίκες αναλαμβάνουν τον ρόλο του μοναδικού κουβαλητή και επιστρέφουν στον εργασιακό κόσμο, όπου δεν έτυχαν καλής υποδοχής ούτε απολάμβαναν ισότιμη μεταχείριση, εξέλιξη ή ισοτιμία μισθών/αμοιβών με τους άνδρες. Ακολούθως, όταν ήρθε η οικονομική ύφεση, όπως συμβαίνει πάντα σε περιόδους οικονομικών κρίσεων, ήταν οι πρώτες που απολύονταν (Becker 1985).

Αντιθέτως, οι δεκαετίες του 1980 και 1990 υπήρξαν εποχές αποκομιδής, δηλαδή εποχές που οι γυναίκες των ΗΠΑ μπορούσαν να απολαύσουν τους καρπούς των αγώνων, διεκδικήσεων και κατακτήσεων που προηγήθηκαν. Παρατηρείται επίσης, ότι το κοινωνικό περιβάλλον, αναγνωρίζοντας την πολύτιμη συμβολή των γυναικών στην οικονομία, γινόταν πιο δεκτικό και ενθαρρυντικό όσον αφορά στη γυναικεία επιχειρηματικότητα. Το 1988 το National Association of Women Business Owners (NAWBO) που ιδρύθηκε το 1975—θα μπορούσαμε να το μεταφράσουμε Εθνική Ένωση Γυναικών Ιδιοκτητριών Επιχειρήσεων—, πίεσε το Κογκρέσο να



εγκρίνει νόμο (*Women's Business Ownership Act*) που καταργούσε τις διακρίσεις στο δανεισμό. Καταργούσε, επίσης, τη νομοθεσία που υποχρέωνε τις έγγαμες γυναίκες να αποκτούν την υπογραφή του συζύγου τους για να πάρουν δάνειο. Αυτός ο νόμος έδωσε την ευκαιρία στις γυναίκες που είχαν επιχειρήσεις να ανταγωνιστούν για κρατικές συμβάσεις. Επιπροσθέτως, η τεχνολογία, η διαθεσιμότητα των υπολογιστών και η αυξανόμενη δημοτικότητα του διαδικτύου έδωσαν την απαραίτητη ώθηση στο γυναικείο *επιχειρείν*, ειδικά τη δεκαετία του 1990. Από το 2000 σημειώνεται αύξηση των μικρών και μεγάλων επιχειρήσεων που ανήκαν σε γυναίκες, αλλά τα έμφυλα εμπόδια στη χρηματοδότηση και η *δίνη των πολλαπλών υποχρεώσεων/εργασιών* (multitasking whirlpool) συνεχίστηκαν και εντάθηκαν με την οικονομική ύφεση του 2008 (Carter & Silva 2010, Kamberidou & Labovas 2012, Kamberidou & Pascal 2020, Kamberidou 2010).

Το ταξίδι της γυναικείας επιχειρηματικότητας παρουσιάζει πολλές δυσκολίες, πολλά εμπόδια, ακόμα και στο νέο ψηφιακό τοπίο. Η σύγχρονη έρευνα δείχνει ότι τα έμφυλα στερεότυπα εξακολουθούν να κυριαρχούν, όχι μόνο στις ΗΠΑ, αλλά παγκοσμίως. Οι γυναίκες επιχειρηματίες εξακολουθούν και σήμερα να μένουν πίσω και το έμφυλο χάσμα στην επιχειρηματικότητα μεγαλώνει. Οι γυναίκες επιχειρηματίες και εργαζόμενες του 21ου αιώνα συνεχίζουν να αναζητούν την πολυπόθητη ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής/οικογενειακής ζωής και συνήθως επιλέγουν να γίνουν μικροεπιχειρηματίες ή να εργάζονται από το σπίτι (FIT 2024, Kamberidou 2020, WEF 2024).

## **2. Ανασκόπηση βιβλιογραφίας: Το έμφυλο χάσμα στην επιχειρηματικότητα (1974-2024)**

Τα πολυάριθμα και ποικίλα οφέλη της γυναικείας επιχειρηματικότητας— που έχουν ερευνηθεί με μεγάλη λεπτομέρεια από τα μέσα της δεκαετίας του 1970 (Mincer & Polachek 1974, Hakim 1979), κυρίως στις δυτικές κοινωνίες (στις αναπτυσσόμενες χώρες)— επισημαίνουν ότι η



επιχειρηματικότητα των γυναικών ωφελεί την οικονομία και συμβάλλει στη βελτίωση της ποιότητας ζωής των γυναικών, στην προσωπική και επαγγελματική τους ανάπτυξη, ενδυνάμωση, εξέλιξη και ανεξαρτησία και, επιπλέον, στην καλλιέργεια ηγετικών δεξιοτήτων. Ερευνητές και ερευνήτριες του 20ού αιώνα παρέχουν κριτικές αναλύσεις για τις επιχειρηματικές δραστηριότητες των ιδιοκτητριών μικρών επιχειρήσεων για θέματα όπως: (1) κίνητρα έναρξης της επιχείρησης: πχ. ευελιξία και αυτονομία, (2) στυλ ηγεσίας, στρατηγικές διαχείρισης και ικανότητες, (3) κοινωνικές προσδοκίες, έμφυλα στερεότυπα, εμπόδια λόγω φύλου, και ειδικά η ανισορροπία οικογενειακής και επαγγελματικής ζωής, (4) ικανοποίηση ατομικών/προσωπικών αναγκών, (5) επίτευξη προσωπικής και επαγγελματικής ολοκλήρωσης, και (6) τα χαρακτηριστικά των πετυχημένων γυναικών επιχειρηματιών (Carlsrud & Olm 1986, Chaganti 1986, Neider 1987, Hisrich & Brush 1987, Phizacklea 1988, Smeltzer & Fann 1989, Fagenson & Marcus 1991, Buttner 1993, Ferguson & Durup 1997, στην Kamberidou 2020).

Σχετικά με το τελευταίο (τα χαρακτηριστικά των πετυχημένων γυναικών επιχειρηματιών), οι ερευνητές και οι ερευνήτριες έτειναν να συγκρίνουν τις γυναίκες με τους άνδρες, καταλήγοντας συχνά στο συμπέρασμα ότι δεν υπήρχαν σημαντικές διαφορές μεταξύ τους, όσον αφορά στα δημογραφικά και τα ψυχολογικά χαρακτηριστικά. Τονίζουν επίσης, ότι οι γυναίκες είχαν παρόμοια χαρακτηριστικά, ταλέντα και δεξιότητες με τους άνδρες, όπως ικανότητες για ηγεσία, καινοτομία, τον καθορισμό στόχων, την ανάληψη ρίσκων και πρωτοβουλιών, την ικανότητα οργάνωσης και αναδιοργάνωσης μετά από μία αποτυχία, το όραμα, μεταξύ άλλων (Carlsrud & Olm 1986, et al στην Kamberidou 2020).

Το ερώτημα είναι: Έχουμε προχωρήσει από τότε ; Παρά την πρόοδο που έχει σημειωθεί στην αναγνώριση των επιχειρηματικών και ηγετικών δραστηριοτήτων και συνεισφορών των γυναικών, η γυναικεία επιχειρηματικότητα υποεκπροσωπείται παγκοσμίως. Ερευνητικά δεδομένα με θέμα γυναίκα, φύλο, επιχειρηματικότητα και ηγεσία επιβεβαιώνουν ότι δεν έχουν αλλάξει πολλά





(Anjum, Rahaman, Rahman & Dana 2024, Bennett 2024, Chhabra, Dana, Ramadani, & Jain 2024, Dibek and Aydin 2024, Komodromos 2024, Medley-Cleveland 2024, WED 2024).

Οι γυάλινες οροφές δεν έχουν θρυμματιστεί ακόμα. Η έμφυλη ουδετερότητα δεν έχει επιτευχθεί (Kamberidou 2020). Ερευνητικά στοιχεία του 21ου αιώνα—όπως και εκείνα του 20ού— υπογραμμίζουν ότι το έμφυλο χάσμα στην επιχειρηματικότητα προκύπτει εξαιτίας των έμφυλων διακρίσεων/στερεοτύπων, της έλλειψης δεξιοτήτων μάρκετινγκ, διαθεσιμότητας οικονομικών πόρων και υπηρεσιών υποστήριξης, συμπεριλαμβανομένης της κακής πρόσβασης σε επιχειρηματικά δίκτυα, ακόμα και στο αναπτυσσόμενο-νέο ψηφιακό τοπίο. Τα ίδια ερωτήματα διερευνώνται σήμερα, καθώς οι έμφυλες διακρίσεις—που τώρα συμπεριλαμβάνουν και το ψηφιακό χάσμα—εξακολουθούν να υπάρχουν.

Μάλιστα, οι ερευνήτριες και ερευνητές 21ου αιώνα συνεχίζουν να υποστηρίζουν ότι βασική προϋπόθεση για την επιχειρηματική επιτυχία είναι η ελάφρυνση του οικιακού φόρτου εργασίας των γυναικών, ιδιαίτερα στις πατριαρχικές κοινωνίες των αναπτυσσόμενων οικονομιών. Νέες έρευνες και αναλύσεις σε επιστημονικά περιοδικά εξετάζουν τη γυναικεία επιχειρηματικότητα στις αναπτυσσόμενες οικονομίες, και ειδικά το θέμα των μεταναστριών επιχειρηματιών στις ανεπτυγμένες κοινωνίες (Anjum, et al. 2024; Chhabra, Dana, Ramadani, & Jain 2024; De Vita, Mari, & Poggese 2014).

Εκτός από το σχετικά καινούργιο και επίκαιρο θέμα *φύλο και αργυρή επιχειρηματικότητα*, συνεχίζονται οι προτάσεις για την ανάγκη λήψης μέτρων ή πολιτικών συμπερίληψης καθώς και οι συζητήσεις που αφορούν τα χαρακτηριστικά, τα κίνητρα, τις δεξιότητες και το στυλ ηγεσίας των γυναικών, και οι αναλύσεις για τα εμπόδια και τις στρατηγικές επιτυχίας (Anjum, Rahaman, Rahman & Dana 2024; Bennett 2024, Chhabra, Dana, Ramadani, & Jain 2024; Dibek & Aydin 2024; Floyd 2024; Komodromos 2024; Medley-Cleveland 2024, WEF 2024).



Σχετικά με την αργυρή επιχειρηματικότητα, σε μία προσπάθεια επαναπροσδιορισμού της επιχειρηματικότητας, οι Dibek και Aydin (2024) εισάγουν τη διάσταση της ηλικίας στο φύλο και προτείνουν μια πιο συμπεριληπτική προσέγγιση, δηλαδή την ανάγκη στήριξης των ηλικιωμένων γυναικών επιχειρηματιών (senior women entrepreneurs). Προτείνουν πολιτικές και πρακτικές επιχειρηματικότητας χωρίς αποκλεισμούς. Αρχικά, προβαίνουν σε αναλύσεις για την κουλτούρα και τις κοινωνικές αντιλήψεις που αφορούν την επιχειρηματική σταδιοδρομία των ηλικιωμένων γυναικών, εξετάζοντας το κοινωνικό τους περιβάλλον, τη δυναμική της οικογένειας, το κοινωνικό κεφάλαιο, το συμβολικό κεφάλαιο και το οικονομικό κεφάλαιο. Στα αποτελέσματά τους συζητούν τα πλεονεκτήματα που φέρνουν οι ηλικιωμένες γυναίκες στο τραπέζι, όπως οι εμπειρίες ζωής και τα καθιερωμένα-εδραιωμένα δίκτυα που συμβάλλουν στην αντιμετώπιση των προκλήσεων και των εμποδίων, όπως είναι οι κοινωνικές προκαταλήψεις, και ειδικά ο ηλικιακός ρατσισμός.

Η Καμπερίδου (2022) υποστηρίζει ότι πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη βαρύτητα στην αναπτυσσόμενη *Αργυρή Οικονομία* (Silver Economy) και στη διαμόρφωση διαγενεακής κουλτούρας συνεργασίας και αλληλεγγύης, τονίζοντας ότι στη σημερινή εποχή της μακροζωίας και της υπογεννητικότητας, οι ηλικιωμένοι αποτελούν προστιθέμενη αξία για μια οικονομία, και μπορούν να συνεισφέρουν στην αύξηση του ΑΕΠ και την καταπολέμηση της ανεργίας.

Ο εμπνευσμένος από τα γκρίζα μαλλιά ορισμός της *Αργυρής Οικονομίας*, όπως αναφέρει η Καμπερίδου (2022), αφορά την οικονομική δραστηριότητα που σχετίζεται με τις ανάγκες της ηλικιακής ομάδας 60 ετών και άνω και όσον αφορά στη χώρα μας, μπορεί να συμβάλει στην ανάπτυξη του τουρισμού και ειδικά του ιατρικού τουρισμού, στον τομέα της αναψυχής και της οικοδομής (στέγαση), στις υπηρεσίες υγείας και ευεξίας, κ.ο.κ.

Η *Αργυρή Οικονομία* αναφέρεται στις νέες τεχνολογίες, στην ηλικιακά-φιλική τριτοβάθμια εκπαίδευση, σε νέα επαγγέλματα, και νέες επιχειρηματικές και τεχνολογικές δραστηριότητες. Σχετίζεται μεταξύ άλλων με την παραγωγή νέων προϊόντων, την ηλεκτρονική διάγνωση και



παρακολούθηση της υγείας, τις υπηρεσίες αναψυχής και τουρισμού, την άσκηση με τη χρήση ρομποτικών και άλλων «έξυπνων» συσκευών, την κατασκευή «έξυπνων» κατοικιών ή οικισμών, μεταξύ άλλων. Ο στόχος της *Αργυρής Οικονομίας*, είναι η βελτίωση της ποιότητας ζωής των ατόμων μεγαλύτερης ηλικίας, συμβάλλοντας με αυτόν τον τρόπο στην ενεργή κοινωνική τους συμμετοχή ή επανένταξη, ενώ συγχρόνως δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας και επαγγελματικές προοπτικές για τη νέα γενιά: ανάπτυξη προϊόντων, υπηρεσιών, κ.τ.λ. Η αργυρή οικονομία επικεντρώνεται σε οικονομικές δραστηριότητες που καλύπτουν τις ανάγκες και τη ζήτηση των ηλικιωμένων, όλων των ηλικιακών κατηγοριών (τρίτης ηλικίας, τέταρτης ηλικίας, υπερήλικες), και, ταυτόχρονα, παρέχει θέσεις εργασίας για τη νέα γενιά (Καμπερίδου 2022).

Αναμφισβήτητα, η αργυρή οικονομία αποτελεί ένας χώρος όπου θα μπορούσε να διαπρέψει η γυναικεία επιχειρηματικότητα. Η προώθηση της αργυρής επιχειρηματικότητας στην εποχή της μακροζωίας και της υπογεννητικότητας με διαγενεακές συνεργασίες (intergenerational collaborations/partnerships) θα συνέβαλλε στην οικονομική ανάπτυξη. Η ενθάρρυνση περισσότερων γυναικών να γίνουν επιχειρηματίες θα μπορούσε πραγματικά να αυξήσει την παγκόσμια οικονομική ανάπτυξη, αν λάβουμε υπόψη ότι οι γυναίκες αποτελούν περίπου το μισό του παγκόσμιου πληθυσμού, αλλά συνεισφέρουν μόνο στο 37% του παγκόσμιου ΑΕΠ.

Αναγνωρίζοντας την έλλειψη πολιτικών μέτρων συμπερίληψης ο Komodromos (2024) επικεντρώνεται στα εμπόδια που βιώνουν οι γυναίκες επιχειρηματίες στην Κύπρο, όπως την πατριαρχική κουλτούρα, τις έμφυλες προσδοκίες και τις πολιτικές προκλήσεις. Εστιάζει στις οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές αξίες που συνδέονται με την επιχειρηματικότητα των γυναικών και ακολουθώς προτείνει την ενίσχυση της ψυχολογικής ενδυνάμωσης, την προώθηση της οικονομικής ένταξης, την παροχή κατάρτισης/εκπαίδευσης και τη βελτίωση του συνολικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος στην Κύπρο, καθώς η γυναικεία επιχειρηματικότητα



δημιουργεί θέσεις εργασίας και προωθεί την ανταγωνιστικότητα και τον οικονομικό εκσυγχρονισμό.

Κατά την Andrea Floyd (2024), η επιχειρηματικότητα έχει γίνει δημοφιλής επιλογή στην εποχή μας λόγω της ευελιξίας και αυτονομίας που προσφέρει, σε αντίθεση με την εργασία σε επιχειρήσεις ή εταιρείες στις ΗΠΑ. Από την άλλη πλευρά, πολλοί έχουν συνειδητοποιήσει ότι αυτό δεν ισχύει πια, όσον αφορά στην ευελιξία και την αυτονομία.

Στην πραγματικότητα, όπως επισημαίνει η Floyd (2024), ανισότητες που προκύπτουν στην εταιρική Αμερική βιώνονται και κατά τη δημιουργία μιας επιχείρησης (venture creation), δηλαδή τη διαδικασία μετατροπής μιας νέας ιδέας, καινοτομίας ή νέας τεχνολογίας σε επιχείρηση για να προσελκύσει επενδυτές. Η διαδικασία δημιουργίας μιας επιχείρησης (venture creation), λαμβάνει χώρα μεταξύ της πρόθεσης για έναρξη της επιχείρησης και της πραγματοποίησης της πρώτης πώλησης. Όσον αφορά στις ανισότητες και τις διακρίσεις, αυτές είναι περισσότερο εμφανείς όταν πρόκειται για γυναίκες και για μη-προνομιούχες ή περιθωριοποιημένες κοινωνικές ομάδες, όπως μη-λευκά άτομα (αναφέρει έγχρωμα άτομα, μαύρους) και άτομα με αναπηρίες.

Η Floyd (2024) διερευνά τα εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι Αφροαμερικανίδες την περίοδο της δημιουργίας μιας επιχείρησης (venture creation) και τους παράγοντες που συμβάλλουν στην επιτυχία, δηλαδή στην επιτυχή δημιουργία νέων επιχειρήσεων. Εξετάζει δύο από τους πιο δημοφιλείς τρόπους απόκτησης πρόσβασης στην εμπειρία του κοινωνικού κεφαλαίου και του ανθρώπινου κεφαλαίου και, συγκεκριμένα, την εμπειρία των μαύρων γυναικών επιχειρηματιών και την πρόσβασή τους σε αυτές τις μορφές κεφαλαίου (κοινωνικού και ανθρώπινου), και τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν.

Διερευνά επίσης πώς αυτή η συγκεκριμένη ομάδα επιχειρηματιών δημιουργεί νέες επιχειρήσεις και από πού αντλεί έμπνευση. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι υπήρχε μια "στατιστικά σημαντική αρνητική σχέση" μεταξύ των φυλετικών μικροεπιθέσεων (microaggressions) και των ατομικών



παραγόντων των μαύρων γυναικών επιχειρηματιών. Σε αυτό το σημείο πρέπει να επισημάνουμε ότι οι φυλετικές μικροεπιθέσεις (microaggressions) αναφέρονται σε διακριτικές-ήπιες μορφές κοινωνικών ανισοτήτων, σε έμμεσες, λεπτές ή ακούσιες διακρίσεις/ανισότητες απέναντι σε μη-προνομιούχες ή μειονοτικές ομάδες. Τα αποτελέσματα της έρευνας επιβεβαιώνουν και εμπλουτίζουν τις μελέτες προηγούμενων ερευνητών/τριών που εξετάζουν τις μικροεπιθέσεις που αντιμετωπίζουν οι μαύρες γυναίκες των ΗΠΑ γενικότερα, αλλά εδώ, στην έρευνα της Floyd (2024), συμπεριλαμβάνονται οι μαύρες γυναίκες επιχειρηματίες. Στα αποτελέσματα της έρευνας προτείνει τη δημιουργία ενός playbook που θα εμπεριέχει τις εμπειρίες (την καταγραφή) αυτών των φυλετικών μικροεπιθέσεων στον τομέα της επιχειρηματικότητας έτσι ώστε να ληφθούν μέτρα για να μειωθούν και στρατηγικές για να αντιμετωπισθούν.

Η Carolyn Bennett (2024) διερευνά, επίσης, τις επιτυχημένες/εύστοχες/επικερδείς στρατηγικές των μαύρων γυναικών ιδιοκτητριών επιχειρήσεων, οι οποίες διατήρησαν την επιχείρησή τους για περισσότερα από 5 χρόνια. Υποστηρίζει ότι οι μη βιώσιμες επιχειρηματικές στρατηγικές οδηγούν σε δυσμενή επιχειρηματικά αποτελέσματα κατά την έναρξη νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων. Οι ιδιοκτήτριες επιχειρήσεων χρειάζονται αποτελεσματικές επιχειρηματικές στρατηγικές για να διατηρήσουν τις επιχειρήσεις τους πάνω από 5 χρόνια. Ο σκοπός της ποιοτικής έρευνας της Bennett (2024) ήταν να διερευνήσει τις αποτελεσματικές στρατηγικές, χρησιμοποιώντας τη Θεωρία των Πόρων και Ικανοτήτων (resource-based view theory).

Οι συμμετέχουσες στην έρευνα ήταν επτά (7) μαύρες γυναίκες ιδιοκτήτριες επιχειρήσεων που ανέπτυξαν πετυχημένες στρατηγικές για να διατηρήσουν τις επιχειρήσεις τους πέραν των 5 ετών. Τα δεδομένα συλλέχθηκαν χρησιμοποιώντας ημιδομημένες συνεντεύξεις και την ανασκόπηση δημοσίων εγγράφων. Μέσω της θεματικής ανάλυσης προσδιορίστηκαν τέσσερα θέματα: (1) επιχειρηματική ανάπτυξη, (2) στρατηγικές επιχειρηματικής επιτυχίας, (3) προκλήσεις και (4) μέτρηση πετυχημένων στρατηγικών. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, μια βασική



σύσταση για τις μαύρες γυναίκες ιδιοκτήτριες επιχειρήσεων είναι να εκπαιδεύονται τακτικά και με συνέπεια για τους διαθέσιμους πόρους και τις αναδυόμενες επιχειρηματικές τάσεις. Η πετυχημένη επιχειρηματικότητα σημαίνει δυνατότητα επίτευξης προσωπικής και επαγγελματικής ολοκλήρωσης καθώς και οικονομική ενδυνάμωση που συμβάλλει στην θετική κοινωνική αλλαγή, στην αναζωογόνηση της κοινότητας και στον πολιτισμικό μετασχηματισμό.

Κατά την Nokomis Medley-Cleveland (2024) οι Αφροαμερικανίδες επιχειρηματίες δυσκολεύονται στην πρόσβαση χρηματοοικονομικού κεφαλαίου για να συντηρήσουν τις επιχειρήσεις τους και ανησυχούν ότι θα έχουν λιγότερες ευκαιρίες για την έναρξη και τη λειτουργία μιας πετυχημένης επιχείρησης. Χρησιμοποιώντας το resource-based view theory (Θεωρία των Πόρων και Ικανοτήτων), όπως και η Bennett (2024) που προηγήθηκε, διερευνά τις στρατηγικές που χρησιμοποίησαν τέσσερις (4) Αφροαμερικανίδες επιχειρηματίες για να αποκτήσουν πρόσβαση και να διασφαλίσουν οικονομικούς πόρους για να ξεκινήσουν και να διατηρήσουν την επιχείρησή τους. Αναλυτικότερα, στην έρευνα συμμετείχαν τέσσερις γυναίκες που είχαν μικρές επιχειρήσεις και είχαν καταφέρει να εξασφαλίσουν το κεφάλαιο για την έναρξη και τη διατήρηση των επιχειρήσεών τους. Τα δεδομένα συλλέχθηκαν χρησιμοποιώντας ημιδομημένες συνεντεύξεις και ανασκόπηση εγγράφων που σχετίζονταν με τις επιχειρήσεις των τεσσάρων και τις στρατηγικές που χρησιμοποίησαν. Μέσα από τη θεματική ανάλυση, εντοπίστηκαν τέσσερις ενότητες: (1) αυτοχρηματοδότηση (2) πρόσβαση σε πληροφορίες και πόρους, (3) η σημαντικότητα της κοινωνικής αντίληψης και η δικτύωση και, τέλος, (4) πώς ξεπερνούσαν τις προκλήσεις ως μαύρες/αφροαμερικανίδες ιδιοκτήτριες μικρών επιχειρήσεων.

Μια βασική και απαραίτητη σύσταση που προέκυψε ήταν η επικοινωνία των γυναικών επιχειρηματιών με διάφορους οργανισμούς έτσι ώστε να αναπτύξουν ένα δίκτυο για πρόσβαση σε οικονομικούς πόρους. Τα αποτελέσματα για τη θετική κοινωνική αλλαγή περιλαμβάνουν: τη δυνατότητα ενδυνάμωσης των ατόμων· την ενίσχυση-ενδυνάμωση των κοινοτήτων· την



προώθηση της καινοτομίας· και την προώθηση της ένταξης στην πετυχημένη επιχειρηματικότητα (Medley-Cleveland 2024).

Στις αναδυόμενες αγορές της Αφρικής, της Μέσης Ανατολής και της Άπω Ανατολής, οι γυναίκες επιχειρηματίες αντιμετωπίζουν μεγαλύτερα εμπόδια, υποστηρίζει στην έρευνά της η Kamberidou (2020). Παρατηρεί ότι η γυναικεία επιχειρηματικότητα στις αναπτυσσόμενες οικονομίες—αν και εκτιμάται ή είναι ευπρόσδεκτη ως μέσο διαφυγής από τη φτώχεια και αναγνωρίζεται η συμβολή της στην οικονομική ανάπτυξη—αμφισβητείται ή περιορίζεται λόγω της παγιωμένης έμφυλης τάξης (κοινωνικοπολιτισμικά εμπόδια).

Οι Anjum, Rahaman, Rahman και Dana (2024) επικεντρώνονται στη γυναικεία επιχειρηματικότητα στο Μπαγκλαντές χρησιμοποιώντας τα εργαλεία της ποιοτικής έρευνας. Εξετάζουν τις πολιτιστικές, κοινωνικές και θεσμικές δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες, όπως π.χ. η έλλειψη υποστήριξης και οικονομικών πόρων και η ανεπάρκεια επιχειρηματικών δεξιοτήτων και εκπαίδευσης. Ωστόσο, πολλές γυναίκες, ξεπερνούν τα εμπόδια και επιτυγχάνουν στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες, μολονότι δεν υπάρχουν μέτρα ή πολιτικές συμπερίληψης.

Πολιτικές και μέτρα συμπερίληψης απαιτούνται και στην Ινδία. Οι Chhabra, Dana, Ramadani και Jain (2024) παρουσιάζουν τα εμπόδια που αντιμετωπίζει η γυναικεία επιχειρηματικότητα στη χώρα τους, επισημαίνοντας την ανάγκη για τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων στην Ινδία καθώς και την ανάγκη ανάπτυξης ικανοτήτων-δεξιοτήτων (capacity building). Εξετάζουν τους παράγοντες που συμβάλλουν στην επιτυχία και ζητούν αποτελεσματικές πολιτικές και πρωτοβουλίες για να κλείσει το έμφυλο χάσμα στην επιχειρηματικότητα στη χώρα τους.

Όσον αφορά στα κίνητρα και τις φιλοδοξίες των γυναικών και την προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας, μαθαίνουμε πολλά από την τελευταία έκθεση του Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2022/23 [Women's Entrepreneurship Report: Challenging Bias and Stereotypes](#).



Με δείγμα περίπου 175.000 ατόμων σε 49 χώρες, τα αποτελέσματα έδειξαν έξι μεγάλες παγκόσμιες τάσεις της γυναικείας επιχειρηματικότητας, τις προοπτικές και τα οικονομικά οφέλη για το μέλλον σε τοπικό, περιφερειακό και παγκόσμιο επίπεδο. **Ακολουθούν οι έξι μεγάλες παγκόσμιες τάσεις της γυναικείας επιχειρηματικότητας (Weforum.org. 2024):**

- **Οι γυναίκες των χωρών χαμηλού εισοδήματος είναι πιο πιθανό να έχουν επιχειρηματικές φιλοδοξίες και βλέψεις.**

Η έρευνα αναδεικνύει ότι οι γυναίκες των χωρών χαμηλού εισοδήματος είχαν τις υψηλότερες επιχειρηματικές προθέσεις/entrepreneurial intentions (28,2%), ενώ εκείνες των χωρών υψηλού εισοδήματος ήταν λιγότερο πιθανό να θέλουν να ξεκινήσουν μια επιχείρηση (11%). Πιο συγκεκριμένα, οι γυναίκες της Λατινικής Αμερικής και της Καραϊβικής, και εκείνες της Μέση Ανατολής και της Αφρικής προηγούνται παγκοσμίως, με μία στις τρεις γυναίκες σε αυτές τις περιοχές να δηλώνουν επιχειρηματικές προθέσεις. Εάν οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής καλλιεργήσουν την επιχειρηματική πρόθεση (entrepreneurial intention) των γυναικών των χωρών χαμηλού εισοδήματος και στηρίζουν τις επιχειρήσεις τους, θα διευκολυνθεί η έναρξη της επόμενης φάσης οικονομικής ανάπτυξης σε αυτές τις περιοχές.

- **Άνοδος της υψηλής ανάπτυξης επιχειρηματικότητας των γυναικών (high-growth entrepreneurship)**

Σε παγκόσμιο επίπεδο, μία στις τέσσερις γυναίκες επιχειρηματίες αναμένει να δει την ανάπτυξη της επιχείρησής της μέσα σε πέντε χρόνια, απασχολώντας έξι ή περισσότερα άτομα. Το ποσοστό αυτό αυξάνεται σε χώρες χαμηλού εισοδήματος (μία στις τρεις) και στη Βόρεια Αμερική (δύο στις πέντε). Οι γυναίκες αποτελούν την πλειοψηφία των καινοτόμων επιχειρηματιών στο Τόγκο (58,7%), την Ινδονησία (55,3%), τη Ρουμανία (54,5%), την Κολομβία (53,3%) και το Ιράν (52%). Αυτό υποδηλώνει ότι οι γυναίκες αμφισβητούν τα έμφυλα στερεότυπα που αφορούν τη γυναικεία





ηγεσία στον κόσμο των επιχειρήσεων. Μάλιστα, χτίζουν πετυχημένες, καινοτόμες επιχειρήσεις. Από την άλλη πλευρά, τα κοινωνικά στερεότυπα—οι έμφυλες προσδοκίες και ανισότητες λειτουργούν ως γυάλινη οροφή—εμποδίζουν τις γυναίκες επιχειρηματίες να αξιοποιήσουν πλήρως τις δυνατότητές τους. Αυτά τα εμπόδια πρέπει να αρθούν.

▪ **Οι νεότερες γυναίκες ηγούνται της επιχειρηματικότητας**

Οι γυναίκες επιχειρηματίες τείνουν να είναι νεότερες, κατά μέσο όρο, από τους άνδρες, ειδικά σε χώρες χαμηλού εισοδήματος. Η νεανική επιχειρηματικότητα των γυναικών—οι μικρομεσαίες και νεοφυείς επιχειρήσεις (startups)—οδηγούν την επιχειρηματικότητα που είναι ιδιαίτερα έντονη στη Βόρεια Αμερική, τη Μέση Ανατολή και την Αφρική, καθώς και σε χώρες χαμηλού εισοδήματος όπου οι γυναίκες κάτω των 34 ετών είναι πιο πιθανό να εμπλακούν σε επιχειρήσεις υψηλής ανάπτυξης. Οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής μπορούν να βοηθήσουν την ανάπτυξη της οικονομίας με την ενίσχυση της νεανικής επιχειρηματικότητας μέσω προγραμμάτων υποστήριξης και χρηματοδότησης σε πρώιμο στάδιο που στοχεύει ειδικά στις γυναίκες.

▪ **"Solopreneurs": Υπερσχύει η γυναικεία ατομική επιχειρηματικότητα**

Σε παγκόσμιο επίπεδο, οι γυναίκες είναι πιο πιθανό από τους άνδρες να ξεκινήσουν-ιδρύσουν μόνες τους (χωρίς συνétaιρο, σύζυγο ή σύντροφο) μια επιχείρηση, ιδιαίτερα στη Λατινική Αμερική και την Καραϊβική (44,5%) και στην Ευρώπη (39,3%). Μάλιστα, η Σλοβενία έχει το υψηλότερο παγκόσμιο ποσοστό γυναικείας ατομικής επιχειρηματικότητας (female solopreneurship), με περισσότερες από τέσσερις στις πέντε γυναίκες (81,8%) να ξεκινούν μια επιχείρηση χωρίς συνétaιρο. Επίσης, η πλειοψηφία (μεταξύ 50-55%) των γυναικών solopreneurs έχει λιγότερους από 5 υπαλλήλους. Έτσι, ενώ υπάρχουν περισσότερες γυναίκες solopreneurs, οι επιχειρήσεις τους λειτουργούν σε μικρή κλίμακα. Μία στοχευμένη προσέγγιση θα μπορούσε να βοηθήσει αυτές τις γυναίκες solopreneurs να αναπτύξουν/μεγαλώσουν τις επιχειρήσεις τους και να απασχολήσουν περισσότερους ανθρώπους, ενισχύοντας έτσι την οικονομία.



- **Υπάρχουν περισσότερες επιχειρηματικές έξοδοι παρά εισοδοι**

Περισσότερες γυναίκες των χωρών μεσαίων και χαμηλών εισοδημάτων εγκατέλειψαν την επιχειρηματικότητα συγκριτικά με εκείνες που ξεκίνησαν μια επιχείρηση το 2022. Τα υψηλά ποσοστά εξόδου των γυναικών επιχειρηματιών αντανακλούν τα ασταθή οικονομικά πλαίσια στη δημιουργία μιας επιχείρησης και τις βαθύτερες αιτίες που σχετίζονται με οικογενειακά, τοπικά ή περιφερειακά εμπόδια (πχ. κουλτούρα, έμφυλοι ρόλοι και κοινωνικές προσδοκίες). Οι εξατομικευμένες παρεμβάσεις θα μπορούσαν να στηρίξουν τις γυναίκες επιχειρηματίες για να επιβιώσουν από τις δυσκολίες του επιχειρηματικού και οικονομικού κύκλου.

- **Η έλλειψη θέσεων εργασίας είναι το κύριο κίνητρο για την επιχειρηματικότητα των γυναικών**

Σχεδόν τρεις στις τέσσερις γυναίκες (72,9%) αναφέρουν την έλλειψη εργασίας ως τον κύριο λόγο για την έναρξη της επιχείρησής τους, σε σύγκριση με περίπου τα δύο τρίτα των ανδρών (67,2%). Σε περιφερειακό επίπεδο, τα ποσοστά ήταν υψηλότερα για τις γυναίκες στη Λατινική Αμερική και την Καραϊβική (82,2%). Αυτή η τάση υποδηλώνει ότι η αυτοαπασχόληση προσφέρει ευκαιρία βιοπορισμού και οικονομική ανεξαρτησία για πολλές γυναίκες όταν οι θέσεις εργασίας είναι σπάνιες. Δεύτερος λόγος ήταν να αποκτήσουν πλούτο· τρίτος να κάνουν τη διαφορά· και ο τέταρτος οικογενειακή παράδοση. Η απόκτηση και οικοδόμηση πλούτου ήταν το πρώτο κίνητρο για τους άνδρες.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας, η δημιουργία επιχειρήσεων απαιτεί επιχειρηματική νοοτροπία (entrepreneurial mindset-building), οπότε η εστίαση στην απόκτηση επιχειρηματικής νοοτροπίας θα μπορούσε να παρέχει περισσότερα κίνητρα και όχι μόνο η έλλειψη εργασίας ως κύριος λόγος. Για να καλλιεργηθεί η επιχειρηματική νοοτροπία



απαιτούνται, μεταξύ άλλων, προγράμματα κατάρτισης και υποστήριξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας που θα βασίζονται περισσότερο στο κίνητρο των ευκαιριών και της καινοτομίας, και όχι μόνο στην έλλειψη εργασίας. Η δημιουργία επιχειρήσεων απαιτεί επιχειρηματική νοοτροπία (τις απαραίτητες δεξιότητες, γνώσεις και εργαλεία): (α) προσωπικές δεξιότητες (στόχοι, επικοινωνιακές δεξιότητες, διαχείριση χρόνου, αυτογνωσία), (β) επιχειρηματικές δεξιότητες και γνώσεις.

Η άνοδος της γυναικείας επιχειρηματικότητας υψηλής ανάπτυξης (high-growth) και της επιχειρηματικότητας των νέων/της νεολαίας σε χώρες χαμηλού εισοδήματος θα μπορούσε να συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη. Ωστόσο, εξακολουθούν να υπάρχουν εμπόδια στη γυναικεία επιχειρηματικότητα όσον αφορά στη χρηματοδότηση, τις δεξιότητες και τα κοινωνικά στερεότυπα που σχετίζονται με τις έμφυλες προσδοκίες και ανισότητες. Για να ξεπεραστούν αυτά τα εμπόδια απαιτούνται παρεμβάσεις από τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής που θα συμπεριλαμβάνουν τη δημιουργία προγραμμάτων καθοδήγησης, καθώς και παροχής στοχευμένων στρατηγικών χρηματοδότησης και στήριξης για την ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας, που θα συμπεριλαμβάνουν και την καλλιέργεια της επιχειρηματικής νοοτροπίας (Weforum.org 2024).

### **3. Η δίνη των πολλαπλών υποχρεώσεων και η έμφυλη κόπωση**

Γιατί συνεχίζω να χρησιμοποιώ το όρο *γυναικεία επιχειρηματικότητα*, δεδομένου ότι ποτέ δεν λέμε *ανδρική επιχειρηματικότητα*; Σαφώς, δεν βρισκόμαστε στην κοινωνική περιοχή του αθλητισμού όπου το φύλο, για λόγους ισότητας, κατηγοριοποιείται σε ανδρικά και γυναικεία αθλήματα: πχ. γυναικείος αθλητισμός και ανδρικός αθλητισμός (Πατσαντάρας 2014).

Το χρησιμοποιώ επειδή το έμφυλο χάσμα μεγαλώνει, και όχι μόνο στην κοινωνική περιοχή της οικονομίας ή της επιχειρηματικότητας, όπως επιβεβαιώνει και η τελευταία έκθεση του



Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ για το παγκόσμιο έμφυλο χάσμα, που δημοσιεύτηκε τον Ιούνιο του 2024. Σύμφωνα με τα στοιχεία της έκθεσης που εξετάζει 146 χώρες, αν συνεχίσουμε με τους σημερινούς ρυθμούς, θα χρειαστούμε 134 χρόνια για να κλείσει το παγκόσμιο έμφυλο χάσμα.<sup>7</sup> Εν ολίγοις, η τελευταία έκθεση δείχνει ότι θα χρειαστούν πέντε γενιές για να αποκτηθεί η ισότητα-ισονομία των φύλων σε όλους τους τομείς: οικονομία, παιδεία/εκπαίδευση, υγεία, πολιτική, μεταξύ άλλων (WEF 2024).<sup>8</sup>

Μπορούμε να περιμένουμε μέχρι το έτος 2158; Δεν νομίζω. Αναμφισβήτητα, οφείλουμε να επικεντρωθούμε στη γυναίκα και να μην προβληματιζόμαστε αν πρέπει να αποφεύγουμε να χρησιμοποιούμε τους όρους γυναίκα, γυναικεία επιχειρηματικότητα και γυναικεία υποεκπροσώπηση. Η φετινή έκθεση δείχνει ότι το παγκόσμιο έμφυλο χάσμα έχει μειωθεί μόνο κατά 1% (από 68,5% το 2023 σε 68,6% το 2024). Η Ελλάδα είναι 73η στον κόσμο, μεταξύ των 146 κρατών και περιοχών (παρά την άνοδο 20 θέσεων το 2024, συγκριτικά με το 2023) και βρίσκεται στην 34η θέση αναφορικά με την ισότητα των φύλων στην Ευρώπη (WEF 2024).

Όσον αφορά στο θέμα της επιχειρηματικότητας, παρατηρείται ότι το έμφυλο χάσμα μεγαλώνει, όχι μόνο στην Ελλάδα αλλά παγκοσμίως, όπως τεκμηριώνεται ερευνητικά (Anjum, Rahaman, Rahman & Dana 2024, Bennett 2024, Chhabra, Dana, Ramadani, & Jain 2024, Dibek and Aydin 2024, Duke 2024, Καμπερίδου 2018; Komodromos 2024, Medley-Cleveland 2024).

Επιπροσθέτως, μολονότι οι ανεπτυγμένες και αναπτυσσόμενες χώρες αναγνωρίζουν ότι οι επιχειρηματικές δραστηριότητες των γυναικών συμβάλλουν στην κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη και βιωσιμότητα, "η δίνη των πολλαπλών υποχρεώσεων και εργασιών/the multitasking whirlpool"

<sup>7</sup> Αντί για 131 το 2023, και 132 το 2022. Πριν την πανδημία η πρόβλεψη ήταν 99.5.

<sup>8</sup> Είναι ο μακροβιότερος δείκτης που παρακολουθεί την πρόοδο των προσπαθειών πολλών χωρών για την κάλυψη των ανισοτήτων μεταξύ των φύλων (των έμφυλων χασμάτων) με την πάροδο του χρόνου από την έναρξή του το 2006 (WEF 2024).



(Kamberidou, 2020) εξακολουθεί να οδηγεί στην *έμφυλη κόπωση*, υποδεικνύοντας ότι έχουμε ακόμη πολύ δρόμο να διανύσουμε, ειδικά στις αναπτυσσόμενες οικονομίες.

Σε αυτό το σημείο είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι παρατηρείται μεγάλο κύμα αποχωρήσεων/παραιτήσεων γυναικών (*leaky pipeline*) από την εργασία τους εξαιτίας των εμποδίων που αντιμετωπίζουν στην πορεία τους να εξελιχθούν, να ανέβουν σε ανώτερες βαθμίδες ή θέσεις ηγεσίας, και ως αποτέλεσμα να εξελιχθούν και μισθολογικά, μολονότι η διεθνής έρευνα δείχνει ότι οι γυναίκες εμφανίζουν υψηλότερα επίπεδα *ενθαρρυντικής* και *μετασχηματιστικής ηγεσίας* (*transformational leadership styles*) και ότι εταιρείες που απασχολούν γυναίκες και τις προωθούν σε ηγετικούς ρόλους ή θέσεις κλειδιά εμφανίζουν, κατά μέσο όρο, περισσότερα κέρδη και μεγαλύτερη βιωσιμότητα, και δεν πρέπει να σπαταλάται αυτό το ταλέντο (Kamberidou 2013, 2020, Mandell & Pherwani 2003, Παντούλη 2015).

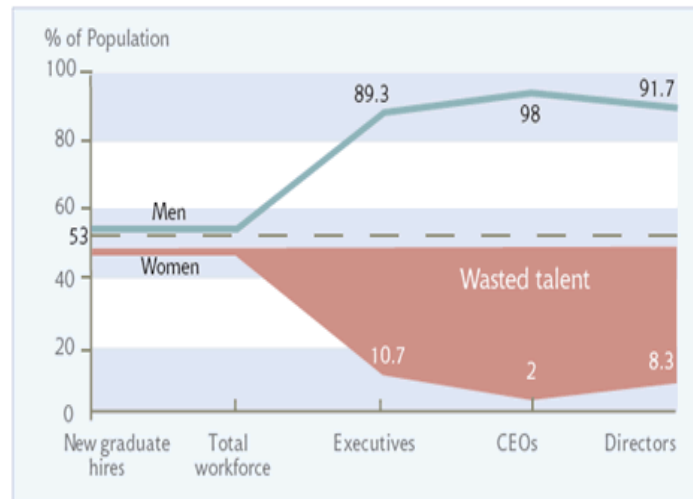
Σε αυτή τη σπατάλη γυναικείου ταλέντου αναφέρεται—με τον όρο *“the Stupid Curve”*— ο Mike Cook, πρώην Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος (CEO) της Deloitte & Touche, μεγάλης πολυεθνικής που είχε την έδρα της στη Νέα Υόρκη. Η φράση «καμπύλη ηλιθιότητας» (πως αλλιώς να το μεταφράσω) αναφέρεται σε εταιρείες, επιχειρήσεις και οργανισμούς που επιλέγουν το 90% των ηγετών τους από το 50% του προσωπικού τους—από 50% του ανθρώπινου δυναμικού τους—δηλαδή το ανδρικό μισό. Αυτό σημαίνει ότι οι άνδρες έχουν 9 φορές περισσότερες ευκαιρίες ή πιθανότητες, από τις γυναίκες που εργάζονται στην ίδια εταιρεία, να εξελιχθούν και να ανέβουν στην ιεραρχία. Το υπόλοιπο 50% (το άλλο μισό/το γυναικείο δυναμικό) αγνοείται και υποτιμάται.

Αυτή η έμφυλη υποτίμηση (η σπατάλη εσωτερικού ταλέντου) συμβάλλει στο έμφυλο χάσμα στην ηγεσία και την επιχειρηματικότητα που αντανακλάται σε παγκόσμιο επίπεδο σήμερα όπως



δείχνει και η τελευταία έκθεση του Παγκόσμιο Οικονομικού Forum (WEF 2024). Όπως ήδη αναφέρθηκε θα χρειαστούμε 134 χρόνια για να κλείσει το παγκόσμιο έμφυλο χάσμα.<sup>9</sup>

Fig 1: The "Stupid Curve"



Source: The CEW CEO Kit edition 2, EOWA Australian Census of Women in Leadership 2008

### "Καμπύλη Ηλιθιότητας / σπατάλη εσωτερικού ταλέντο"<sup>10</sup>

Αυτή η παγιωμένη τακτική και συνήθεια (pattern) έμφυλης διάκρισης-ανισότητας των εταιρειών (the stupid curve/η καμπύλη ηλιθιότητας) και η δίνη των πολλαπλών υποχρεώσεων και εργασιών (multitasking whirlpool), μεταξύ άλλων οδηγεί στην έμφυλη κόπωση.

<sup>9</sup> Αντί για 131 χρόνια το 2023, 132 το 2022 και 99.5 πριν την πανδημία. Πριν την πανδημία ήμασταν στην ογδο-εικοστή τέταρτη θέση (84) ανάμεσα σε 153 χώρες και η έκθεση έδειχνε ότι θα χρειαστούμε 99.5 χρόνια για να πετύχουμε την ισότητα-ισονομία σε όλους τους τομείς, μεταξύ ανδρών και γυναικών.

<sup>10</sup> Εικόνα από αναφορά των Chief Executive Women (CEW, 2009) για τις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς της Αυστραλίας.



Μελέτες με θέμα φύλο και επιχειρηματικότητα δείχνουν ότι οι γυναίκες συνεχίζουν την αναζήτηση ισορροπίας μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής. Οι γυναίκες συνεχίζουν, και τον 21<sup>ο</sup> αιώνα, να βιώνουν πολλαπλά επίπεδα έντασης και άγχους, αποτέλεσμα αυτής της δίνης των πολλαπλών υποχρεώσεων και εργασιών. Η ταυτόχρονη εκτέλεση πολλών εργασιών/υποχρεώσεων, στο οποίο συνήθως επιδίδεται το γυναικείο φύλο οδηγεί στην αποτυχία. Σαφώς δεν υπάρχει η *superwoman* όπως δεν υπάρχει ο *superman*! Δεν μπορούμε να τα κάνουμε όλα και να τα κάνουμε σωστά!



Kamberidou, Irene (2020) "Distinguished" women entrepreneurs in the digital economy and the Multitasking Whirlpool. *Journal of Innovation and Entrepreneurship* 9:1, 3. Springer Open, pp. 1-26. SPRINGER NATURE <https://doi.org/10.1186/s13731-020-0114-y> Link: <https://rdeu.be/b4sWF> or <https://rdeu.be/cMhbM>

Η πορεία προς την ισότητα καθυστερεί, σε μεγάλο βαθμό λόγω των ανισοτήτων στο θέμα της φροντίδας. Σύμφωνα με την έκθεση του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ (WEF 2024), απαιτείται μία συμπεριληπτική και δίκαιη οικονομία φροντίδας γιατί οι γυναίκες συνήθως αναλαμβάνουν την φροντίδα ατόμων με θέματα υγείας, και οι επιπτώσεις της αύξησης των



ευθυνών φροντίδας (Care Burden Impact) είναι να περιορίζεται η απασχολησιμότητα των γυναικών.

Οι γυναίκες αναλαμβάνουν σχεδόν τρεις φορές περισσότερο από τους άνδρες την καθημερινή φροντίδα των παιδιών, του σπιτιού και των ηλικιωμένων, παρατηρεί ο Gary Barker (2024). Αυτό συχνά αγνοείται ως θέμα, ενώ η οικονομία της περίθαλψης ή ο τομέας της οικονομίας της φροντίδας λαμβάνει αυξημένη προσοχή. Για να επιτευχθεί η οικονομική και πολιτική ισότητα των γυναικών και των κοριτσιών προϋπόθεση είναι οι άνδρες και τα αγόρια να μοιραστούν τις ευθύνες αυτές, και οφείλουν να γίνουν υπέρμαχοι της οικονομίας της φροντίδας, τονίζει ο Barker (2024), προσθέτοντας ότι «οι άνδρες χρειάζονται μεγαλύτερο ρόλο στην φροντίδα (caregiving).»

**Η συμμετοχή των ανδρών στην φροντίδα θα διευκόλυνε τη συμμετοχή ή την είσοδο των γυναικών στην αγορά εργασίας/στο εργασιακό χώρο.** Βέβαια, παρατηρείται κάποια μικρή πρόοδος στην παροχή υπηρεσιών φροντίδας από τους άνδρες. Η Έκθεση της Παγκόσμιας Τράπεζας με τίτλο: *The World Bank's Women, Business and the Law Report 2024* διαπίστωσε ότι επτά χώρες εισήγαγαν 15 πολιτικές αλλαγές για την υποστήριξη των γονέων, συμπεριλαμβανομένων πέντε χωρών που ενέκριναν την άδεια πατρότητας για πρώτη φορά.

Επίσης, τα δεδομένα έρευνας σε 17 χώρες από το *Equimundo's 2023 State of the World's Fathers*, δείχνουν ότι οι άνδρες προσφέρουν περισσότερη φροντίδα από ό,τι στο παρελθόν, αλλά καμία χώρα δεν έχει πετύχει την ισότητα όσον αφορά στον καθημερινό χρόνο παροχής φροντίδας. Ενώ περισσότερες χώρες προσφέρουν άδεια πατρότητας, το πρόβλημα συνεχίζει να είναι η έλλειψη επαρκούς άδειας πατρότητας. Από το 2022, για παράδειγμα, 186 χώρες προσέφεραν σε εθνικό επίπεδο, άδεια μητρότητας και 122 χώρες άδεια πατρότητας. Μάλιστα, όταν προσφέρεται άδεια πατρότητας οι άνδρες παίρνουν κατά μέσο όρο μόνο 22,5 ημέρες, πολύ λιγότερες σε σύγκριση με τις γυναίκες που παίρνουν 192,3 (Barker 2024).





Στις συζητήσεις για τη γυναικεία ηγεσία και επιχειρηματικότητα επισημαίνεται έντονα και επανειλημμένα το θέμα της εξισορρόπησης επαγγελματικής σταδιοδρομίας και ιδιωτικής/οικογενειακής ζωής.

Ο αγγλικός όρος multitasking whirlpool (η δίνη των πολλαπλών υποχρεώσεων και εργασιών)—που κατοχύρωσα το 2018, για να περιγράψω καλύτερα τη γυναικεία εμπειρία—που έχει τεκμηριωθεί επανειλημμένα σε έρευνες εδώ και δεκαετίες— αναφέρεται στις εργαζόμενες γυναίκες που ακροβατούν, ταχυδακτυλουργούν ή τραβιόνται προς όλες τις κατευθύνσεις για να χειριστούν, να πραγματοποιήσουν ή να καλύψουν συγχρόνως πολλές υποχρεώσεις, εργασίες και ανάγκες: οικιακές, οικογενειακές, επαγγελματικές, κοινωνικές, και προσωπικές ενώ επιδιώκουν να διαχειριστούν και ατομικούς ή δημιουργικούς στόχους και προσδοκίες. Αυτή η *δίνη των πολλαπλών εργασιών και υποχρεώσεων* (the multitasking whirlpool) είναι αποτέλεσμα των κοινωνικο-πολιτισμικών προσδοκιών που θεμελίωσαν στερεότυπα και ιδεολογίες περί φύλου, έμφυλων ρόλων και ειδικά το παγιωμένο πρότυπο (pattern) ότι «πρέπει να τα κάνουμε όλα» ότι η γυναίκα τα κάνει όλα. Αυτό το πρότυπο συνέβαλε στην διαμόρφωση της ταυτότητας της υπεράνθρωπης γυναίκας (superwoman identity). Ως αποτέλεσμα, λόγω αυτών των αντικρουόμενων κοινωνικών ρόλων και ταυτοτήτων, οι γυναίκες βιώνουν πολλαπλά επίπεδα έντασης και αντιφατικά συναισθήματα (Kamberidou 2020).

Αναμφισβήτητα, η τεχνολογική πρόοδος προσφέρει τη δυνατότητα στις γυναίκες (και όχι μόνο), να συμμετέχουν στην ψηφιακή επιχειρηματικότητα. Ωστόσο, η επιχειρηματικότητα παραμένει μια έμφυλη δραστηριότητα και οι γυναίκες εξακολουθούν να βιώνουν τη ταραχώδη *δίνη των πολλαπλών υποχρεώσεων και εργασιών* που συμβάλλει στην έμφυλη κόπωση (gender fatigue) που εκδηλώνεται στους εργασιακούς χώρους. Η Elizabeth Kelan (2009, 2010) είναι η πρώτη που χρησιμοποίησε και κατοχύρωσε τον όρο gender fatigue, το οποίο μετέφρασα το 2010 ως «έμφυλη κόπωση» (Καμπερίδου 2010).



Η ποιοτική μελέτη της Kelan (2010), που συμπεριλαμβάνει συνεντεύξεις με υπαλλήλους σε δύο μεγάλες εταιρείες πληροφορικής στην Ελβετία, έδειξε ότι πολλές εργαζόμενες, και ειδικά οι νεότερες γυναίκες, βίωναν ή «έπασχαν» από έμφυλη κόπωση: απώλεια ενέργειας, έλλειψη ενδιαφέροντος, συναισθηματική κούραση ή υπερβολική εξάντληση να διαπραγματευτούν, να διεκδικούν ή να συμμετέχουν σε συζητήσεις που αφορούν έμφυλες διακρίσεις, ανισότητες και προκαταλήψεις στον εργασιακό χώρο: π.χ. μισθολογικές, θέσεις ηγεσίας.

Η Kelan (2010) πραγματοποίησε 26 ποιοτικές συνεντεύξεις εις βάθος με το προσωπικό αυτών των εταιριών (16 άνδρες και 10 γυναίκες 25-52 ετών, η πλειονότητα των γυναικών 35+) ενώ τους ακολουθούσε και τους παρατηρούσε στο χώρο εργασίας (job shadowing). Διέκρινε ότι οι γυναίκες, συνήθως, αποκλείονται από την κοινωνική δικτύωση (networking) στο χώρο εργασίας και εμποδίζονται οι επαφές τους με πελάτες. Τονίζει, επίσης, ότι οι νέες γυναίκες ήταν εκείνες που βίωναν την έμφυλη κόπωση σε μεγαλύτερο βαθμό. «Οι νεότερες γυναίκες», παρατηρεί η Kelan (2010), «δυσκολεύονται να συνδεθούν με τα γυναικεία δίκτυα στο χώρο εργασίας τους επειδή θεωρούν ότι αυτά τα δίκτυα ανήκουν στη γενιά της μητέρας τους». Οι νέες γυναίκες πιστεύουν πως τα θέματα φύλου και ισότητας δεν έχουν σημασία πλέον επειδή έχουν λυθεί προ πολλού, καθιστώντας πιο δύσκολο τον εντοπισμό των ήπιων μορφών διακρίσεων και προκαταλήψεων στον εργασιακό χώρο.

Σε άρθρο της το 2009 τονίζει ότι η έμφυλη διάκριση παραμένει χαρακτηριστικό της επαγγελματικής ζωής σε πολλά επίπεδα, και παρατηρεί ότι πολλές έρευνες «κατασκευάζουν τους χώρους εργασίας ως ουδέτερους ως προς το φύλο», δηλαδή ότι υπάρχει έμφυλη ουδετερότητα στον εργασιακό χώρο: δεν παίζει ρόλο το φύλο σε προσλήψεις ή προαγωγές του προσωπικού. «Αυτό», προσθέτει, «δημιουργεί ιδεολογικό δίλημμα στους υπαλλήλους, στο ανθρώπινο δυναμικό όσον αφορά το πως μπορούν να εξηγήσουν ή να αντιληφθούν την έμφυλη διάκριση στο χώρο



εργασίας ενώ ταυτόχρονα παρουσιάζεται ο εργασιακός χώρος ως ουδέτερο (gender neutral);» (Kelan 2009).

Στο άρθρο της, που δημοσιεύτηκε το 2009, διερευνά αυτό το δίλημμα με το προσωπικό που εργαζόταν στις Τεχνολογίες Πληροφοριών και Επικοινωνιών (ΤΠΕ). Εξετάζει πως αυτοί οι υπάλληλοι αντιλαμβάνονται και τι λένε για τις διακρίσεις λόγου φύλου. Λοιπόν, αντί να αρνούνται ότι συμβαίνουν έμφυλες διακρίσεις, όπως υποστηρίζει, «αναγνωρίζουν ότι μπορούν να συμβούν, αλλά τις ‘κατασκευάζουν’ (τις θεωρούν) ως κάτι σπάνιο που συνέβαινε στο παρελθόν, και αναθέτουν την ευθύνη/το βάρος στις γυναίκες οι οποίες πρέπει να το αποφεύγουν ή να ξεπερνούν τέτοια εμπόδια [στο χώρο εργασίας]. Οπότε, πλοηγώντας γύρω από αυτό το ιδεολογικό δίλημμα περί έμφυλης ουδετερότητας [που υποτίθεται υπάρχει στο χώρο εργασίας] και το θέμα των έμφυλων διακρίσεων, [οι γυναίκες που συμμετείχαν στην έρευνα] εμφάνιζαν έμφυλη κόπωση», όπως υποστηρίζει η (Kelan 2009).

Πράγματι, αν μιλήσεις με ανθρώπους στους χώρους εργασίας σήμερα, αντιλαμβάνεσαι ότι νομίζουν ή έχουν την εντύπωση ότι υπάρχει έμφυλη ουδετερότητα: ότι το φύλο δεν παίζει ρόλο, δηλαδή πιστεύουν ότι υπάρχει ισονομία και ισότητα (ισότιμη μεταχείριση). Αυτό το συναίσθημα, αυτή η άποψη οφείλεται στην *έμφυλη κόπωση*, δηλαδή στην εξάντληση, αδιαφορία ή έλλειψη ενέργειας των νέων γυναικών να ασχοληθούν, να αναγνωρίσουν, να δεχτούν, ή να αντισταθούν σε έμφυλες διακρίσεις στον εργασιακό χώρο, καθώς επίσης στην έλλειψη επιθυμίας ή ενδιαφέροντος να αντιμετωπίσουν εκ νέου προβλήματα που θεωρούν ότι λύθηκαν από τις προηγούμενες γενιές, όπως η σεξουαλική παρενόχληση.

Μολονότι η Kelan (2010, 2009) υπήρξε η πρώτη ερευνήτρια που κατοχύρωσε τον όρο gender fatigue, 26-27 χρόνια πριν από αυτήν η κοινωνική ψυχολόγος Faye Crosby (1984) περιγράφει το



ίδιο φαινόμενο, διακρίνοντας παρόμοια τάση σε εργασιακούς χώρους. Στην έρευνά της υποστηρίζει ότι οι περισσότερες εργαζόμενες γυναίκες δεν αντιλαμβάνονται ή αρνούνται να αποδεχτούν ότι έχουν πέσει θύμα έμφυλης διάκρισης. Αρνούνται, επίσης, να αναγνωρίσουν την έμφυλη διάκριση στον εργασιακό χώρο ακόμα και όταν βλέπουν άλλες γυναίκες να υφίστανται σεξουαλική παρενόχληση ή διακρίσεις λόγω μητρότητας, εγκυμοσύνης, τοκετού, γαλουχίας, ασθένειας και οικογενειακής κατάστασης, μεταξύ άλλων.

Σαφώς, θα μπορούσαμε να επαναφέρουμε στη συζήτηση και το θέμα των ήπιων μορφών κοινωνικών διακρίσεων που είναι πιο δύσκολο να εντοπιστούν και οδηγούν στην έμφυλη κόπωση καθώς και στις αποχωρήσεις/ παραιτήσεις γυναικών (leaky pipeline).

Η άρνηση να αναγνωρίζεις την έμφυλη διάκριση προάγει την άποψη ότι το σύστημα είναι δίκαιο και λειτουργεί σωστά. Σε αυτό το συμπέρασμα, μεταξύ άλλων, κατέληξαν οι Jamie Napier, Alexandra Suppes και Maria Laura Bettinsoli (2020), μετά από σειρά ερευνών που πραγματοποίησαν με 20.000 συμμετέχοντες, από 23 χώρες. Τα ερευνητικά αποτελέσματα δείχνουν ότι, αυτή η άρνηση να αναγνωρίζεις τις έμφυλες διακρίσεις στον εργασιακό χώρο, αποτελεί μηχανισμός αυτό-άμυνας ή μηχανισμός αντιμετώπιση ανισοτήτων σε ατομικό επίπεδο. Υποστηρίζουν ότι αποτελεί *στρατηγική αποστασιοποίησης*, που διαιώνίζει και αναπαράγει την ανισότητα των φύλων σε εργασιακούς χώρους.

Σε αυτό το σημείο, θα πρέπει να τονίσουμε ότι η έμφυλη κόπωση δεν οφείλεται αποκλειστικά στη δίνη των πολλαπλών υποχρεώσεων/εργασιών (multitasking whirlpool). Η έμφυλη κόπωση είναι αποτέλεσμα της έμφυλης υποτίμησης της γυναικείας εργασίας, επαγγέλματος ή απασχόλησης: πχ. μισθολογική, εξέλιξη σε ηγετική θέση μεταξύ άλλων (Καμπερίδου, 2020).



Ενδεικτικό παράδειγμα αποτελεί το σημερινό μισθολογικό χάσμα (WEF 2024) και η «τιμωρία μητρότητας», δηλαδή το γονεϊκό μισθολογικό χάσμα.

### 3.1. Το γονεϊκό μισθολογικό χάσμα: η τιμωρία μητρότητας

Πρόσφατη έρευνα διερευνά το ρόλο των πολυεθνικών και πώς οι πολυεθνικές δημιουργούν τις μισθολογικές διαφορές. Οι πολυεθνικές επιχειρήσεις που αναγνωρίζονται ευρέως για την απασχόληση μεγάλου αριθμού γυναικών υπαλλήλων, καλλιεργούν έμφυλες ανισότητες, υποστηρίζουν οι van der Straaten, Pisani και Kolk (2024), χρησιμοποιώντας μια βάση δεδομένων με πάνω από 36.500 εργαζομένων σε 57 χώρες.

Τα εμπειρικά στοιχεία τεκμηριώνουν ότι οι υπάρχουσες έμφυλες ανισότητες ενδέχεται να επιδεινωθούν αντί να αμβλυνθούν. Σύμφωνα με τα δεδομένα της έρευνας, το γονεϊκό μισθολογικό χάσμα (ή το μισθολογικό χάσμα των γονέων)— διαφορετικά επίπεδα μισθών για εργαζομένους με ή χωρίς παιδιά – είναι ένας από τους βασικούς παράγοντες που συμβάλλουν στις μισθολογικές διαφορές μεταξύ των δύο φύλων.

Προηγούμενες μελέτες έχουν ήδη επισημάνει την ύπαρξη της λεγόμενης «τιμωρίας μητρότητας» (motherhood penalty) και του «μπόνους πατρότητας» (fatherhood bonus), αλλά η πρόσφατη έρευνα των van der Straaten, Pisani, και Kolk (2024) που επικεντρώνεται στις πολυεθνικές (multinationals), δείχνει ότι οι πολυεθνικές όχι μόνο πληρώνουν ελάχιστα τις μητέρες αλλά πληρώνουν τους υπαλλήλους πατέρες πολύ περισσότερο. Δηλαδή, η εργαζόμενη μητέρα λαμβάνει πολύ χαμηλότερο μισθό από τον εργαζόμενο πατέρα. Επίσης, οι εργαζόμενες μητέρες λαμβάνουν χαμηλότερο μισθό από τις άτεκνες εργαζόμενες γυναίκες, ενώ οι πατέρες κερδίζουν περισσότερα από τους άτεκνους άντρες συνομηλίκους τους.

Εν ολίγοις, η γονεϊκότητα των γυναικών τιμωρείται. Η γονεϊκότητα προσδιορίζει τους μισθούς: το γεγονός ότι οι μητέρες κερδίζουν λιγότερα από τις άτεκνες συνομήλικές τους



γυναίκες, ενώ οι πατέρες κερδίζουν περισσότερα από τους άτεκνους άντρες συνομηλίκους τους αναπαράγει το μισθολογικό χάσμα και την υποεκπροσώπηση των γυναικών σε θέσεις/ρόλους ηγεσίας, μεταξύ άλλων.

#### 4. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός και η γυναικεία ψηφιακή επιχειρηματικότητα

Οι γυναίκες αποτελούν σημαντικό μέρος του παγκόσμιου εργατικού δυναμικού και η ισότητα των φύλων στο χώρο εργασίας είναι απαραίτητη όχι μόνο για την εμπειρία των γυναικών αλλά και για την υγεία της παγκόσμιας οικονομίας. Ωστόσο, καμία χώρα ή βιομηχανία δεν πέτυχε να κλείσει το έμφυλο χάσμα, και ειδικά στην ηγεσία, και όπως τονίζεται στην έκθεση του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ (WEF 2024) είναι απίθανο να αλλάξει κάτι σύντομα χωρίς σημαντική αλλαγή προσέγγισης.



© "Digital women share – digital women entrepreneurs" by Areti Kamperidis



Αναμφισβήτητα, ο ψηφιακός μετασχηματισμός και γενικότερα η τεχνολογική πρόοδος, δίνει τη δυνατότητα στις γυναίκες να συμμετέχουν στην ψηφιακή επιχειρηματικότητα. Οι γυναίκες δημιουργούν/συστήνουν ηλεκτρονικές-ψηφιακές επιχειρήσεις. Τα ψηφιακά εργαλεία και οι ψηφιακές πλατφόρμες απαλλάσσουν τις γυναίκες από πολλά οικονομικά βάρη στο ξεκίνημα μιας επιχείρησης. Πληθώρα ερευνών επιβεβαιώνουν την αποτελεσματικότητα των Τεχνολογιών της Πληροφορίας και Επικοινωνίας (ΤΠΕ) όχι μόνο στην παροχή ευέλικτων συνθηκών εργασίας ή ωραρίων, αλλά και στην ανάπτυξη και διατήρηση μιας επιχείρησης (ηλεκτρονικό εμπόριο, ψηφιακή επιχείρηση) με χαμηλότερο κόστος. Επίσης, η τεχνολογία διευκολύνει την κοινωνική δικτύωση και την ευελιξία εργασίας και προσωπικής ζωής (Kamberidou 2020).

Ωστόσο, η επιχειρηματικότητα παραμένει μια έμφυλη δραστηριότητα και οι γυναίκες εξακολουθούν να αντιμετωπίζουν τη δίνη των πολλαπλών υποχρεώσεων/εργασιών. Αυτό καταδεικνύεται ξεκάθαρα στη διδακτορική διατριβή της Parul Malik (2017) με θέμα τη γυναικεία ψηφιακή επιχειρηματικότητα (women digital entrepreneurs). Η ερευνήτρια αναλύει τα δεδομένα από 30 συνεντεύξεις εις βάθος που πραγματοποίησε με γυναίκες που έχουν ηλεκτρονικές-ψηφιακές επιχειρήσεις ή ασχολούνται με το ηλεκτρονικό εμπόριο με έδρα τις ΗΠΑ.

Η Malik (2017) υποστηρίζει ότι οι γυναίκες βιώνουν "αντιφατικές έλξεις" εξαιτίας των κοινωνικών μηνυμάτων ή των κοινωνικών προσδοκιών, λόγω φύλου που συνδέονται με πολλαπλούς ρόλους σε δημόσιους και ιδιωτικούς χώρους. Οι έμφυλες διαδικασίες διαμορφώνουν συνεχώς τα αποτελέσματα της ψηφιακής επιχειρηματικότητας. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, οι γυναίκες βιώνουν πολλαπλά επίπεδα έντασης όταν διαπραγματεύονται: (α) κοινωνικές συζητήσεις για την επιχειρηματικότητα, (β) την επαγγελματική τους σταδιοδρομία και (γ) τις ευκαιρίες και προκλήσεις του ψηφιακού τοπίου. Συγκεκριμένα, πιέζονται από το κοινωνικό περιβάλλον "να βρουν μια πραγματική δουλειά, στον πραγματικό κόσμο", σε αντίθεση με το εικονικό περιβάλλον ή την διαδικτυακή εργασία από το σπίτι. Πιέζονται επίσης, όσον αφορά στις



δικές τους δημιουργικές-ατομικές αναζητήσεις και ενδιαφέροντα, ενώ διαχειρίζονται επιχειρηματικές, κοινωνικές και οικογενειακές υποχρεώσεις.

Η Kim Tran (2014)—στη διδακτορική της διατριβή στο Trinity Washington University, που συμπεριλαμβάνει συνεντεύξεις με 55 γυναίκες επιχειρηματίες—αναλύει τον αντίκτυπο των ψηφιακών μέσων στη διαδικασία της γυναικείας επιχειρηματικότητας καθώς και τους λόγους για τους οποίους οι γυναίκες αποφασίζουν να γίνουν επιχειρηματίες στο εξελισσόμενο ψηφιακό τοπίο. Τα ευρήματα της έρευνας (ποιοτικής και εμπειρικής) δείχνουν ότι πρωταρχικό κίνητρο είναι η απόκτηση ανεξαρτησίας από τις πατριαρχικές, ιεραρχικές και ανδροκεντρικές δομές του εταιρικού χώρου εργασίας. Η Θεωρία της Κοινωνικής Ταυτότητας, η Θεωρία Χρήσεων και Ικανοποίησης και η Θεωρία της Επικοινωνίας των Φύλων<sup>11</sup> εφαρμόστηκαν για τον εντοπισμό συσχετίσεων μεταξύ των νέων εργαλείων ψηφιακών μέσων, κοινωνικών πλατφορμών και χαρακτηριστικών επικοινωνίας σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο οι γυναίκες ξεκινούν και λειτουργούν τις επιχειρήσεις τους στο ψηφιακό τοπίο.

Επιπρόσθετα, σχετικά με τα κίνητρα και τα χαρακτηριστικά των 55 γυναικών επιχειρηματιών, τα υποκείμενα της έρευνας δηλώνουν ότι ήθελαν να γίνουν μέλη της γυναικείας επιχειρηματικής κοινότητας και χρησιμοποιούν όρους, όπως πάθος, αγάπη, ελευθερία και ευελιξία. Τα κύρια κίνητρα των 55 συμμετεχουσών στην έρευνα ήταν πιο αφηρημένα, συναισθηματικά προσανατολισμένα και σπάνια βασισμένα αποκλειστικά σε οικονομικά κίνητρα. Τα ευρήματα επιβεβαιώνουν ότι οι γυναίκες επιδιώκουν την προσωπική ολοκλήρωση και αναζητούν νόημα ζωής μέσω της επιχειρηματικότητας και όχι πρώτα και αποκλειστικά το κέρδος.

Επιπρόσθετα, η σημαντική επίδραση των ψηφιακών μέσων για να βοηθήσουν τις γυναίκες να ξεκινήσουν με χαμηλότερο κόστος και να διατηρήσουν μια επιχείρηση επιβεβαιώνεται και στην

---

<sup>11</sup> The Social Identity Theory, the Uses and Gratification Theory and the Gender Communication Theory were applied to identify correlations between new digital media tools, social platforms and communication traits on how women start and operate their businesses in the digital landscape (Kamberidou 2020).





έρευνα της Tran (2014). Οι μισές από τις γυναίκες επιχειρηματίες που συμμετείχαν στην έρευνα αφιερώνουν πάνω από 75% του χρόνου στο διαδίκτυο για τη διεξαγωγή της επιχειρηματικής τους δραστηριότητα. Η πλειοψηφία ανέφερε το Facebook και το Twitter ως τα κύρια εργαλεία ψηφιακών μέσων που χρησιμοποιούνται για τη λειτουργία των επιχειρήσεών τους. Τα ευρήματα δείχνουν επίσης, ότι η οικοδόμηση σχέσεων είναι πλέον μια αναγκαιότητα στις ψηφιακές και κοινωνικές πλατφόρμες, όπως η δημιουργία πιστών followers στο Facebook και στο Twitter μέσω της ενίσχυσης και της καλλιέργειας σχέσεων με πελάτες/πελάτισσες σε μακροπρόθεσμη βάση, κάτι που, όπως υποστηρίζει η Tran (2014), δεν έχει καμία σχέση με τα «αρσενικά» ή «θηλυκά» πρότυπα επικοινωνίας.

Ως απαραίτητες πρωταρχικές δεξιότητες επικοινωνίας, για το σχηματισμό και τη διατήρηση κοινωνικών σχέσεων σε διαδικτυακά περιβάλλοντα, οι συμμετέχουσες στην έρευνα ανέφεραν τη «γραφή» (writing) και την «ακρόαση» (listening), δηλαδή την ικανότητα να ακούει. Σύμφωνα με τα συμπεράσματα της έρευνας, υπάρχει μια ισχυρή, θετική συσχέτιση μεταξύ των ψηφιακών μέσων και της γυναικείας επιχειρηματικότητας για την πλειοψηφία των συμμετεχουσών. Ακόμα, παρατηρείται ότι απαλλάσσονται οι γυναίκες από πολλά οικονομικά βάρη όταν ξεκινούν μια επιχείρηση. Η πλειοψηφία δηλώνει ότι θα ήταν πολύ ακριβό οικονομικά να ιδρύσουν και να αναπτύξουν τις επιχειρήσεις τους χωρίς τα εργαλεία και τις πλατφόρμες των ψηφιακών μέσων.

Κατά την Kamberidou (2020), όσον αφορά στις απαραίτητες δεξιότητες, εκτός από εκείνη της επικοινωνίας και του ψηφιακού εγγραμματοτισμού που είναι ένας πυλώνας στο δρόμο για την ψηφιακή μετάβαση, η πετυχημένη επιχειρηματικότητα, η πετυχημένη επιχειρηματίας ή ο πετυχημένος επιχειρηματίας είναι καινοτόμος/α και άτομο με όραμα· αναλαμβάνει πρωτοβουλίες· αποδέχεται την αλλαγή, το ρίσκο και την αποτυχία· οργανώνει και αναδιοργανώνει τους κοινωνικούς και οικονομικούς μηχανισμούς, ξέρει να ακούει, να μοιράζεται και να δημιουργεί πνεύμα ομαδικότητας. Υποστηρίζει επίσης ότι το έμφυλο χάσμα στο STEM (Επιστήμη/Φυσική,



Τεχνολογία, Μηχανική, Μαθηματικά), στις ΤΠΕ και σε συναφείς τομείς συνεχίζεται, παρά τις δεκαετίες πολιτικών μέτρων, νομοθεσιών και κυβερνητικών πρωτοβουλιών για ίσες ευκαιρίες.

Οι Kamberidou και Pascall (2020) επικεντρώνονται στο έμφυλο χάσμα στις ΤΠΕ και σε συναφείς τομείς, και ειδικά στις ψηφιακές δεξιότητες στο επιχειρηματικό τομέα. Συγκεκριμένα, ασχολούνται με την "κρίση των ψηφιακών δεξιοτήτων" (digital skills crisis), εστιάζοντας στους παράγοντες που συμβάλλουν στον ψηφιακό αποκλεισμό. Προβαίνουν σε μια εκτενή ανάλυση της τρέχουσας βιβλιογραφίας για τον αποκλεισμό από την οικονομία της ψηφιακής αγοράς ενός σημαντικού μέρους του εργατικού/ανθρώπινου δυναμικού—και ειδικότερα οι γυναίκες. Στην έρευνά τους αναδεικνύεται επίσης ότι ο αποκλεισμός από την ψηφιακή αγορά ενισχύεται και αναπαράγεται όταν συνδυάζεται η διάσταση του φύλου με άλλους παράγοντες/μεταβλητές όπως αναπηρία, ηλικία, φυλή και οικονομική στρωμάτωση. Παρατηρείται ότι οι γυναίκες εξακολουθούν να υποεκπροσωπούνται και να αποκλείονται ψηφιακά και οι προσπάθειες προσέγκυσης, στρατολόγησης και διατήρησης κοριτσιών και γυναικών στους κλάδους των STEM και των Τεχνολογιών της Πληροφορίας και Επικοινωνίας (ΤΠΕ) φαίνεται να αποτυγχάνουν, όπως επιβεβαιώνεται και σήμερα στην τελευταία έκθεση του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ (WEF 2024).

Εν ολίγοις, για να εξαλειφθεί το έμφυλο χάσμα στη συμμετοχή, τη μισθολογική εξέλιξη και την ηγεσία, απαιτείται: να αυξηθεί η γυναικεία συμμετοχή στις ΤΠΕ και στο STEM, η οικονομική ενδυνάμωση των γυναικών και, ειδικά, η προβολή γυναικείων προτύπων και μεντόρων. Αρχικά, η διάσταση του φύλου επιβάλλεται να εισαχθεί στην εκπαίδευση και ειδικά στους τομείς των ΤΠΕ, και των STEM. Δεύτερον, για να εισχωρήσουν περισσότερες γυναίκες και κορίτσια σε αυτούς τους κλάδους και να αναπαράγεται η συμμετοχή τους, είναι ουσιαστικής σημασίας να προβληθεί το προφίλ γυναικείων προτύπων, μεντόρων και ηγετών σε αυτούς του τομείς/κλάδους. Ακολούθως, οι ερευνήτριες συμπεριλαμβάνουν προτάσεις από τρεις πετυχημένες γυναίκες στις



ΤΠΕ, το STEM και την Κοινωνία της Πληροφορίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης, μετά από μια σειρά ημι-δομημένων συνεντεύξεων. Ενδεικτικά, για την αύξηση της «δεξαμενής» γυναικείων ταλέντων, τα τρία γυναικεία πρότυπα—Elizabeth Pollitzer (Ηνωμένο Βασίλειο), Rosalie Zobel (ΗΠΑ, Ηνωμένο Βασίλειο) και Όλγα Σταυροπούλου (Ελλάδα)—προτείνουν τη δημιουργία τεχνολογίας «φιλικής προς το γυναικείο φύλο», την προώθηση παιδείας ή εκπαίδευσης σε τομείς STEM και τη χρήση των *soft skills* στο ψηφιακό περιβάλλον

Κατά τη διευθύντρια της Portia Ltd., Elizabeth Pollitzer, και ιδρύτρια του ετήσιου Gender Summit<sup>12</sup>: «Οι ψηφιακές δεξιότητες σήμερα είναι εξίσου ζωτικής σημασίας όσο είναι να έχουμε ρεύμα, οπότε να φροντίσετε να τις αποκτήσετε! Επανεξετάστε και τον τρόπο με τον οποίο παρουσιάζονται οι ΤΠΕ στα κορίτσια και τις γυναίκες [...] Πρέπει να δημιουργήσουμε φιλικά προς τις γυναίκες σχέδια, πλατφόρμες και παραγωγή για να αυξήσουμε τη συμμετοχή και τη δέσμευση των γυναικών και να βελτιώσουμε τη γυναικεία εκπροσώπηση στο STEM.»

«Μάθετε να αναθέτετε ευθύνες, να διευθύνετε, να διαχειρίζεστε τους ανθρώπους [...] Καλλιεργήστε τις ηγετικές σας ικανότητες/δεξιότητες. Κάποια στιγμή, αν η καριέρα σας προχωρήσει καλά, θα γίνετε μάνατζερς. Δεν θα μπορείτε να κάνετε τα πάντα μόνες σας, οπότε πρέπει να μάθετε να διευθύνετε, να ηγείστε.» Αυτά συμβουλεύει η Rosalie Zobel, πρώην Διευθύντρια της DG INFSO (Information Society) Directorate C: Components and Systems της Κομισιόν. Η Zobel συνέβαλε στην συμμετοχή εκατοντάδων κοριτσιών και γυναικών στις ΤΠΕ, στο STEM, με τη διαμόρφωση πολιτικής για την ένταξη των γυναικών και κοριτσιών σε αυτούς τους κλάδους, μεταξύ άλλων.

---

<sup>12</sup> Το Gender Summit είναι μια πλατφόρμα όπου επιστήμονες, υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής, εμπειρογνώμονες για θέματα φύλου και ισότητας, και επιστημονικοί φορείς συνεργάζονται για την επίτευξη της ισότητας των φύλων στην έρευνα, την καινοτομία και τους κλάδους STEM (Kamberidou & Pascall, 2020).



«Χρησιμοποιήστε τα *soft skills* (ήπιες ή οριζόντιες δεξιότητες) στο ψηφιακό περιβάλλον, για να αφανίσουμε την τεχνοφοβία και τα έμφυλα στερεότυπα που κρατούν τις γυναίκες πίσω από την ψηφιακή εξέλιξη και ένταξη» επιμένει η κοινωνική επιχειρηματίας Όλγα Σταυροπούλου, σήμερα η Γενική Διευθύντρια της Ελληνικής Ένωσης Προστασίας Θαλάσσιου Περιβάλλοντος (Hellenic Marine Environment Protection Association-HELMEPA).

Σε αυτό το σημείο είναι σημαντικό να αναφέρω ότι η κ. Όλγα Σταυροπούλου, είχε επιλεγεί το 2014 ως Πρέσβειρα για την Παγκόσμια Ημέρα Γυναικείας Επιχειρηματικότητας για την Ελλάδα, μια πρωτοβουλία του WED της Νέας Υόρκης, σε συνεργασία με το Υπουργείο Εσωτερικών των ΗΠΑ. Σχετικά με την Παγκόσμια Ημέρα Γυναικείας Επιχειρηματικότητας (Women's Entrepreneurship Day-WED), οφείλω να επισημάνω εδώ ότι θεσμοθετήθηκε στα Ηνωμένα Έθνη στη Νέα Υόρκη και αναγνωρίστηκε από 144 χώρες στις 19 Νοεμβρίου 2014. Έχει στόχο τη δημιουργία ενός παγκόσμιου κινήματος που θα υποστηρίζει τις γυναίκες επιχειρηματίες με τη συμβολή ενός δικτύου διεθνώς καταξιωμένων γυναικών που θα λειτουργούν ως πρέσβειρες, μέντορες και κοινωνικά πρότυπα.

Η Όλγα Σταυροπούλου διαπρέπει στη γαλάζια οικονομία—οι τομείς που σχετίζονται με τη γαλάζια οικονομία στην Ελλάδα ξεπερνούν το 25% του ΑΕΠ της χώρας—και επιχειρεί στο πλαίσιο των δράσεων της [Πρωτοβουλίας '21\\* για την Κλιματική Αλλαγή και το Περιβάλλον](#). Επίσης, έχει συμπεριληφθεί 4 φορές στην ετήσια έκδοση της ICAP Group, με τις Γυναίκες Ηγέτες στις Επιχειρήσεις.

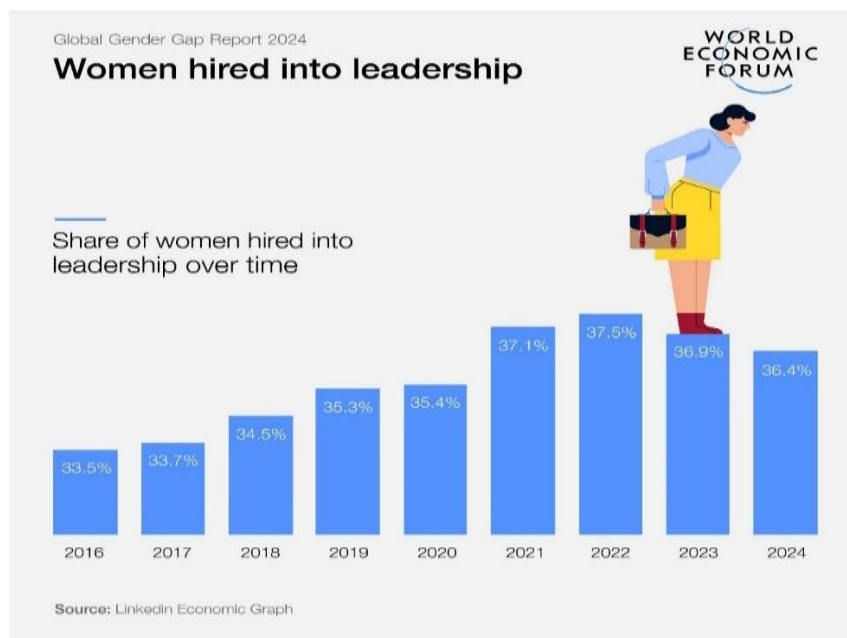
#### 4.1. Το έμφυλο χάσμα στην ηγεσία

Πρέπει να δράσουμε τώρα για την προώθηση των γυναικών σε ηγετικές θέσεις δεδομένου ότι οι αντιμετωπίζουν συστημικά εμπόδια και συστημικές προκλήσεις στην πρόσβαση σε ανώτερες θέσεις— και το ποσοστό προσλήψεων των γυναικών σε ηγετικούς ρόλους συνεχίζει να



μειώνεται—, όπως επιβεβαιώνουν και τα δεδομένα του LinkedIn στη φετινή έκθεση του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ για το Παγκόσμιο Χάσμα των Φύλων (WEF 2024).

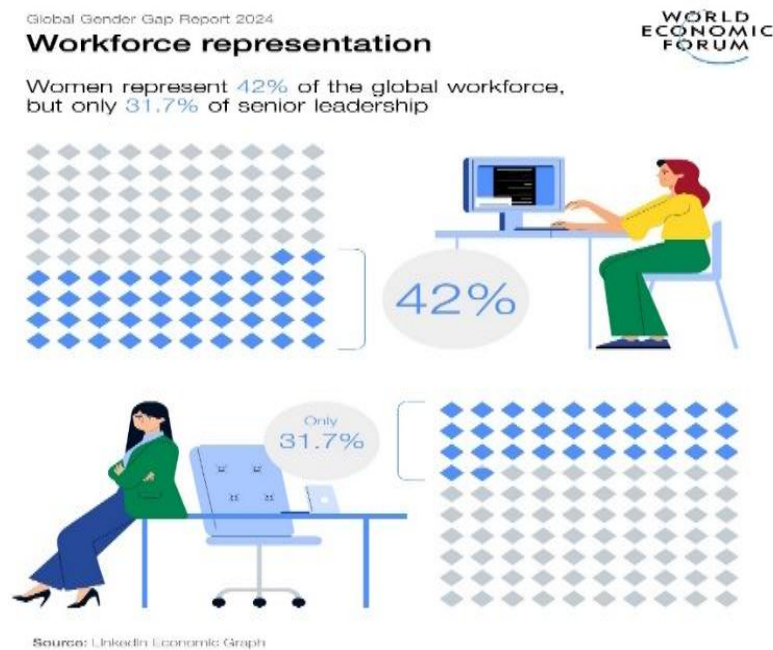
Επιπλέον πρέπει να δράσουμε για την προώθηση των γυναικών σ' έναν χώρο εργασίας που βασίζεται στην τεχνητή νοημοσύνη (AI). Ενώ η τεχνητή νοημοσύνη (AI) μεταβάλλει τους χώρους εργασίας, το ποσοστό προσλήψεων των γυναικών σε ηγετικούς ρόλους εξακολουθεί να μειώνεται και εδώ. Οι επιχειρήσεις μπορούν να διευκολύνουν την πρόσβαση των γυναικών σε ηγετικές θέσεις μέσω της αναβάθμισης και επανακατάρτισης (upskilling) δεξιοτήτων τεχνητής νοημοσύνης καθώς και της λήψης προορατικών μέτρων μάθησης και ανάπτυξης-εξέλιξης (Duke 2024, WEF 2024).



**Διάγραμμα 1 - Το έμφυλο χάσμα στην ηγεσία: Global Gender Gap Report/LinkedIn Economic Graph (WEF 2024)**



Στην ετήσια έκθεση για το παγκόσμιο χάσμα των φύλων, το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ αξιοποιεί τα δεδομένα του LinkedIn για να εντοπίσει και να αναδείξει τις βασικές τάσεις των γυναικών στον εργασιακό χώρο. Φέτος, τα στοιχεία δείχνουν ότι οι γυναίκες έχουν λιγότερες πιθανότητες (36.4%) από πέρυσι να φτάσουν σε ηγετική θέση (βλ. διάγραμμα 1), ενώ το 2022, το παγκόσμιο ποσοστό προσλήψεων γυναικών σε ηγετικούς ρόλους ήταν 37.5% (WEF 2024).



**Διάγραμμα 2- Η γυναικεία εκπροσώπηση σε ηγετικό επίπεδο 31,7 % (WEF 2024)**

Παρατηρείται αργή αλλά σταθερή πτωτική τάση παγκοσμίως, συμπεριλαμβανομένων των μεγάλων οικονομιών όπως εκείνων των ΗΠΑ, του Ηνωμένου Βασιλείου και της Γαλλίας. Η γυναικεία εκπροσώπηση σε ηγετικό επίπεδο έχει αυξηθεί λιγότερο από 1% σε έξι χρόνια (30,9%



σε 31,7%) όταν οι γυναίκες εκπροσωπούν το 42% του παγκόσμιου εργατικού/ανθρώπινου δυναμικού (βλ. διάγραμμα 2).

Σε περίπου έξι χρόνια, μέχρι το 2030, η τεχνητή νοημοσύνη (AI) μπορεί να δημιουργήσει 133 εκατομμύρια νέους ρόλους/θέσεις, ενώ προβλέπεται να αντικαταστήσει παγκοσμίως 75 εκατομμύρια θέσεις εργασίας που θα διαφέρουν από τις υπάρχουσες και συνεπώς το 54% των εργαζομένων θα χρειαστεί αναβάθμιση δεξιοτήτων. Το LinkedIn προβλέπει ότι, μέχρι το έτος 2030, οι δεξιότητες που θα απαιτούνται για θέσεις εργασίας παγκοσμίως θα αλλάξουν έως και 68%. Η Γενετική Τεχνητή Νοημοσύνη/το Generative AI (GenAI) βρίσκεται σε μια κομβική στιγμή.<sup>13</sup> Ήδη, τρία στα τέσσερα άτομα σε διάφορους χώρους εργασίας χρησιμοποιούν το GenAI για τη δημιουργία πολλαπλασιαστικών οφελών.<sup>14</sup> Αυτή η νέα τεχνολογία απαιτεί νέες δεξιότητες και τώρα πια οι βιομηχανίες, οργανισμοί και εταιρείες αρχίζουν να προσαρμόζουν τις στρατηγικές για το ανθρώπινο δυναμικό τους στην εποχή του GenAI.

Οι γυναίκες ήδη προχωρούν μπροστά με τη δική τους τεχνική αναβάθμιση δεξιοτήτων (technical upskilling) και επανακατάρτιση (reskilling) σε κλάδους υψηλής ζήτησης με έμφαση στις ψηφιακές και πράσινες δεξιότητες. Από το 2016, το ποσοστό των γυναικών στην τεχνητή νοημοσύνη (AI) και των γυναικών που εργάζονται στη μηχανική τεχνητής νοημοσύνης (AI

---

<sup>13</sup> Αναλυτικά βλέπε: <https://bigblue.academy/gr/generative-ai>: Τι Είναι το Generative AI; Το Generative AI αναφέρεται στις τεχνολογίες που χρησιμοποιούν τεχνητή νοημοσύνη για να δημιουργήσουν νέο περιεχόμενο. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει κείμενα, εικόνες, μουσική, βίντεο, και ακόμη παιχνίδια. «Τα οφέλη του Generative AI περιλαμβάνουν ταχύτερη ανάπτυξη προϊόντων, με μείωση του κύκλου παραγωγής αλλά και βελτιωμένη και πιο εξατομικευμένη εμπειρία πελατών. Ακόμη, η παραγωγικότητα των εργαζομένων ενισχύεται και η επιχείρηση μπορεί να αυξήσει την κερδοφορία της καθώς αυτοματοποιούνται επαναλαμβανόμενες και χρονοβόρες διαδικασίες και εξοικονομούνται πόροι και χρήμα».

<sup>14</sup> «Το generative AI είναι ένας τύπος μοντέλου μηχανικής εκμάθησης. Το generative AI δεν είναι άνθρωπος. Δεν μπορεί να σκέφτεται μόνο του ή να έχει συναισθήματα. Είναι εκπληκτικό στην εύρεση μοτίβων. Στο παρελθόν, το AI χρησιμοποιούνταν για την κατανόηση πληροφοριών και την παροχή προτάσεων. Πλέον, το generative AI μπορεί να μας βοηθήσει να δημιουργήσουμε νέο περιεχόμενο, όπως εικόνες, μουσική και κώδικα» (βλ. <https://support.google.com/websearch/answer/13954172?hl=el>).



engineering) έχει αυξηθεί. Ακολούθως, η έλευση του GenAI παρουσιάζει μια ευκαιρία για να κλείσει ή να γεφυρωθεί το έμφυλο χάσμα, επειδή οι δεξιότητες που θα απαιτούνται συμπεριλαμβάνουν και τις αποκαλούμενες *soft skills*.<sup>15</sup> **Συνεπώς, η έλευση του GenAI παρουσιάζει μια ευκαιρία που θα βοηθήσει να κλείσει το έμφυλο χάσμα.**

Όπως τεκμηριώνεται ερευνητικά, οι γυναίκες υπερτερούν σε δεξιότητες που σχετίζονται με την επικοινωνιακή-κοινωνική νοημοσύνη, βρίσκονται ένα βήμα μπροστά από τους άντρες στα *soft skills* (ήπιες ή οριζόντιες δεξιότητες): ξέρουν να ακούν και να μοιράζονται· δέχονται την κριτική πιο εύκολα· πλεονεκτούν στο να προσελκύουν άτομα για συζήτηση· πολλές περιγράφουν τη δημιουργία της επιχείρησής τους ως τη δημιουργία μιας ομάδας· δημιουργούν κίνητρα συνεργασίας· έχουν ανοιχτό μυαλό και ομαδικό πνεύμα· χτίζουν συναίνεση· αναλαμβάνουν το ρόλο του διαμεσολαβητή-ειρηνοποιού· είναι λιγότερο προβλέψιμες και πιο εφευρετικές από τους άνδρες· είναι πιο ευέλικτες, και λιγότερο αυταρχικές, έχουν ανοιχτό μυαλό και ομαδικό πνεύμα. Εν ολίγοις, τα ερευνητικά δεδομένα δείχνουν ότι η σημερινή οικονομία απαιτεί κάποιες δεξιότητες που ανιχνεύονται σε μεγαλύτερο βαθμό στις γυναίκες, αποκαλούμενες παλαιότερα θηλυκές ή γυναικείες «αρετές» (Kamberidou 2018, 2013, SheSpeaks 2011, Woolley and Malone 2011).

**Αυτό δεν υπονοεί ότι οι γυναίκες είναι πιο έξυπνες ή εγγενώς πιο ταλαντούχες και πιο εξειδικευμένες από τους άνδρες.** Υποδηλώνει όμως ότι η έμφυλη πολυμορφία (diversity), η εισαγωγή της έμφυλης διάστασης— η συνεργασία ανδρών και γυναικών— είναι απαραίτητη για την επίτευξη καλύτερων αποτελεσμάτων για την οικονομία και τη βιώσιμη ανάπτυξη. Εισάγοντας τη διάσταση του φύλου, οδηγούμαστε στην αξιοποίηση ολόκληρης της δεξαμενής ταλέντων (ανδρών και γυναικών) έτσι ώστε να παρέχεται ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και να εξαφανιστεί

---

<sup>15</sup> Soft skills: ήπιες ή οριζόντιες δεξιότητες, διαπροσωπικές δεξιότητες (όπως προσαρμοστικότητα, ομαδικότητα, επίλυση προβλημάτων, επικοινωνία-συναισθηματική νοημοσύνη, ηγετικές δεξιότητες) που διευκολύνουν τις συνεργασίες και την ομαδικότητα (Αναλυτικά βλέπε, Kamberidou 2020, 2013; Καμπερίδου 2018)





«η καμπύλη ηλιθιότητας» (stupid curve). **Εν ολίγοις, μεταβάλλονται τα κοινωνικά στερεότυπα περί φύλου.** Η σημερινή οικονομία απαιτεί αυτές τις αποκαλούμενες στο παρελθόν «θηλυκές/γυναικείες δεξιότητες» ή «γυναικείες αρετές»<sup>16</sup> (Kamberidou 2013) τις οποίες υιοθετούν όλο και περισσότεροι άνδρες επιχειρηματίες και στελέχη σήμερα, δεδομένου ότι εταιρείες που απασχολούν γυναίκες εμφανίζουν κατά μέσο όρο περισσότερα κέρδη και βιωσιμότητα (Kamberidou 2020, 2013; Καμπερίδου 2018).

Σήμερα, οι δεξιότητες που περιγράφονται ως soft skills είναι η ομαδικότητα, η ευελιξία, η δημιουργική σκέψη και οι αναλυτικές ικανότητες για την επίλυση σύνθετων προβλημάτων (πχ. ιεράρχηση προτεραιοτήτων και ικανότητα οργάνωσης), οι διαπροσωπικές ικανότητες (πχ. διαχείριση συναισθημάτων, αίσθηση του χιούμορ, ενσυναίσθηση), η ηθική και επαγγελματική δεοντολογία, η διαχείριση χρόνου, η ευελιξία, η προσαρμοστικότητα, και ειδικά οι ηγετικές ικανότητες. Όσον αφορά στο τελευταίο, καμία χώρα ή βιομηχανία, όπως ήδη αναφέρθηκε, δεν έχει πετύχει ακόμα να κλείσει το έμφυλο χάσμα στην ηγεσία.

Υπάρχουν όμως κάποιες κοινωνικές περιοχές που η πρόσβαση είναι πιο εύκολη, δηλαδή βιομηχανίες όπου περισσότερες γυναίκες συμμετέχουν σε ρόλους/θέσεις εισαγωγικού επιπέδου (entry-level roles), όπως η εκπαίδευση, οι κρατικές υπηρεσίες (government) και οι υπηρεσίες καταναλωτών. Εδώ, μολονότι παρατηρείται ότι περισσότερες γυναίκες φτάνουν σε ανώτερες θέσεις, εξακολουθεί να υπάρχει μία πτωτική τάση. Αυτή η πτώση της γυναικείας εκπροσώπησης στα ανώτατα ηγετικά επίπεδα είναι ακόμη πιο έντονη σε ανδροκρατούμενους κλάδους, όπως είναι ο κτηματομεσιτικός κλάδος (real estate), οι χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, η εφοδιαστική

---

<sup>16</sup> "In today's digital economy, the so-called 'feminine' skills and leadership qualities (e.g., listening, sharing, and building rapport and relationships) that promote and reproduce a culture of collaboration - whether the result of socialization, social conditioning, or biology - are significant now, more than ever! [...] The top self-described traits of the 'social woman' are that she listens and shares..." (Kamberidou, 2013: 6)



αλυσίδα και οι μεταφορές. Εν ολίγοις, είμαστε παγιδευμένοι σε έναν φαύλο κύκλο της αγοράς εργασίας που εμποδίζει τη συμμετοχή των γυναικών στην ηγεσία, και αυτό βλάπτει την οικονομία μας. Η έκθεση του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ για το 2024 επισημαίνει ότι αυτό είναι απίθανο να αλλάξει σύντομα χωρίς σημαντική αλλαγή προσέγγισης και ότι πρέπει να δράσουμε για να κλείσει αυτός ο φαύλος κύκλος. Ακολουθούν οι προτάσεις και οι παρατηρήσεις της έκθεσης (Duke 2024, WEF 2024):

1. Οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής πρέπει να διευκολύνουν τις επιχειρήσεις—και να απαιτήσουν ενέργειες από τις επιχειρήσεις— για τη στήριξη των γυναικών κατά τη διάρκεια της επαγγελματικής τους σταδιοδρομίας για να «ανοίξουν οι πόρτες»: να λάβουν οι γυναίκες την απαραίτητη υποστήριξη για τη διεκδίκηση και την ανάληψη ηγετικών θέσεων.
2. Επιβάλλεται η εφαρμογή δίκαιων πρακτικών και μέτρων προσλήψεων.
3. Για την προώθηση περισσότερων γυναικών σε ανώτερες θέσεις/ρόλους, απαιτείται μια προσέγγιση χωρίς αποκλεισμούς: αναβάθμιση δεξιοτήτων και ανάπτυξη της σταδιοδρομίας των γυναικών, που θα συμπεριλαμβάνει προγράμματα κατάρτισης και καθοδήγησης, ειδικά σε ρόλους/θέσεις προ και μεσαίας διοίκησης.
4. Να λαμβάνεται υπόψη η διάσταση του φύλου κατά την αναβάθμιση των δεξιοτήτων (reskilling) των εργαζομένων, ώστε οι γυναίκες να έχουν τις ίδιες ευκαιρίες με τους άνδρες να εξελιχθούν σε τομείς υψηλής ανάπτυξης (high-growth areas), όπως είναι η τεχνητή νοημοσύνη (AI).
5. Η εστίαση στις δεξιότητες των υποψηφίων κατά την πρόσληψη μπορεί να βοηθήσει τις γυναίκες να προχωρήσουν μπροστά όταν υποβάλλουν αίτηση για εργασία, όπως διαπίστωσε η έρευνα του LinkedIn. Όταν έδειξαν στις γυναίκες ή έγινε κατανοητό πώς οι δεξιότητές τους—αυτές που ήδη κατέχουν— κάλυπταν τις απαιτήσεις της εργασίας, τότε



σχεδόν διπλασιάστηκαν οι αιτήσεις των γυναικών και ως αποτέλεσμα και οι προσλήψεις γυναικών.

6. Τα στοιχεία δείχνουν ότι οι ευέλικτες πολιτικές εργασίας διευκολύνουν τις γυναίκες, που συνήθως υποβάλλουν αίτηση για υβριδικούς ρόλους/θέσεις και για εργασία μέσω διαδικτύου. **Γνωρίζουμε ότι οι ευθύνες που αφορούν τη φροντίδα (παιδιών, γονιών, κ.ά.) μπορούν να επηρεάσουν δυσανάλογα τις γυναίκες, επομένως οι χώροι εργασίας πρέπει να έχουν πολιτικές που να εξουδετερώνουν αυτήν την ανισορροπία.**

Εάν δεν δράσουμε τώρα, θα χάσουμε τις γυναίκες που θα μπορούσαν να συμμετέχουν σε ηγετικό επίπεδο και θα συνεχίσουμε να βιώνουμε τις αρνητικές επιπτώσεις αυτής της απώλειας ταλέντου στην οικονομία, ειδικά στο μελλοντικό-μεταβαλλόμενο εργασιακό τοπίο.

### **Συμπερασματικές παρατηρήσεις και προτάσεις**

Η ψηφιακή επιχειρηματικότητα απαλλάσσει τις γυναίκες από πολλά οικονομικά βάρη όταν ξεκινούν μια επιχείρηση. Ωστόσο, το ταξίδι της γυναικείας επιχειρηματικότητας παρουσιάζει πολλές δυσκολίες, ακόμα και στο νέο ψηφιακό τοπίο. Οι νεότερες γυναίκες ηγούνται της επιχειρηματικότητας και οι γυναίκες των χωρών χαμηλού εισοδήματος είναι πιο πιθανό να έχουν επιχειρηματικές φιλοδοξίες. Υπερισχύει η γυναικεία ατομική επιχειρηματικότητα (Solopreneurs), αλλά οι περισσότερες εγκαταλείπουν, δεν αντέχουν, δηλαδή υπάρχουν περισσότερες επιχειρηματικές έξοδοι/αποχωρήσεις παρά εισοδοί των γυναικών επιχειρηματιών. Τα έμφυλα στερεότυπα εξακολουθούν να κυριαρχούν παγκοσμίως. Η επιχειρηματικότητα παραμένει μια έμφυλη δραστηριότητα και οι γυναίκες εξακολουθούν να αντιμετωπίζουν τη δίνη των πολλαπλών υποχρεώσεων/εργασιών (multitasking whirlpool), την έμφυλη κόπωση (gender fatigue) στο εργασιακό τοπίο, καθώς διαιωνίζεται και η καμπύλη ηλιθιότητας (stupid curve).



Όπως τεκμηριώθηκε ερευνητικά, το έμφυλο χάσμα στην επιχειρηματικότητα προκύπτει εξαιτίας των έμφυλων διακρίσεων/στερεότυπων, της έλλειψης υποστήριξης και οικονομικών πόρων, αλλά και της ανεπάρκειας επιχειρηματικών δεξιοτήτων, εκπαίδευσης και υπηρεσιών υποστήριξης, συμπεριλαμβανομένης της κακής πρόσβασης σε επιχειρηματικά δίκτυα, ακόμα και στο αναπτυσσόμενο-νέο ψηφιακό τοπίο. Τα ίδια ερωτήματα διερευνώνται σήμερα, καθώς οι έμφυλες διακρίσεις—που τώρα συμπεριλαμβάνουν και το ψηφιακό χάσμα—εξακολουθούν να υπάρχουν.

Αναμφισβήτητα, *μεταβάλλεται* το εργασιακό τοπίο και οι επαγγελματικές κατευθύνσεις (AI, GenAI, γαλάζια οικονομία, αργυρή επιχειρηματικότητα). Το LinkedIn προβλέπει ότι, μέχρι το έτος 2030, οι δεξιότητες που θα απαιτούνται για θέσεις εργασίας παγκοσμίως θα αλλάξουν έως και 68%. Η Γενετική Τεχνητή Νοημοσύνη/το Generative AI (GenAI) βρίσκεται σε μια κομβική στιγμή. Αυτή η νέα τεχνολογία απαιτεί νέες δεξιότητες. Από την άλλη πλευρά, η έλευση του GenAI παρουσιάζει και μια ευκαιρία για να κλείσει ή να γεφυρωθεί το έμφυλο χάσμα.

Όσον αφορά στις απαραίτητες δεξιότητες ή τα απαραίτητα χαρακτηριστικά, η δημιουργία επιχειρήσεων απαιτεί επιχειρηματική νοοτροπία (entrepreneurial mindset-building) μέσω προγραμμάτων κατάρτισης και υποστήριξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας που να βασίζονται περισσότερο στο κίνητρο των ευκαιριών και της καινοτομίας, και όχι αποκλειστικά στην έλλειψη εργασίας.

Απαραίτητα χαρακτηριστικά της πετυχημένης επιχειρηματικότητας αποτελούν η επικοινωνία και ο ψηφιακός εγγραμματισμός, που είναι ένας πυλώνας στο δρόμο για την ψηφιακή μετάβαση. Η πετυχημένη επιχειρηματίας ή ο πετυχημένος επιχειρηματίας είναι καινοτόμος-καινοτόμα και άτομο με όραμα, τόλμη, φιλοδοξία και πάθος· αναλαμβάνει πρωτοβουλίες· αποδέχεται την αλλαγή, το ρίσκο και την αποτυχία· οργανώνει και αναδιοργανώνει τους κοινωνικούς και



οικονομικούς μηχανισμούς, ξέρει να ακούει, να μοιράζεται και να δημιουργεί πνεύμα συνεργασίας και ομαδικότητας.

### Προτάσεις:

- Για να ξεπεραστούν αυτά τα εμπόδια απαιτούνται παρεμβάσεις από τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής που θα συμπεριλαμβάνουν τη δημιουργία προγραμμάτων καθοδήγησης, καθώς και παροχής στοχευμένων στρατηγικών χρηματοδότησης και στήριξης για την ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας που θα συμπεριλαμβάνουν και την καλλιέργεια της επιχειρηματικής νοοτροπίας (Weforum.org 2024).
- Οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής μπορούν να βοηθήσουν την ανάπτυξη της οικονομίας με την ενίσχυση της νεανικής επιχειρηματικότητας μέσω προγραμμάτων υποστήριξης και χρηματοδότησης σε πρώιμο στάδιο που στοχεύει ειδικά στις γυναίκες.
- Η ενθάρρυνση περισσότερων γυναικών να γίνουν επιχειρηματίες θα μπορούσε πραγματικά να αυξήσει την παγκόσμια οικονομική ανάπτυξη, αν λάβουμε υπόψη ότι οι γυναίκες αποτελούν περίπου το μισό του παγκόσμιου πληθυσμού, αλλά συνεισφέρουν μόνο στο 37% του παγκόσμιου ΑΕΠ.
- Για να αναζωογονηθεί η παγκόσμια οικονομία και να μειωθούν οι έμφυλες ανισότητες, απαιτούνται συνεχείς και συστηματικές προσπάθειες για την προώθηση των γυναικών σε ηγετικούς ρόλους. Πρέπει να δράσουμε τώρα δεδομένου ότι το ποσοστό προσλήψεων των γυναικών σε ηγετικούς ρόλους συνεχίζει να μειώνεται. Απαιτείται αλλαγή προσέγγισης γιατί καμία χώρα ή βιομηχανία δεν πέτυχε να κλείσει το έμφυλο χάσμα, και ειδικά στην ηγεσία (WEF 2024).
- Για να εξαλειφθεί το ψηφιακό έμφυλο χάσμα στη συμμετοχή, τη μισθολογική εξέλιξη και την ηγεσία, απαιτείται: να αυξηθεί η γυναικεία συμμετοχή στις ΤΠΕ και στο STEM· η οικονομική ενδυνάμωση των γυναικών· και ειδικά η προβολή γυναικείων προτύπων και



μεντόρων. Αρχικά, η διάσταση του φύλου επιβάλλεται να εισαχθεί στην εκπαίδευση στους τομείς των ΤΠΕ και των STEM. Δεύτερον, για να εισχωρήσουν περισσότερες γυναίκες και κορίτσια σε αυτούς τους κλάδους και να αναπαράγεται η συμμετοχή, είναι ουσιαστικής σημασίας να προβληθεί το προφίλ γυναικείων προτύπων, μεντόρων και ηγετών σε αυτούς του τομείς/κλάδους.

- Να εισαχθεί η διάσταση του φύλου στην αργυρή οικονομία και η διάσταση της ηλικίας στην αργυρή επιχειρηματικότητα (στήριξη των ηλικιωμένων γυναικών επιχειρηματιών/senior women entrepreneurs). Επιβάλλεται η προώθηση της αργυρής επιχειρηματικότητας στην εποχή της μακροζωίας και της υπογεννητικότητας, καθώς και οι διαγενεακές συνεργασίες (intergenerational collaborations/partnerships) που ταυτόχρονα θα παρέχουν θέσεις εργασίας για τη νέα γενιά.
- Η τακτική και συστηματική επικοινωνία των γυναικών επιχειρηματιών με διάφορους οργανισμούς, υπηρεσίες και ιδρύματα έτσι ώστε να αναπτύξουν ένα δίκτυο για πρόσβαση σε οικονομικούς πόρους.
- Για να μην περιορίζεται η απασχολησιμότητα των γυναικών, απαιτείται μία συμπεριληπτική και δίκαιη οικονομία φροντίδας γιατί οι γυναίκες συνήθως αναλαμβάνουν τη φροντίδα ατόμων με θέματα υγείας (Care Burden Impact). Η συμμετοχή των ανδρών στη φροντίδα θα διευκόλυνε τη συμμετοχή ή την είσοδο των γυναικών στο εργασιακό τοπίο.
- Η προώθηση των γυναικών σ' έναν χώρο εργασίας που βασίζεται στην τεχνητή νοημοσύνη (AI). Ενώ η τεχνητή νοημοσύνη (AI) μεταβάλλει τους χώρους εργασίας, το ποσοστό προσλήψεων των γυναικών σε ηγετικούς ρόλους εξακολουθεί να μειώνεται. Οι επιχειρήσεις μπορούν να διευκολύνουν την πρόσβαση των γυναικών σε ηγετικές θέσεις μέσω της αναβάθμισης και επανακατάρτισης (upskilling) δεξιοτήτων τεχνητής



νοημοσύνης καθώς και μέσω της λήψης προορατικών μέτρων μάθησης και ανάπτυξης-εξέλιξης (WEF 2024).



"Creativity and entrepreneurship". By the artist Areti Kamperidis,

first published in *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, A SpringerOpen:

<https://innovation-entrepreneurship.springeropen.com/track/pdf/10.1186/2192-5372-2-6>



## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### Ξενόγλωσση: Αγγλική

- Anjum, N., Rahaman, M.S., Rahman, M.M., Dana, LP. (2024). From Start to Success: Women Entrepreneurs Navigating the Entrepreneurial Ecosystem in Bangladesh. In: Dana, LP., Chhabra, M. (eds) *Women Entrepreneurship Policy*. Springer, Singapore.  
[https://doi.org/10.1007/978-981-97-3607-2\\_2](https://doi.org/10.1007/978-981-97-3607-2_2)
- Barker, Gary (2024). We must move towards gender equity when it comes to care. Here's why *World Economic Forum: Equity, Diversity and Inclusion*,  
<https://www.weforum.org/agenda/2024/06/gender-men-women-care-equality/>
- Becker, G. (1957). *The Economics of Discrimination*, University of Chicago Press, Chicago.
- Becker, G. (1985). Human Capital, Effort and the Sexual Division of Labour, *Journal of Labor Economics*, vol. 3, pp. 553-8
- Bundles, A'Lelia (2001). *On Her Own Ground: The Life and Times of Madam C.J. Walker*. Lisa Drew Books.
- Carayannis, E.G and Stewart, M.R. (2013). Obsessed maniacs and clairvoyant oracles: empirically validated patterns of entrepreneurial behaviour. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 2(2), Springer, <https://doi.org/10.1186/2192-5372-2-2>
- Carter, N. M. and Silva, Ch. (2010). Pipelines' Broken Promise: The promise of future Leadership: a Research program on highly talented employees in the pipeline. *Catalyst* (Publication Code D96 ISBN# 0-89584-306-4).
- Chhabra, M., Dana, LP., Ramadani, V., Jain, P. (2024). Emerging Institutional Paradigms and Capacity Building of Entrepreneurs: An Analysis of Women-Owned Business Enterprises





- in Contemporary India. In: Dana, LP., Chhabra, M. (eds) *Women Entrepreneurship Policy*, pp. 2-30. Springer, Singapore. [https://doi.org/10.1007/978-981-97-3607-2\\_1](https://doi.org/10.1007/978-981-97-3607-2_1)
- Crosby, F. (1984). The Denial of Personal Discrimination. *American Behavioral Scientist*, 27 (3), 283–284. Sage journals <https://doi.org/10.1177/000276484027003008>
- De Vita, L, Mari, M., Poggese, S. (2014). Women entrepreneurs in and from developing countries: Evidences from the literature. *European Management Journal*, 32 (3): 451-460, <https://doi.org/10.1016/j.emj.2013.07.009>.
- Dibek, Y.A. & Aydin, E. (2024). Redefining the Age of Enterprise: Embracing Senior Women Entrepreneurs in the Work Ecosystem. *Academy of Management*. Published Online: <https://doi.org/10.5465/AMPROC.2024.156bp>
- Featured Inventors (2008). Bette Nesmith Graham. Liquid Paper Inventor. In: *Famous Women Inventors*, <http://www.women-inventors.com/Bette-Nesmith-Graham.asp>.
- FIT library (2024). Pauline Trigere Oral History. Interview of Pauline Trigere, part 1 of 3, Nov 13, 1979. *Special Collections and College Archives*. FIT State University of New York, Fashion Institute of Technology (FIT): <https://archiveondemand.fitnyc.edu/item/136122> .
- Floyd, A.N. (2022). Moving Right Along: Examining the Venture Gestation Process of Black Women Entrepreneurs, A Dissertation. Graduate Faculty of the University of South Alabama. Doctor of Philosophy in Business Administration. ProQuest Dissertations Publishing, <https://www.proquest.com/openview/b3ffe6e2a775f14aad1c09dc9763db43/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>
- Hakim, C. (1979) "Occupational Segregation: A Comparative Study of the Degree and Pattern of the Differentiation Between Men and Women's Work in Britain, the United States and Other Countries", Research Paper no. 9, Department of Employment, London.



- Kamberidou, I (2020). “Distinguished” Women Entrepreneurs in the Digital Economy and the Multitasking Whirlpool. *Journal of Innovation and Entrepreneurship* 9:1, 3. Springer Open, pp. 1-26. Springer Nature <https://doi.org/10.1186/s13731-020-0114-y> Link: <https://rdcu.be/b4sWF>
- Kamberidou, I. (2013). Women Entrepreneurs. ‘We Cannot Have Change Unless We Have Men in the Room’. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 2(6): 1-17. SPRINGER Open Access from: <https://doi.org/10.1186/2192-5372-2-6>. Link: <https://rdcu.be/cMhIZ>
- Kamberidou, I. (2011). *Gender Devaluation and Gender Fatigue: Getting Women on the Glass Escalator. Digital Agenda Assembly, Workshop 22: Women for smart growth* (pp. 1–13), European Commission, Brussels, <http://www.tinyurl.com/hxgql9a>
- Kamberidou, I. (2010). The “glass escalator” & “gender fatigue”: Getting gender back on the agenda. The 5th International Conference on Interdisciplinarity in Education ICIE’10 June 17-19, 2010, pages 89-98. Tallinn, Estonia <https://pergamos.lib.uoa.gr/uoa/dl/frontend/el/browse/2417998>  
<https://pergamos.lib.uoa.gr/uoa/dl/object/2417998/file.pdf>
- Kamberidou, I., & Pascall, N. (2020). The Digital Skills Crisis: Empowering Women in Cyberspace. *European Journal of Social Sciences Studies*, 4(6), 1-33. <https://oapub.org/soc/index.php/EJSSS/article/view/683>, DOI: 10.5281/zenodo.3558799 URL: <https://doi.org/10.5281/zenodo.3558799>
- Kamberidou, I. & Labovas, M. (2012). Social Women Share: Technology as an Enabler. *Reflections on Women in Entrepreneurship and ICT/ A reader*, pp. 62-78. Militos Emerging Technologies & Services, <https://pergamos.lib.uoa.gr/uoa/dl/object/2337265>
- Kelan, E. (2010). *Performing Gender at Work*. Macmillan Publishers/Palgrave Macmillan.



- Kelan, E. (2009). Gender fatigue: The ideological dilemma of gender neutrality and discrimination in organizations. *Canadian Journal of Administrative Sciences* 26 (3), pp. 197-210  
<https://doi.org/10.1002/cjas.106>
- Komodromos, M. (2024). Gender Barriers Experienced by Women Entrepreneurs in Cyprus. In: Dana, LP., Chhabra, M. (eds) *Women Entrepreneurship Policy*. Springer, Singapore.  
[https://doi.org/10.1007/978-981-97-3607-2\\_9](https://doi.org/10.1007/978-981-97-3607-2_9)
- Linard, L. (2002). Enterprising Women—a History. *Working Knowledge. Business Research for Business Leaders*: <https://hbswk.hbs.edu/item/enterprising-womena-history>
- Mandell, B., Pherwani, S. (2003). Relationship Between Emotional Intelligence and Transformational Leadership Style: A Gender Comparison. *Journal of Business and Psychology* 17, 387–404 (2003). <https://doi.org/10.1023/A:1022816409059>
- McGee, S. (2024). Seven Trailblazing American Women Entrepreneurs. *H- History Classics*, <https://www.history.com/news/successful-american-women-entrepreneurs-history> .
- Medley-Cleveland, N. (2024). Strategies for Improving African American Women-Owned Small Business and Access to Financial Capital. Doctoral study, College of Management and Human Potential. Walden University. Walden Dissertations: <https://scholarworks.waldenu.edu/dissertations/15925/>
- Mincer, J. & Polachek, S. (1974) ‘Family Investments in Human Capital: Earnings of Women’, *Journal of Political Economy*, 82 (2), pp. S76-S108.
- Much, M. (2018). "America's First Female Industrialist Rebecca Lukens Was The Original Iron Lady". *Leaders & Success. Investor's Business Daily*, 31 August 2018: <https://www.investors.com/news/management/leaders-and-success/americas-first-female-industrialist-rebecca-lukens-was-the-original-iron-lady/>



- Napier, J.L, Suppes, A., & Bettinsoli, M.L. (2020). Denial of gender discrimination is associated with better subjective well-being among women: A system justification account. *European Journal of Social Psychology*. Sage Journals <https://doi.org/10.1002/ejsp.2702>
- SheSpeaks (2011). *Why She Shares, SheSpeaks Inc.* [http://www.shespeaks.com/pages/img/insightreports/SheSpeaks%20SheShares%20Study\\_04302012140512.pdf](http://www.shespeaks.com/pages/img/insightreports/SheSpeaks%20SheShares%20Study_04302012140512.pdf)
- Stein, G. (2022). "Hattie Moseley Austin, Founder of Hattie's Restaurant." *Discover Saratoga*, Feb. 01, 2022 <https://www.discoversaratoga.org/blog/stories/post/hattie-moseley-austin-founder-of-hatties-restaurant/>.
- Todt, K. and Shattuk, M.D. (2012). Capable entrepreneurs: The women merchants and traders of New Netherland, In: *Women in Port: Gendering Communities, Economies, and Social Networks in Atlantic Port Cities, 1500-1800*. Edited by Douglas Catterall, Jody Campbell. Leiden and Boston: BRILL.
- Van der Straaten, K., Pisani, N. & Kolk, A. (2024). Parenthood wage gaps in multinational enterprises. *Journal of International Business Studies* 55, 805–815. <https://doi.org/10.1057/s41267-024-00691-w> Shareable link: <https://rdcu.be/dRfW7>
- WEF (2024). Global Gender Gap 2024 Insight Report. World Economic Forum (WEF), Published: 11 June 2024 <https://www.weforum.org/publications/global-gender-gap-report-2024/digest/>.
- Weforum.org. (2024). [Equity, Diversity and Inclusion](https://www.weforum.org/agenda/2024/01/six-global-trends-in-female-entrepreneurship/). Six global trends that show how to support female entrepreneurs. World Economic Forum. <https://www.weforum.org/agenda/2024/01/six-global-trends-in-female-entrepreneurship/>



Woolley, A. & Malone, T. W. (2011). *Defend Your Research: What Makes a Team Smarter? More Women.* *Harvard Business Review.* <https://hbr.org/2011/06/defend-your-research-what-makes-a-team-smarter-more-women>.

## Ελληνική

Καμπερίδου, Ειρ. (2022). «Επιτυχημένη γήρανση» ή ηλικιακός αποκλεισμός/ρατσισμός; Εισήγηση στο συνέδριο του Τομέα Κοινωνικών και Ανθρωπιστικών Επιστημών, Σχολή Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Μάιο 2023: Πέργαμος: <https://pergamos.lib.uoa.gr/uoa/dl/object/3237084>. Βλ. <https://hub.uoa.gr/interview-of-irini-kamberidou-at-the-data-project-infertility/>

Καμπερίδου, Ειρήνη (2020) "Φύλο, Κοινωνικό Κεφάλαιο και Αθλητισμός: Από την έμφυλη κόπωση στην έμφυλη ενέργεια". Εισήγηση στο 7<sup>ο</sup> Τακτικό Συνέδριο της Ελληνικής Κοινωνιολογικής Εταιρείας (ΕΚΕ): *Κοινωνίες μετά την κρίση, κοινωνίες χωρίς κρίση;* Αθήνα 23-25/09 2020, Ενότητα: *Έμφυλες διακρίσεις στην κοινωνία*. Βιβλίο Περιλήψεων, Τμήμα Επικοινωνίας και ΜΜΕ, ΕΚΠΑ, <https://pergamos.lib.uoa.gr/uoa/dl/object/2923315#contents>

Καμπερίδου, Ειρήνη (2018). "Ψηφιακές δεξιότητες και ψηφιακός αποκλεισμός: Γεφυρώνοντας το έμφυλο ψηφιακό χάσμα", σελ. 202-210 στα Πρακτικά του 6ου Συνεδρίου της Ελληνικής Κοινωνιολογικής Εταιρείας (ΕΚΕ) *Η Κοινωνιολογία και ο Δημόσιος Ρόλος της στην Εποχή της Μεταμόρφωσης του Κόσμου*. Επιμέλεια: Απόστολος Γ. Παπαδόπουλος, Αθήνα <https://pergamos.lib.uoa.gr/uoa/dl/object/2838925>

Παντούλη, Ό. (2015). *Αφηγήσεις ζωής Ελληνίδων επιστημόνων: η εξέλιξη στους τομείς της Φυσικής, των Μαθηματικών, της Μηχανικής και της Τεχνολογίας*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Ρώμη.

Πατσαντάρας, Νικόλαος (2014). *Αθλητισμός και Κοινωνιολογική Σκέψη*. Εκδόσεις ΤΕΛΕΘΡΙΟ.