

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΓΕΩΠΟΝΙΑΣ ΙΧΘΥΟΛΟΓΙΑΣ ΚΑΙ ΥΔΑΤΙΝΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ
ΚΑΙ

ΠΑΙΔΑΓΩΓΙΚΟ ΤΜΗΜΑ ΕΙΔΙΚΗΣ ΑΓΩΓΗΣ



ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
"ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΕΙΦΟΡΙΑ ΚΑΙ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ"

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

«Η ισότητα των φύλων στον κόσμο των επιχειρήσεων»

Βούλγαρη Ιωάννα

ΒΟΛΟΣ 2023

UNIVERSITY OF THESSALY
DEPARTMENT OF ICHTHYOLOGY AND AQUATIC ENVIRONMENT AND
DEPARTMENT OF SPECIAL EDUCATION



JOINT POSTGRADUATE PROGRAMME
"EDUCATION FOR SUSTAINABILITY AND THE ENVIRONMENT"

JOINT POSTGRADUATE MASTER'S THESIS

«Gender equality in the world of entrepreneurship »

Voulgari Ioanna

VOLOS 2023

© ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ, Έτος (έτος ολοκλήρωσης της Μ.Δ.Ε.) Η παρούσα Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία (Μ.Δ.Ε.), η οποία εκπονήθηκε στα πλαίσια του Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών: Εκπαίδευση για την Αειφορία και το Περιβάλλον και τα λοιπά αποτελέσματα αυτής αποτελούν συνιδιοκτησία του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας και του φοιτητή, ο καθένας από τους οποίους έχει το δικαίωμα ανεξάρτητης χρήσης και αναπαραγωγής τους (στο σύνολο ή τμηματικά) για διδακτικούς και ερευνητικούς σκοπούς, σε κάθε περίπτωση αναφέροντας τον τίτλο και το συγγραφέα και το Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, όπου εκπονήθηκε η Μ.Δ.Ε. καθώς και τον Επιβλέποντα Καθηγητή και την Επιτροπή Αξιολόγησης.

Τριμελής Εξεταστική Επιτροπή:

Σοφοκλής Δρίτσας, Δρ, Ε.ΔΙ.Π., Βαθμίδα Α', Τμήμα Γεωπονίας Ιχθυολογίας και Υδάτινου Περιβάλλοντος, Σχολή Γεωπονικών Επιστημών, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, *Επιβλέπων*.

Στεριανή Ματσιώρη, Καθηγήτρια, Τμήμα Γεωπονίας Ιχθυολογίας και Υδάτινου Περιβάλλοντος, Σχολή Γεωπονικών Επιστημών, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Μέλος.

Στέφανος Παρασκευόπουλος, Καθηγητής, ΠΤΕΑ, Σχολή Ανθρωπιστικών και Κοινωνικών Επιστημών, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Μέλος.

ΑΦΙΕΡΩΣΗ

Αφιερώνω την παρούσα διπλωματική εργασία στους γονείς μου για όσα μου έχουν προσφέρει καθώς και στον σύζυγο και υιό μου για την πολύτιμη συμπαράστασή τους καθ' όλη τη διάρκεια του μεταπτυχιακού προγράμματος.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τον Καθηγητή Δρίτσα Σοφοκλή επιβλέποντα της παρούσας εργασίας, για την πολύτιμη βοήθειά του και την αμέριστη υποστήριξή του σε όλα τα στάδια συγγραφής της παρούσας μεταπτυχιακής εργασίας, καθώς και τα μέλη της εξεταστικής επιτροπής μου, αποτελούμενη από την Καθηγήτρια Στεριανή Ματσιώρη και τον Καθηγητή Στέφανο Παρασκευόπουλο για τις χρήσιμες συμβουλές τους και την καθοδήγησή τους.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σε όλες τις χώρες στον τομέα της επιχειρηματικότητας οι γυναίκες εμφανίζονται σε αρκετά μικρότερο αριθμό σε σχέση με τους άντρες. Ένας από τους παράγοντες που εμποδίζουν την υψηλή συμμετοχή των γυναικών στην επιχειρηματικότητα είναι τα έμφυλα στερεότυπα. Με την παρούσα εργασία επιχειρήθηκε η διερεύνηση της επίδρασης που έχουν τα στερεότυπα φύλου στις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών. Μέσω βιβλιογραφικής επισκόπησης επιχειρήθηκε η διερεύνηση των στερεοτύπων που επηρεάζουν τις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών, αν υπάρχουν πολιτιστικά στερεότυπα, οι συνέπειές τους και πιθανές λύσεις για τη μείωση των στερεοτύπων φύλου. Η βιβλιογραφική επισκόπηση έδειξε ότι υπάρχουν αρκετά στερεότυπα φύλου που εμποδίζουν τις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών. Θεωρούνται λιγότερο ικανές όταν πρόκειται για επαγγέλματα που έχουν σχέση με επιστήμη, τεχνολογία, κατασκευές και μαθηματικά, τις επιχειρήσεις ή τον αθλητισμό. Επειδή αντιμετωπίζονται στερεοτυπικά, αποκτούν συχνά και οι ίδιες αμφιβολία σχετικά με την αποτελεσματικότητά τους. Σε κάποιες περιπτώσεις επιδρούν θετικά καθότι ωθούν τις γυναίκες να διεκδικήσουν και να επιδιώξουν την επιτυχία. Έντονο είναι το στερεότυπο περί ασυμβίβαστου του ρόλου επιχειρηματία και μητέρα αλλά τα τελευταία χρόνια οι γυναίκες έχουν καταφέρει να εξισορροπούν τη μητρότητα και την επιχειρηματικότητα ενώ παρατηρήθηκε ότι υπήρξαν και γυναίκες που μέσω της επιχειρηματικότητας επιδίωξαν να γίνουν πρότυπο για τα παιδιά τους. Στις μη δυτικές χώρες τα στερεότυπα φύλου είναι πιο έντονα. Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης θεωρούνται υπεύθυνα σε μεγάλο βαθμό για την ανάπτυξη των στερεοτύπων. Ως λύση για την αντιμετώπιση των έμφυλων στερεοτύπων αναδείχτηκε η σημασία της εκπαίδευσης.

Λέξεις – κλειδιά:

Στερεότυπα φύλου, γυναικεία επιχειρηματικότητα, πολιτισμικά στερεότυπα, επιχειρηματικές προθέσεις.

Περιεχόμενα

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	1
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	1
ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ.....	3
<i>1. Εννοιολογικοί Προσδιορισμοί</i>	<i>3</i>
<i>1.1 Στερεότυπα.....</i>	<i>3</i>
<i>1.2 Στερεότυπα Φύλου.....</i>	<i>6</i>
2. Επιχειρηματικότητα	10
<i>2.1 Η κοινωνική σημασία της γυναικείας επιχειρηματικότητας.....</i>	<i>10</i>
<i>2.2 Η σχέση μεταξύ Στερεοτύπων Φύλου και επιχειρηματικότητας.....</i>	<i>12</i>
3. Η κατάσταση στην αγορά εργασίας όσον αφορά την ισότητα των δύο φύλων.....	18
4. Νομική κατοχύρωση της ισότητας και δυνατότητες ευκαιριών για την γυναικεία επιχειρηματικότητα	25
ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ.....	31
Σημασία – Αναγκαιότητα έρευνας	31
Σκοπός εργασίας.....	32
Ερευνητικά ερωτήματα.....	32
ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ	33
<i>Μεθοδολογία υλοποίησης.....</i>	<i>33</i>
ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	35
ΣΥΖΗΤΗΣΗ.....	43
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	45
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	50

ΕΛΛΗΝΙΚΗ	50
ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ	51
ABSTRACT.....	71

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στον τομέα της επιχειρηματικότητας οι γυναίκες δεν αποτελούν τον κανόνα και εξακολουθούν να υποεκπροσωπούνται σε σύγκριση με τους άνδρες (de Bruin et al., 2007 · Díaz-García & Jiménez-Moreno, 2010 · Global Entrepreneurship Monitor, 2021 · Rocha & van Praag, 2020, Shinnar et al., 2012). Ο αριθμός των ανδρών επιχειρηματιών σε κάθε χώρα είναι πολύ μεγαλύτερος (Dezső et al., 2016 · Ozkazanc-Pan & Clark Muntean, 2018). Σε χώρες όπως η Ολλανδία, η Κροατία, η Ελλάδα και η Λετονία έχει παρατηρηθεί ότι ο αριθμός των καταγεγραμμένων γυναικών επιχειρηματιών είναι ο μισός από αυτό των αντρών (Global Entrepreneurship Monitor, 2021). Οι πιο σημαντικές διαφορές στις αναλογίες γυναικών προς άνδρες επιχειρηματίες παρατηρούνται στην Ιταλία, την Πολωνία και την Ινδία, όπου η αναλογία μία γυναίκα επιχειρηματίας προς τρεις άνδρες (Global Entrepreneurship Monitor, 2021).

Στην προσπάθεια να δοθεί μία εξήγηση για το χαμηλό αριθμό γυναικών επιχειρηματιών, η έρευνα εστίασε σε μεγάλο βαθμό στα γυναικεία προσόντα (Aterido et al., 2013 · Belwal et al., 2012). Τα ευρήματα των ερευνών κατέληξαν στο ότι η χαμηλή εκπαίδευση και οι κακές διοικητικές δεξιότητες είναι ζωτικής σημασίας για την περιγραφή της διαφοράς μεταξύ του αριθμού των γυναικών και των ανδρών επιχειρηματιών (Huarng et al., 2012 · Raghuvanshi et al., 2017). Παρόλα αυτά, ακόμη και όταν οι γυναίκες έχουν τις ίδιες ή περισσότερες δεξιότητες με τους άνδρες εξακολουθούν να είναι λιγότερο πιθανό να ακολουθήσουν μια επιχειρηματική πορεία ή ακόμη και να έχουν επιχειρηματικές προθέσεις (Futagami & Helms, 2009). Αυτά τα στοιχεία υποδηλώνουν ότι άλλοι παράγοντες εκτός από τις διαφορές στις δεξιότητες και τις επιδόσεις πρέπει να παίζουν ρόλο στις χαμηλές επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών.

Σημαντικό ρόλο φαίνεται να διαδραματίζουν οι ψυχολογικοί παράγοντες στην επιτυχία της επιχειρηματικότητας των γυναικών με τον τομέα αυτό να μην έχει ερευνηθεί μέχρι στιγμής αρκετά. Με την παρούσα μελέτη θα επιχειρηθεί η διερεύνηση του ρόλου των στερεοτύπων του

φύλου στη γυναικεία επιχειρηματικότητα. Μέσω βιβλιογραφικής επισκόπησης θα επιχειρηθεί ο προσδιορισμός της επίδρασης των στερεοτύπων του φύλου στις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών. Η επιλογή των στερεοτύπων του φύλου έγινε για τους εξής λόγους: καταρχάς, διάφοροι ερευνητές θεωρούν ότι τα στερεότυπα φύλου είναι κεντρικοί παράγοντες που μπορεί να εμποδίσουν τις γυναίκες να έχουν προθέσεις να γίνουν επιχειρηματίες (Baron et al., 2001 · Cowling & Taylor, 2001 · Tonoyan et al., 2020). Επίσης, έχει παρατηρηθεί ότι τα στερεότυπα των φύλων αποτελούν την αιτία για τις χαμηλές προθέσεις των γυναικών να εργαστούν στους τομείς της τεχνολογίας, των μηχανικών, του αθλητισμού και των επιχειρήσεων. Αυτό εγείρει το ερώτημα εάν θα μπορούσαν επίσης να συμβάλουν στις χαμηλές επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών.

ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

1. Εννοιολογικοί Προσδιορισμοί

1.1 Στερεότυπα

Η μελέτη των στερεοτύπων έχει μακρά ιστορία στην κοινωνική ψυχολογία. Ο Lippmann, θεωρείται ως ένας από τους πρωτοπόρους καθότι εισήγαγε το συγκεκριμένο όρο σε ένα βιβλίο του το οποίο εκδόθηκε το 1922. Στο βιβλίο αυτό περιέγραψε τα « στερεότυπα » ως εξής: *« Σε μία μη εκπαιδευμένη παρατήρηση επιλέγουμε αναγνωρίσιμα σημάδια από το περιβάλλον. Αυτά τα σημάδια αντιπροσωπεύουν ιδέες, και αυτές τις ιδέες συμπληρώνουμε με τις δικές μας υπάρχουσες εικόνες. Επειδή είναι δύσκολο να παρατηρήσουμε όλα αυτά τα πράγματα με λεπτομέρειες, προσέχουμε ένα χαρακτηριστικό τους και αυτό δημιουργεί μία εικόνα μέσω των στερεοτύπων που έχουμε στο μυαλό μας »*. Τα στερεότυπα πρόκειται για απόψεις ή εικόνες που έχουμε διαμορφώσει στο μυαλό μας οι οποίες προέκυψαν μεγαλώνοντας μέσα σε μία συγκεκριμένη κοινωνία ή πολιτισμό και αντανακλούν τις κοινωνικές αξίες της εποχής. Για τον Lippmann τα στερεότυπα αντικατοπτρίζουν το πολιτιστικό κλίμα της εποχής και επίσης το κατεστημένο.

Ο παραπάνω ορισμός χρησιμοποιούνταν ευρέως αλλά πιο δόκιμος σύμφωνα με τις πιο πρόσφατες αντιλήψεις για τα στερεότυπα είναι ο χαρακτηρισμός που έδωσε ο Allport (1954). Θεωρεί το στερεότυπο ως μια γνωστική δομή, μια *« υπερβολική πεποίθηση που σχετίζεται με μια κατηγορία »*. Ωστόσο, ενώ ο Allport τόνισε τη σημασία του στερεοτύπου στην ανθρώπινη κατηγοριοποίηση και γνώση, επισήμανε και τον επεξηγηματικό χαρακτήρα του στερεοτύπου ως εξής: *« Η λειτουργία του είναι να δικαιολογήσει (εξορθολογίσει) τη συμπεριφορά μας σε σχέση με αυτή την κατηγοριοποίηση »*.

Παρόλο που στην παραπάνω εννοιολόγηση, τα στερεότυπα εντάσσονται σε μία πιο επίσημη θεωρία της ανθρώπινης γνώσης και αντίληψης, υπάρχουν πολλές ομοιότητες με τον προηγούμενο ορισμό. Ο χαρακτηρισμός των στερεοτύπων ως *« υπερβολικών »* πεποιθήσεων

πηγάξει από το γεγονός ότι ο Allport ενδιαφερόταν για τη φύση της προκατάληψης. Για τον Allport, τα στερεότυπα ήταν ουσιαστικά κοινωνικά απορροφημένες προκαταλήψεις οι οποίες προσλαμβάνονταν από τα άτομα « *εις βάρος της συλλογιστικής τους ικανότητας* ». Αυτό υπονοεί ότι εάν υπάρχει ικανότητα συλλογισμού, η χρήση στερεοτύπων δεν θα ήταν απαραίτητη.

Τα στερεότυπα δεν αντανακλούν μόνο πεποιθήσεις για τα τυπικά χαρακτηριστικά που έχουν τα μέλη μίας ομάδας αλλά περιέχουν και πληροφορίες για άλλες ιδιότητες όπως οι κοινωνικοί ρόλοι, ο βαθμός με τον οποία τα μέλη της ομάδας μοιράζονται συγκεκριμένες ιδιότητες (δηλαδή, ομοιογένεια εντός της ομάδας ή μεταβλητότητα) και επηρεάζουν τις συναισθηματικές αντιδράσεις των μελών της. Τα στερεότυπα περιέχουν ένα ουσιαστικό πλήθος πληροφοριών για τους ανθρώπους εκτός των επιφανειακών τους ιδιοτήτων και δημιουργούν προσδοκίες σχετικά την αναμενόμενη συμπεριφορά των μελών της ομάδας σε νέες καταστάσεις. Τα στερεότυπα λειτουργούν και περιοριστικά. Σε γενικές γραμμές, παράγουν μια ετοιμότητα να γίνονται αντιληπτές συμπεριφορές ή χαρακτηριστικά που είναι σύμφωνα με το στερεότυπο. Οι συμπεριφορές που είναι σε συμφωνία με τα στερεότυπα γίνονται πολύ γρήγορα αντιληπτές από τους περισσότερους. Για παράδειγμα, επειδή τα πολιτιστικά στερεότυπα συσχετίζουν τους μαύρους με την εγκληματικότητα στις Ηνωμένες Πολιτείες, οι λευκοί άνθρωποι αναγνωρίζουν ταχύτερα αντικείμενα που σχετίζονται με κάποιο έγκλημα, όπως ένα όπλο για παράδειγμα, όταν αυτό το φέρει ένας μαύρος παρά ένας λευκός.

Πρόσφατες μελέτες διερευνούν επίσης πώς η κοινωνική δομή επηρεάζει το συγκεκριμένο περιεχόμενο των στερεοτύπων. Τα στερεότυπα δεν μπορούν μόνο να προάγουν τις διακρίσεις επηρεάζοντας συστηματικά τις αντιλήψεις, τις ερμηνείες και τις κρίσεις, αλλά αναδύονται και ενισχύονται από αυτές, δικαιολογώντας τις ανισότητες μεταξύ των ομάδων. Ειδικότερα, οι άνθρωποι συμπεραίνουν για τα χαρακτηριστικά κάποιας ομάδας με βάση τους κοινωνικούς ρόλους που αυτή καταλαμβάνει (Eagly & Diekmann, 2005). Αυτό έχει ως συνέπεια, οι

άνθρωποι θεωρούν τα μέλη ομάδων με χειρότερη κοινωνικοοικονομική κατάσταση (ακόμα και αν αυτή προκαλείται από διακρίσεις) ως λιγότερο ικανά και ανταγωνιστικά σε σχέση με τα μέλη μίας ομάδας με υψηλό κοινωνικό και οικονομικό επίπεδο. Αντίστοιχα, τα μέλη μίας ομάδας υιοθετούν αντιλήψεις οι οποίες συμπεριλαμβάνουν στερεοτυπικές απόψεις για την ομάδα τους δικαιολογώντας την κοινωνική της θέση (Jost et al., 2004).

Τα πολιτισμικά στερεότυπα έχουν την τάση να διατηρούνται τόσο για γνωστικούς όσο και για κοινωνικούς λόγους. Γνωστικά, οι άνθρωποι συχνά απορρίπτουν τις στερεοτυπικές συμπεριφορές, αποδίδοντάς τις σε περιστασιακούς παράγοντες.

Τα άτομα μέσα στην κοινωνία έχουν συνηθίσει να συμπεριφέρονται έτσι ώστε να επιβεβαιώνουν τα στερεότυπα δημιουργώντας αυτό που αναφέρεται ως αυτοεκπληρούμενη προφητεία. Υπάρχει προσδοκία ως προς τη συμπεριφορά τους η οποία επηρεάζεται συχνά από τις αντιλήψεις τους. Σημαντικό στοιχείο στη μετάδοση των στερεοτύπων διαδραματίζει η γλώσσα καθώς κατά την επικοινωνία τα άτομα εστιάζουν σε χαρακτηριστικά που θεωρούνται τα πιο κατατοπιστικά. Επειδή τα στερεότυπα χαρακτηριστικά είναι ξεχωριστά και χαρακτηρίζουν μια ομάδα, τα άτομα είναι πιο πιθανό να τα χρησιμοποιήσουν στον κοινωνικό λόγο από τα χαρακτηριστικά που αντιλαμβάνονται ως άσχετα με τη συγκεκριμένη ομάδα.

Συνοψίζοντας, τα στερεότυπα αντιπροσωπεύουν ένα σύνολο από ιδιότητες που όπως γίνεται αντιληπτό αντικατοπτρίζουν την ουσία μίας ομάδας. Τα στερεότυπα επηρεάζουν συστηματικά το πώς οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται, επεξεργάζονται πληροφορίες και πώς αποκρίνονται στα μέλη μίας ομάδας. Μεταδίδονται μέσω της κοινωνικοποίησης, των μέσων ενημέρωσης, της γλώσσας και του καθημερινού λόγου. Ορίζονται ως συνειρμοί και πεποιθήσεις για τα χαρακτηριστικά και τις στάσεις μιας ομάδας και των μελών της που διαμορφώνουν πώς σκέφτονται και ανταποκρίνονται οι άνθρωποι στη συγκεκριμένη ομάδα (Dovidio et al., 2010).

1.2 Στερεότυπα Φύλου

Τα στερεότυπα φύλου είναι οι πεποιθήσεις για το πώς πρέπει να συμπεριφέρονται οι γυναίκες και οι άνδρες (Bourdieu, 1990· Ellemers, 2018). Περιγράφουν χαρακτηριστικά και γνωρίσματα που θεωρούνται τυπικά αρσενικά ή θηλυκά. Τα στερεότυπα φύλου είναι προκατειλημμένες πεποιθήσεις και προσδοκίες σχετικά με τα χαρακτηριστικά, τους ρόλους και τις συμπεριφορές που θεωρούνται κατάλληλες για τα άτομα με βάση το φύλο τους. Αυτά τα στερεότυπα συχνά υπεραπλουστεύουν και γενικεύουν πολύπλοκες και διαφορετικές ανθρώπινες εμπειρίες και ικανότητες. Αυτά τα στερεότυπα φύλου επηρεάζουν τις δεξιότητες και τα ενδιαφέροντα των γυναικών και των ανδρών (Ashmore & Del Boca, 1979). Αυτές οι προσδοκίες για το πώς πρέπει να ενεργούν τα φύλα ξεκινούν από μικρή ηλικία και συχνά καλλιεργούνται από αυτούς που μεγαλώνουν τα παιδιά (Kollmayer et al., 2018). Είναι δύσκολο να απαλειφθούν τα στερεότυπα φύλου καθώς αποδεικνύονται σταθερά με την πάροδο του χρόνου ως προς το περιεχόμενό τους (Haines et al., 2016). Πρωτότυπα παραδείγματα στερεοτύπων για το φύλο είναι οι ιδέες ότι οι γυναίκες είναι πιο ευγενικές και πιο εξυπηρετικές, ενώ οι άνδρες είναι επιθετικοί και ανεξάρτητοι (Kite et al., 2008).

Ο μηχανισμός πίσω από τα στερεότυπα φύλου μπορεί να περιγραφεί καλύτερα με τη θεωρία της στερεοτυπικής απειλής (Steele, 1997). Όταν τα άτομα μιας στερεότυπης ομάδας έχουν επίγνωση των στερεοτύπων της κοινωνικής τους ομάδας, τείνουν να μην αποδίδουν σωστά σε κάποια εργασία που έχουν αναλάβει (Steele, 1997). Για να δώσουμε ένα παράδειγμα, όταν τα κορίτσια λαμβάνουν την πληροφορία ότι τα αγόρια τείνουν να αποδίδουν καλύτερα στις μαθηματικές εργασίες, η απόδοση των κοριτσιών στις μαθηματικές εργασίες δεν είναι η ιδανική (Spencer et al., 1999). Δύο διαδικασίες μπορούν να προκαλέσουν αυτήν την χαμηλή απόδοση. Καταρχάς, όταν τα άτομα μιας ομάδας μαθαίνουν για τα στερεότυπα για την ομάδα τους, έχουν άγχος να επιβεβαιώσουν το στερεότυπο, γεγονός που τους κάνει να ελέγχουν υπερβολικά τη συμπεριφορά τους, με αποτέλεσμα να μην μπορούν να αποδώσουν καλά

(Schmader et al., 2008). Δεύτερον, όταν τα άτομα θέλουν να καταρρίψουν τέτοια στερεότυπα φύλου, έχουν προδιάθεση να έχουν χειρότερες επιδόσεις (O'Brien & Crandall, 2003). Αυτό οφείλεται στην υπερβολική σκέψη του ατόμου, καθώς αυτές οι σκέψεις το εμποδίζουν να επικεντρωθεί στο συγκεκριμένο έργο (Spencer et al., 1999). Ωστόσο, όταν παραλείπονται οι πληροφορίες σχετικά με τις επιδόσεις του φύλου, και τα δύο φύλα αποδίδουν εξίσου.

Γενικά, οι γυναίκες βιώνουν περισσότερα στερεότυπα φύλου από τους άνδρες και συνεπώς περισσότερες συνέπειες τέτοιων στερεοτύπων (Howard, 1984). Τα άτομα που βιώνουν στερεότυπα έχουν δυσκολίες στην ακριβή αντίληψη των δεξιοτήτων τους (Biddle et al., 2011). Συχνά υποτιμούν τις ικανότητές τους και έχουν λιγότερο κίνητρο να συμμετάσχουν σε μία δεδομένη εργασία (Hilland et al., 2009). Με τον τρόπο αυτό γίνεται δύσκολο για τα άτομα να επιδείξουν τις πραγματικές τους δυνατότητες (Chalabaev et al., 2013). Επιπλέον, πιστεύουν ότι οι επιλογές τους είναι περιορισμένες καθώς συχνά χάνουν το ενδιαφέρον τους για δραστηριότητες και καριέρα (Gunderson et al., 2011 · Fogliani & Bussey, 2013 · Shahriar, 2018). Τα στερεότυπα φύλου οδηγούν σε διακρίσεις λόγω φύλου (Bobbitt-Zeher, 2011).

Τα έμφυλα στερεότυπα περιέχουν κάποιες βασικές διαστάσεις. Συνήθως διαμορφώνονται από πολιτιστικούς, κοινωνικούς και ιστορικούς παράγοντες. Συχνά ενισχύονται μέσω της κοινωνικοποίησης, όπου τα άτομα μαθαίνουν για τους αναμενόμενους ρόλους και συμπεριφορές φύλου από τις οικογένειές τους, τους συνομηλίκους τους, τα μέσα ενημέρωσης και τους θεσμούς (Steele & Ambady, 2006). Πολλές φορές ακολουθούν μια δυαδική κατανόηση του φύλου, η οποία κατηγοριοποιεί τους ανθρώπους είτε ως άνδρες είτε ως γυναίκες και ορίζει ορισμένα χαρακτηριστικά και συμπεριφορές σε κάθε κατηγορία. Αυτή η δυαδική σκέψη μπορεί να είναι περιοριστική και δεν λαμβάνει υπόψη το ευρύ φάσμα των ταυτοτήτων και εκφράσεων φύλου που υπάρχει (Fredricks & Eccles, 2005). Μπορούν να συμβάλουν στη διαίωνιση της ανισότητας των φύλων. Όταν ορισμένοι ρόλοι και ιδιότητες αποδίδονται στο ένα φύλο αλλά όχι στο άλλο, μπορεί να περιορίσει τις ευκαιρίες και να

δημιουργήσει ανισότητες σε τομείς όπως η εκπαίδευση, η απασχόληση και οι προσωπικές σχέσεις. Κάποια συνηθισμένα έμφυλα στερεοτυπικά χαρακτηριστικά είναι ότι οι άνδρες συνδέονται συχνά με ιδιότητες όπως η δύναμη, η διεκδικητικότητα και η ανεξαρτησία, ενώ οι γυναίκες συνδέονται με ιδιότητες όπως η φροντίδα, η ενσυναίσθηση και η υποταγή. Αυτά τα στερεότυπα μπορούν να πιάσουν τα άτομα να συμμορφωθούν με τις συγκεκριμένες προσδοκίες (Shapiro & Williams, 2012). Μπορούν να διαμορφώσουν την αντίληψη που έχει το άτομο για τον εαυτό του και την αυτοεκτίμηση του. Όταν οι άνθρωποι δεν συμμορφώνονται με τα αναμενόμενα στερεότυπα που σχετίζονται με το φύλο τους, μπορεί να βιώσουν αισθήματα ανεπάρκειας, ντροπής ή ανασφάλειας. Επίσης, τα στερεότυπα φύλου διασταυρώνονται με άλλες πτυχές της ταυτότητας, όπως η φυλή, η εθνικότητα, ο σεξουαλικός προσανατολισμός και η κοινωνικοοικονομική κατάσταση. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε μοναδικές εμπειρίες διακρίσεων και περιθωριοποίησης για άτομα που ανήκουν σε πολλές περιθωριοποιημένες ομάδες (Davies et al., 2002). Σημαντικό ρόλο στη διαιώνιση και την αμφισβήτηση των στερεοτύπων για το φύλο διαδραματίζουν τα μέσα ενημέρωσης. Οι στερεότυπες απεικονίσεις του φύλου στα μέσα ενημέρωσης μπορούν να ενισχύσουν τις υπάρχουσες προκαταλήψεις, ενώ οι θετικές και διαφορετικές αναπαραστάσεις μπορούν να βοηθήσουν στην αμφισβήτηση αυτών των στερεοτύπων (Woodcock et al., 2012).

Τα τελευταία χρόνια οι προσπάθειες αμφισβήτησης και αποδόμησης των παραδοσιακών στερεοτύπων για το φύλο έχουν αποκτήσει δυναμική. Η κοινωνία εξελίσσεται σταδιακά στην κατανόηση του φύλου, οδηγώντας σε αυξημένη αποδοχή διαφορετικών ταυτοτήτων και εκφράσεων φύλου τα τελευταία χρόνια. Πολλές χώρες έχουν θεσπίσει νόμους και πολιτικές με στόχο την καταπολέμηση των διακρίσεων λόγω φύλου και την προώθηση της ισότητας των φύλων. Αυτά τα μέτρα μπορούν να βοηθήσουν στην αμφισβήτηση και την απαλοιφή των έμφυλων στερεοτύπων φύλων, προωθώντας τη δικαιοσύνη και την ισότητα.

Συμπερασματικά, τα έμφυλα στερεότυπα είναι βαθιά ριζωμένα στην κοινωνία, αλλά δεν είναι σταθερά ή αμετάβλητα. Οι προσπάθειες αμφισβήτησης και αποδόμησης αυτών των στερεοτύπων είναι απαραίτητες για την προώθηση της ισότητας των φύλων και τη δημιουργία ενός κόσμου πιο περιεκτικού και αποδεκτού, όπου τα άτομα είναι ελεύθερα να εκφράσουν την ταυτότητα φύλου και τους ρόλους τους αυθεντικά.

2. Επιχειρηματικότητα

2.1 Η κοινωνική σημασία της γυναικείας επιχειρηματικότητας

Η ενθάρρυνση της γυναικείας επιχειρηματικότητας έχει πολλά πλεονεκτήματα που ωφελούν διαφορετικές ομάδες-στόχους (Minniti & Naudé, 2010 · Weber & Zulehner, 2010). Καταρχάς, η προώθηση των επιχειρηματικών προθέσεων των γυναικών μπορεί να συμβάλει στην ισότητα και των δύο φύλων, επειδή οι γυναίκες θα μπορούσαν να λειτουργήσουν υπό ισότιμες κοινωνικές και οικονομικές συνθήκες. Το εισόδημά τους θα μπορούσε να είναι πιο υψηλό και η κοινωνική τους θέση βελτιωμένη (Cho et al., 2019). Αυτό θα είχε ως αποτέλεσμα να έχουν αυξημένη αυτοπεποίθηση, μεγαλύτερη ανεξαρτησία και αίσθηση αυτοεκπλήρωσης (Itani et al., 2011). Επίσης, θα μπορούσαν να επωφεληθούν οι μελλοντικές γυναικείες γενιές καθώς η ύπαρξη γυναικείων προτύπων που ασχολούνται με την επιχειρηματικότητα θα μπορούσε να αυξήσει τη συμμετοχή γυναικών στις επιχειρήσεις ειδικά όταν έχουν δει πως οι γυναίκες μπορούν να διευθύνουν με επιτυχία την επιχείρησή τους (Ahuja, 2002 · Laviolette et al., 2012 · Adom, 2015 · Tlaiss, 2015 · Trauth et al., 2016). Επιπρόσθετα, η ύπαρξη περισσότερων επιχειρηματιών συμβάλλει στην ανάπτυξη της οικονομίας (Langowitz & Minniti, 2007 · Revell, Revell 2016).

Υπάρχουν διάφορες δεξιότητες που μπορούν να επιδείξουν οι γυναίκες στον τομέα της επιχειρηματικότητας (Kuhn & Villeval, 2015). Οι γυναίκες έχουν διαφορετικό τρόπο σκέψης. Ως εκ τούτου, συχνά φέρνουν νέες ιδέες όταν είναι επικεφαλής (Burgess & Tharenou, 2002). Κάποιοι ερευνητές (Amason, 1996 · Hillman et al., 2007) υποστηρίζουν ότι οι γυναίκες αφιερώνουν περισσότερο χρόνο συλλέγοντας και αναλύοντας πληροφορίες, με αποτέλεσμα καλύτερες δεξιότητες λήψης αποφάσεων. Γενικά, θεωρείται πως το να υπάρχουν γυναίκες ως ιδιοκτήτες επιχειρήσεων επηρεάζει θετικά την απόδοση της εταιρείας (Dwyer et al., 2003 · Dezső et al., 2016).

Συνοψίζοντας, η γυναικεία επιχειρηματικότητα έχει σημαντική κοινωνική σημασία για διάφορους λόγους. Συνεισφέρει σημαντικά στην οικονομική ανάπτυξη και στην καινοτομία. Οι γυναίκες επιχειρηματίες συμβάλλουν στην οικονομική ανάπτυξη με την έναρξη και τη λειτουργία επιχειρήσεων, τη δημιουργία θέσεων εργασίας και την προώθηση της καινοτομίας (Henry et al., 2016 · Jamali, 2009). Όταν οι γυναίκες έχουν τη δυνατότητα να ξεκινήσουν και να επεκτείνουν τις δικές τους επιχειρήσεις, φέρνουν νέες προοπτικές και ιδέες στην αγορά, οδηγώντας στην ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών. Η προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας αποτελεί σημαντικό βήμα προς την επίτευξη της ισότητας των φύλων. Δίνει τη δυνατότητα στις γυναίκες να γίνουν οικονομικά ανεξάρτητες και να ξεπεράσουν τους παραδοσιακούς ρόλους και τα στερεότυπα των φύλων (Dzisi, 2008 · Aramand, 2013 · Byrne et al., 2019). Αυτό, με τη σειρά του, αμφισβητεί τις καθιερωμένες κοινωνικές νόρμες και συμβάλλει στη δημιουργία μίας κοινωνίας ισότητας και χωρίς αποκλεισμούς. Δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας καθώς υπάρχουν ευκαιρίες απασχόλησης τόσο για γυναίκες όσο και για άνδρες. Αυξάνοντας τον αριθμό των γυναικών επιχειρηματιών, οι κοινωνίες μπορούν να μειώσουν τα ποσοστά ανεργίας και να βελτιώσουν την οικονομική σταθερότητα. Οι επιτυχημένες γυναίκες επιχειρηματίες λειτουργούν ως πρότυπο και πηγή έμπνευσης για νεαρά κορίτσια και γυναίκες (Loh & Dahesihsari, 2013 · Gorgievski & Stephan, 2016). Αποδεικνύουν ότι είναι δυνατό να ξεπεράσει κανείς τις προκλήσεις και να επιτύχει τους στόχους του στον επιχειρηματικό κόσμο, ενθαρρύνοντας περισσότερες γυναίκες να επιδιώξουν την επιχειρηματικότητα. Επίσης, οι γυναίκες επιχειρηματίες συχνά διαδραματίζουν ζωτικό ρόλο στην ανάπτυξη της κοινότητας. Επενδύουν σε τοπικές επιχειρήσεις, υποστηρίζουν τοπικές πρωτοβουλίες και συμβάλλουν στη συνολική ευημερία των κοινοτήτων τους. Η ενασχόληση των γυναικών με την επιχειρηματικότητα δημιουργεί καινούργιες και διαφορετικές προοπτικές (Dezsö & Ross, 2012). Όταν οι γυναίκες συμμετέχουν ενεργά στον επιχειρηματικό τομέα, η μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων και

υπηρεσιών που προσφέρουν καλύπτουν ευρύ φάσμα των διαφορετικών αναγκών των καταναλωτών. Στο σημερινό κόσμο, οι χώρες που αξιοποιούν τις δυνατότητες όλων των πολιτών τους, συμπεριλαμβανομένων των γυναικών, είναι πιο πιθανό να είναι ανταγωνιστικές στην παγκόσμια σκηνή (Hillman et al., 2007). Η υποστήριξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας μπορεί να ενισχύσει την οικονομική ανταγωνιστικότητα ενός έθνους (Flabbi et al., 2019). Άλλη σημαντική επίδραση της γυναικείας επιχειρηματικότητας είναι ότι συμβάλλει στην ανάπτυξη ισορροπίας μεταξύ οικογένειας και επαγγελματικής ζωής: Οι γυναίκες επιχειρηματίες έχουν συχνά δυνατότητα να δημιουργήσουν επιχειρήσεις που επιτρέπουν μια καλύτερη ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής. Αυτό μπορεί να αποτελέσει παράδειγμα για τις πρακτικές ισορροπίας μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής και να ενθαρρύνει έναν πιο σωστό και δίκαιο τρόπο ζωής τόσο για τις γυναίκες όσο και για τους άνδρες.

Η γυναικεία επιχειρηματικότητα δεν είναι μόνο θέμα οικονομικής ανάπτυξης αλλά και ισχυρός μοχλός της κοινωνικής προόδου. Η ενδυνάμωση των γυναικών να ξεκινήσουν και να ηγούνται επιχειρήσεων ωφελεί τα άτομα, τις οικογένειες, τις κοινότητες και τα έθνη στο σύνολό τους, ενισχύοντας την οικονομική ανάπτυξη, την ισότητα των φύλων και την κοινωνική ευημερία. Οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής, οι οργανισμοί και η κοινωνία στο σύνολό της θα πρέπει να υποστηρίζουν και να προωθούν ενεργά τη γυναικεία επιχειρηματικότητα για να πραγματοποιηθούν αυτά τα οφέλη.

2.2 Η σχέση μεταξύ Στερεοτύπων Φύλου και επιχειρηματικότητας

Η σχέση μεταξύ των στερεοτύπων φύλου και των επιχειρηματικών προθέσεων είναι ένα σύνθετο και πολύπλευρο θέμα που έχει συγκεντρώσει σημαντική προσοχή από ερευνητές, υπεύθυνους χάραξης πολιτικής και κοινωνικούς υποστηρικτές. Τα στερεότυπα φύλου αποτελούν προκατειλημμένες αντιλήψεις και προσδοκίες σχετικά με τους ρόλους και τις

συμπεριφορές των ατόμων με βάση το φύλο τους και μπορούν να έχουν σημαντικό αντίκτυπο σε διάφορες πτυχές της κοινωνίας, συμπεριλαμβανομένης της επιχειρηματικότητας. Τα στερεότυπα φύλου έχουν δημιουργήσει δυσκολίες στην είσοδο των γυναικών σε διαφορετικούς τομείς εργασίας όπως ο αθλητισμός, η πολιτική και οι επιχειρήσεις (Chalabaev et al., 2013 · Greene et al., 2013 · Shaffer et al., 2013 · Shapiro & Williams, 2012 · Woodcock et al., 2012). Αυτό συμβαίνει επειδή οι γυναίκες που αντιμετωπίζουν στερεότυπα αναπτύσσουν άγχος και μεγαλύτερη πικρία εξαιτίας των στερεοτύπων. Αν αποφασίζουν να ακολουθήσουν κάποια σταδιοδρομία θα πρέπει να μάθουν πώς να αντιμετωπίζουν το άγχος και να αποδίδουν υπό αυτές τις συνθήκες (Forbes & Schmader, 2010 · Jamieson & Harkins, 2007 · Steele 1997 · Steele & Aronson, 1995). Αυτό έχει ως αποτέλεσμα, οι γυναίκες συχνά να προτιμούν να ασχοληθούν με κάποιο επαγγελματικό κλάδο στον οποίο αισθάνονται ικανές για επιτυχία και ως εκ τούτου, εγκαταλείπουν την ιδέα να ασχοληθούν με άλλα επαγγέλματα (Casad et al., 2019 · Günther et al., 2010 · Steinberg et al., 2012).

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, τα στερεότυπα φύλου μπορούν να δημιουργήσουν ένα φαινόμενο γνωστό ως στερεοτυπική απειλή, όπου τα άτομα αισθάνονται πίεση να συμμορφωθούν με τα στερεότυπα που σχετίζονται με το φύλο τους. Στο πλαίσιο της επιχειρηματικότητας, αυτό μπορεί να αποθαρρύνει τις γυναίκες και άλλα περιθωριοποιημένα φύλα από το να επιδιώξουν επιχειρηματικές προσπάθειες λόγω του φόβου ότι θα κριθούν, θα αντιμετωπίσουν μεροληψία ή θα βιώσουν διακρίσεις (Hardin et al., 2007 · Deemer et al., 2014).

Τα στερεότυπα φύλου μπορούν να επηρεάσουν τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται τα άτομα διαφορετικών φύλων σε επιχειρηματικούς ρόλους. Τα στερεότυπα μπορεί να οδηγήσουν σε προκαταλήψεις στην αξιολόγηση της ικανότητας, των ηγετικών ικανοτήτων και της καταλληλότητας ενός ατόμου για επιχειρηματικότητα (Gunderson et al., 2012 · Steele & Ambady 2006). Για παράδειγμα, υπάρχει ένα κοινό στερεότυπο ότι οι άντρες

είναι πιο φυσιολογικά διατεθειμένοι να αναλαμβάνουν ρίσκα και να ηγούνται επιχειρήσεων, ενώ οι γυναίκες θεωρούνται πιο απρόθυμες και εξυπηρετικές (Fogliani & Bussey, 2013). Επιπλέον, τα στερεότυπα φύλου οδηγούν σε μείωση του ενδιαφέροντος των γυναικών για σταδιοδρομία και εξέλιξη (Shapiro & Williams, 2012 · Woodcock, et al., 2012).

Επειδή τα στερεότυπα φύλου έχουν επηρεάσει τις επιλογές σταδιοδρομίας των γυναικών στο παρελθόν (Murphy et al., 2007), αρκετοί ερευνητές υποστηρίζουν ότι τα στερεότυπα φύλου θα μπορούσαν επίσης να επηρεάσουν τις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών (Baron et al., 2001 · Cowling & Taylor, 2001 · Tonoyan, 2020). Οι Baron et al., (2001) και έχουν καταλήξει έπειτα από έρευνά τους ότι όταν οι γυναίκες αντιμετωπίζουν τέτοια στερεότυπα φύλου, θα μπορούσαν να αντιληφθούν την επιχειρηματικότητα ως λιγότερο εφικτή. Αυτή η υπόθεση είναι σύμφωνη με τη θεωρία στερεότυπου - απειλής των Steele και Aronson (1995) που εξηγεί ότι η απόδοση των ατόμων μειώνεται μόλις αντιληφθούν ότι υπάρχουν στερεότυπα. Δεδομένου ότι η επιχειρηματικότητα είναι ένας τομέας που κυριαρχούν οι άνδρες και οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες τείνουν να έχουν στερεότυπα ανδρικά χαρακτηριστικά, οι γυναίκες μπορεί να αισθάνονται λιγότερο ικανές να επιτύχουν μια επιτυχημένη καριέρα στον επιχειρηματικό τομέα. Εξαιτίας των εμποδίων που αναμένουν να αντιμετωπίσουν λόγω αυτών των στερεοτύπων φύλου, είναι πολύ πιθανό να εμφανίσουν άγχος ή μειωμένη απόδοση (Ahl, 2006).

Επειδή οι επιχειρηματικές προθέσεις μπορούν να γίνουν καλύτερα κατανοητές χρησιμοποιώντας τη θεωρία της προγραμματισμένης συμπεριφοράς (Liñán & Chen, 2009), τα στερεότυπα φύλου θα μπορούσαν πιθανότατα να τις επηρεάσουν. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι τρεις παράγοντες της θεωρίας της προγραμματισμένης συμπεριφοράς που εξηγούν τις επιχειρηματικές προθέσεις είναι (Sabah, 2016):

- η στάση απέναντι στην επιχειρηματική συμπεριφορά,

- οι αντιληπτοί κοινωνικοί κανόνες και
- ο αντιληπτός έλεγχος συμπεριφοράς.

Τα στερεότυπα του φύλου μπορεί να επηρεάσουν και τους τρεις παράγοντες. Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, οι γυναίκες συχνά χάνουν το ενδιαφέρον τους για σταδιοδρομία και εξέλιξη (Fogliani & Bussey, 2013 · Gunderson et al. 2012), πράγμα που σημαίνει ότι η στάση απέναντι στην επιχειρηματικότητα δεν θα είναι η ενδεδειγμένη. Στη συνέχεια, οι αντιληπτοί κοινωνικοί κανόνες αντικατοπτρίζουν τις πεποιθήσεις των ατόμων εάν οι άλλοι άνθρωποι θα ενέκριναν τις συμπεριφορές τους (Ajzen, 1991). Επειδή η επιχειρηματικότητα εξακολουθεί να είναι ένας τομέας που κυριαρχείται από άνδρες (Ahl, 2006), οι γυναίκες θα μπορούσαν να πιστέψουν ότι οι άλλοι άνθρωποι θα αποδοκίμαζαν την απόφασή τους να γίνουν επιχειρηματίες. Τέλος, λόγω των στερεοτύπων του φύλου, οι γυναίκες μπορεί να αισθάνονται ότι δεν μπορούν να γίνουν επιχειρηματίες (Baron et al., 2001). Όπως φαίνεται, τα στερεότυπα φύλου μπορεί να επηρεάσουν όλους τους παράγοντες στους οποίους συνίστανται οι επιχειρηματικές προθέσεις. Ως εκ τούτου, μπορεί να υπάρχει μια σχέση μεταξύ των στερεοτύπων φύλου και των επιχειρηματικών προθέσεων των γυναικών. Οι επιχειρηματικές προθέσεις αναφέρονται στην κλίση και στα κίνητρα ενός ατόμου να ξεκινήσει και να διαχειριστεί τη δική του επιχείρηση. Τα στερεότυπα του φύλου μπορούν να επηρεάσουν αυτές τις προθέσεις. Για παράδειγμα, άτομα που δεν ταιριάζουν με τη στερεότυπη εικόνα ενός επιχειρηματία μπορεί να είναι λιγότερο πιθανό να επιδιώξουν την επιχειρηματικότητα, ακόμα κι αν έχουν τις δεξιότητες και την επιθυμία να το κάνουν (Inzlicht & Kang, 2010.)

Αναλόγως των πολιτισμικών τους καταβολών, τα στερεότυπα φύλου θα μπορούσαν να επηρεάσουν σημαντικά τις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών, καθώς μπορεί να υπόκεινται σε επιπλέον στερεότυπα φύλου εξαιτίας ακριβώς του πολιτισμού στον οποίο υπόκεινται (Bonefeld et al., 2021 · Welter, 2011 · Wennberg et al., 2013). Αυτό συμβαίνει επειδή τα στερεότυπα των φύλων καταδεικνύουν μια πολιτισμική διαφοροποίηση στο

περιεχόμενό τους (Fiske, 2017). Για παράδειγμα, το στερεότυπο του φύλου ότι οι γυναίκες πρέπει να μένουν στο σπίτι και οι άνδρες να εργάζονται διαφέρει από χώρα σε χώρα (Zeidan & Bahrami, 2011). Γενικά, πιο πατριαρχικές χώρες όπως η Ινδία ή η Τουρκία περιφρονούν τις γυναίκες που αποφασίζουν να εργαστούν, πόσο μάλλον στο να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση (Collinson & Hearn, 1998 · Singh & Sebastian, 2018). Η τουρκική και η μαροκινή κοινωνία πιστεύει ακράδαντα ότι είναι δουλειά των γυναικών να ασχολούνται με τις οικιακές εργασίες και τα παιδιά. Αντίθετα, η ολλανδική κοινωνία είναι πιο ανοιχτόμυαλη (van de Vijver, 2007). Αυτή η πολιτισμική διακύμανση στα στερεότυπα των φύλων είναι επίσης ορατή στις επαγγελματικές προτιμήσεις των γυναικών (Trauth et al., 2016). Παλαιότερες έρευνες έχουν δείξει ότι η γυναικεία επιχειρηματικότητα ποικίλλει από χώρα σε χώρα λόγω του ρόλου των γυναικών σε αυτούς τους πολιτισμούς και τα στερεότυπα των φύλων (Eagly, 2013 · Monjarás et al., 2010). Εάν κάποιος πολιτισμός προάγει την αρρενωπότητα, η πιθανότητα να υπάρχει υψηλό ποσοστό γυναικών επιχειρηματιών είναι μικρή (McGrath et al., 1992 · Shane, 1993). Αυτό οφείλεται στις προσδοκίες που έχει η κοινωνία από τους άνδρες και τις γυναίκες. Όπως εξηγήθηκε παραπάνω, αυτές οι προσδοκίες μεταφράζονται σε στερεότυπα φύλου (Bourdieu, 1990 · Ellemers, 2018). Ορισμένα έμφυλα στερεότυπα που επηρεάζουν τις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών μπορεί να είναι πιο σοβαρά σε ορισμένες κουλτούρες, αλλά μπορεί επίσης να υπάρχουν ορισμένα πολιτισμικά μοναδικά στερεότυπα φύλου που επηρεάζουν τις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών.

Υπάρχουν διάφοροι παράγοντες οι οποίοι παίζουν ενεργό ρόλο στη σχέση μεταξύ των στερεοτύπων φύλου και των επιχειρηματικών προθέσεων. Τα μέσα ενημέρωσης και οι κοινωνικοί κανόνες είναι ένας από αυτούς. Οι αναπαραστάσεις των μέσων ενημέρωσης, οι πολιτιστικές αφηγήσεις και οι κοινωνικοί κανόνες διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη διαίωνιση των στερεοτύπων των φύλων. Ο τρόπος με τον οποίο απεικονίζεται η επιχειρηματικότητα στα μέσα ενημέρωσης και τη λαϊκή κουλτούρα μπορεί να ενισχύσει τους

παραδοσιακούς ρόλους των φύλων, γεγονός που μπορεί να αποτρέψει τα άτομα από το να εξετάσουν επιχειρηματικές σταδιοδρομίες που δεν ευθυγραμμίζονται με αυτούς τους ρόλους. Επίσης, οι επιπτώσεις των πολιτικών που ακολουθούνται. Οι κυβερνήσεις και οι θεσμοί έχουν αναγνωρίσει την ανάγκη αντιμετώπισης των στερεοτύπων φύλου στην επιχειρηματικότητα. Έχουν εφαρμοστεί διάφορες πολιτικές και πρωτοβουλίες για την προώθηση της ισότητας των φύλων στην επιχειρηματικότητα, όπως η παροχή πρόσβασης σε χρηματοδότηση, καθοδήγηση και πόρους για υποεκπροσωπούμενες ομάδες. Άλλος παράγοντας που καθορίζει αυτές τις σχέσεις είναι το επιχειρηματικό οικοσύστημα. Η σύνθεση και οι συμπεριφορές του επιχειρηματικού οικοσυστήματος μπορούν επίσης να επηρεάσουν τα στερεότυπα και τις προθέσεις των φύλων. Ένα υποστηρικτικό οικοσύστημα που εκτιμά τη διαφορετικότητα και την ένταξη μπορεί να βοηθήσει στην αμφισβήτηση και την υπέρβαση των στερεοτύπων φύλων, καθιστώντας το πιο ελκυστικό για άτομα όλων των φύλων να επιδιώκουν επιχειρηματικές επιχειρήσεις.

Συνοψίζοντας, η σχέση μεταξύ των στερεοτύπων φύλου και των επιχειρηματικών προθέσεων είναι ένας κρίσιμος τομέας μελέτης για την κατανόηση και την προώθηση της διαφορετικότητας και της ένταξης στην επιχειρηματικότητα. Η αντιμετώπιση και η αμφισβήτηση αυτών των στερεοτύπων είναι απαραίτητη για τη δημιουργία ενός περιβάλλοντος όπου τα άτομα όλων των φύλων αισθάνονται ικανά να επιδιώξουν τις επιχειρηματικές τους φιλοδοξίες και να συμβάλουν στην οικονομική ανάπτυξη και καινοτομία.

3. Η κατάσταση στην αγορά εργασίας όσον αφορά την ισότητα των δύο φύλων

Σύμφωνα με την έκθεση σχετικά με τις ανισότητες των δύο φύλων του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ (World Economic Forum, 2023) η κατάσταση της ισότητας των φύλων στην αγορά εργασίας παραμένει μια μεγάλη πρόκληση. Εκτός της γυναικείας συμμετοχής στην αγορά εργασίας σε παγκόσμιο επίπεδο τα τελευταία χρόνια, και άλλοι δείκτες της οικονομίας έχουν δείξει ουσιαστικές ανισότητες μεταξύ γυναικών και ανδρών. Παρόλο που οι γυναίκες έχουν εισαχθεί στο εργατικό δυναμικό με υψηλότερα ποσοστά από τους άνδρες παγκοσμίως, οδηγώντας σε μικρή ανάκαμψη στην ισότητα των φύλων στο ποσοστό συμμετοχής στο εργατικό δυναμικό από την έκδοση του 2022, το κενό παραμένει μεγάλο και εμφανές σε πολλές περιπτώσεις. Μεταξύ 2022 και 2023, αυξήθηκε το ποσοστό συμμετοχής των γυναικών στο εργατικό δυναμικό από 63% σε 64%. Ωστόσο, η ανάκαμψη στη συμμετοχή των γυναικών στο εργατικό δυναμικό παραμένει ημιτελής, καθώς εξακολουθεί να βρίσκεται στο δεύτερο χαμηλότερο σημείο από την πρώτη έκδοση του δείκτη το 2006 και σημαντικά κάτω από το ανώτατο όριο του 2009 του 69%. Λαμβάνοντας υπόψη αυτά τα στοιχεία οι γυναίκες συνεχίζουν να αντιμετωπίζουν υψηλότερα ποσοστά ανεργίας από τους άνδρες, με παγκόσμιο ποσοστό ανεργίας περίπου 4,5% για τις γυναίκες και 4,3% για τους άνδρες. Ακόμη και όταν οι γυναίκες εξασφαλίζουν απασχόληση, συχνά αντιμετωπίζουν υποδεέστερες συνθήκες εργασίας: μια σημαντική μερίδα της ανάκαμψης της απασχόλησης από το 2020 μπορεί να αποδοθεί στην άτυπη απασχόληση, όπου από κάθε πέντε θέσεις εργασίας που δημιουργούνται για τις γυναίκες, οι τέσσερις ανήκουν στην άτυπη οικονομία. Για τους άνδρες, η αναλογία είναι δύο στις τρεις θέσεις εργασίας.

Σύμφωνα με παγκόσμια δεδομένα που παρέχονται από ψηφιακές πλατφόρμες δικτύωσης όπως το LinkedIn η γυναικεία εκπροσώπηση στο εργατικό δυναμικό και την ηγεσία στις βιομηχανίες είναι χαμηλή. Στο δείγμα του LinkedIn, το οποίο καλύπτει 163 χώρες, οι γυναίκες

αντιπροσώπευαν το 41,9% του εργατικού δυναμικό το 2023, αλλά το μερίδιο των γυναικών σε ανώτερες ηγετικές θέσεις (διευθυντή, αντιπροέδρου ή ανώτερου στελέχους) βρίσκονται στο 32,2%, δηλαδή σχεδόν 10 ποσοστιαίες μονάδες χαμηλότερα. Η γυναικεία εκπροσώπηση είναι μειωμένη στο 25% στις θέσεις ανωτέρων στελεχών κατά μέσο όρο, που είναι λίγο παραπάνω από το μισό της εκπροσώπησης σε θέσεις εισαγωγικού επιπέδου, δηλαδή στο 46%. Οι γυναίκες έχουν καλύτερη εκπροσώπηση σε τομείς όπως υπηρεσίες καταναλωτών, λιανικό εμπόριο και εκπαίδευση όπου το ποσοστό εκπροσώπησης τους είναι μεταξύ 64% και 68%. Σε τομείς όπως οι κατασκευές, οι χρηματοοικονομικές υπηρεσίες και τα μεσιτικά η εκπροσώπηση τους σε εισαγωγικό επίπεδο είναι μικρότερη από 50%. Τα τελευταία οκτώ χρόνια, το ποσοστό των γυναικών που προσλαμβάνονται σε ηγετικές θέσεις αυξάνεται κατά περίπου 1% ετησίως παγκοσμίως. Ωστόσο, αυτή η τάση δείχνει μια σαφή αντιστροφή ξεκινώντας από το 2022, που φέρνει το ποσοστό του 2023 πίσω στα επίπεδα του 2021.

Τα επαγγέλματα που αφορούν επιστήμη, τεχνολογία, μηχανικών και μαθηματικά καταλαμβάνουν σημαντικό σύνολο θέσεων εργασίας που αμείβονται καλά και αναμένεται να αυξηθούν σε σημασία και εύρος στο μέλλον. Δεδομένα από το LinkedIn δείχνουν ότι οι γυναίκες υποεκπροσωπούνται σημαντικά σε αυτά. Οι γυναίκες αποτελούν σχεδόν το ήμισυ (49,3%) του συνόλου απασχόληση διαφορετικά από αυτά τα επαγγέλματα, ενώ σε αυτά καταλαμβάνουν μόλις το 29,2% όλων των εργαζομένων. Ενώ το ποσοστό γυναικών αποφοίτων τεχνολογικών επιστημών αυξάνεται, τα στοιχεία δείχνουν ότι η εκπροσώπηση τους είναι ακόμα χαμηλή. Οι γυναίκες αποτελούν σήμερα το 29,4% των νεοεισελθόντων στην αγορά εργασίας. Όσον αφορά συγκεκριμένα στην τεχνητή νοημοσύνη παρόλο που ο αριθμός των ατόμων που απασχολούνται έχει αυξηθεί κατά έξι φορές μεταξύ 2016 και 2022, η εκπροσώπηση των γυναικών είναι πολύ χαμηλή. Το ποσοστό των γυναικών που εργάζονται στην τεχνητή νοημοσύνη σήμερα είναι περίπου 30%, περίπου 4 μονάδες υψηλότερα από ό,τι ήταν το 2016.

Σημαντικά στοιχεία δίνει και ο Δείκτης Ισότητας των Φύλων Bloomberg (Gender Equality Index 2023). Εξετάζει στοιχεία από 484 εταιρείες παγκοσμίως. Ο συγκεκριμένος δείκτης μετρά την ισότητα των φύλων σε πέντε πυλώνες: γυναικεία ηγεσία και δημιουργία ταλέντων, ισότητα αμοιβών μεταξύ των δύο φύλων, συμπεριληπτική κουλτούρα, πολιτικές κατά της σεξουαλικής παρενόχλησης, και επιχειρήσεις που έχουν ιδρυθεί από γυναίκες. Σύμφωνα με τον συγκεκριμένο δείκτη η διαφορά μεταξύ των φύλων το 2023 ανέρχεται στο 68,4%, υποδηλώνοντας μέτρια βελτίωση 0,3% μονάδων σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος. Με τον τρέχοντα ρυθμό προόδου, θα χρειαστούν 131 χρόνια για να επιτευχθεί η πλήρης ισότητα των φύλων, δείχνοντας σημαντική επιβράδυνση του συνολικού ρυθμού αλλαγής. Η περιοχή της Ευρώπης, της Μέσης Ανατολής και της Αφρικής είχε την υψηλότερη μέση συνολική βαθμολογία (75%), το οποίο αποτελεί βελτίωση +2% σε σχέση με το 2021. Η περιοχή είχε επίσης την υψηλότερη μέση βαθμολογία αριστείας δεδομένων (66%), δηλαδή βελτίωση +3% σε σχέση με το 2022. Όσον αφορά στον κάθε πυλώνα, η Βόρεια Αμερική είχε το υψηλότερο σκορ ηγεσίας και ταλέντων (54%), η Ευρώπη, η Μέση Ανατολή και η Αφρική είχαν την υψηλότερη βαθμολογία ίσων αμοιβών (71%), τη βαθμολογία κουλτούρας χωρίς αποκλεισμούς (74%) και η περιοχή της Λατινικής Αμερικής είχε την υψηλότερη βαθμολογία των πολιτικών κατά της σεξουαλικής παρενόχλησης (76%). Μέσα σε κάθε πυλώνα, η Λατινική Αμερική είδε τη μεγαλύτερη αύξηση στην ηγεσία και στην παραγωγή ταλέντων, στην κουλτούρα χωρίς αποκλεισμούς, στις πολιτικές κατά της σεξουαλικής παρενόχλησης ενώ η Ασία είχε τη μεγαλύτερη αύξηση στη βαθμολογία αμοιβής τους με βάση το φύλο.

Προκειμένου να βελτιωθεί η κατάσταση, τα Ηνωμένα Έθνη το 2015 δημιούργησαν ένα πλάνο το οποίο ονόμασαν Στόχοι της Βιώσιμης Ανάπτυξης. Πρόκειται για ένα σύνολο 17 στόχων οι οποίοι εφόσον επιτευχθούν σε μόλις 15 χρόνια μακριά ο πλανήτης θα έχει απαλλαχτεί από τη φτώχεια και την πείνα και θα είναι ασφαλές από τις χειρότερες επιπτώσεις της κλιματικής

αλλαγής. Πρόκειται για ένα πολύ φιλόδοξο σχέδιο. Από τους στόχους αυτούς, ο πέμπτος είναι η επίτευξη της ισότητας των δύο φύλων και επιδιώκει (UNDP 2015):

5.1 Τερματισμός κάθε μορφής διακρίσεων κατά των γυναικών και κοριτσιών, οπουδήποτε.

5.2 Εξάλειψη όλων των μορφών βίας κατά όλων των γυναικών και κοριτσιών, τόσο στην ιδιωτική όσο και στη δημόσια ζωή, συμπεριλαμβανομένης της εμπορίας ανθρώπων καθώς και της σεξουαλικής και κάθε άλλου είδους εκμετάλλευσης.

5.3 Εξάλειψη όλων των επιβλαβών πρακτικών, όπως ο παιδικός, πρόωρος και καταναγκαστικός γάμος καθώς και ο ακρωτηριασμός γυναικείων γεννητικών οργάνων.

5.4 Αναγνώριση και εκτίμηση της μη αμειβόμενης φροντίδας και οικιακής εργασίας, μέσω της παροχής δημόσιων υπηρεσιών, υποδομών και πολιτικών κοινωνικής προστασίας, και της προαγωγής της κοινής ευθύνης μέσα σε ένα νοικοκυριό και στην οικογένεια, ανάλογα με τις εκάστοτε εθνικές ιδιαιτερότητες.

5.5 Διασφάλιση της πλήρους και αποτελεσματικής συμμετοχής καθώς και των ισότιμων ευκαιριών ανάληψης ηγετικού ρόλου των γυναικών σε όλα τα επίπεδα λήψης αποφάσεων στην πολιτική, οικονομική και δημόσια ζωή.

5.6 Διασφάλιση της καθολικής πρόσβασης στη σεξουαλική και αναπαραγωγική υγεία καθώς και διασφάλιση των αναπαραγωγικών δικαιωμάτων, όπως έχει συμφωνηθεί με βάση το Πρόγραμμα Δράσης της Διεθνούς Διάσκεψης για τον Πληθυσμό και την Ανάπτυξη, την Πλατφόρμα Δράσης του Πεκίνου, και τα έγγραφα που προέκυψαν από τις διασκέψεις αναθεώρησης.

5.α Δρομολόγηση μεταρρυθμίσεων οι οποίες θα παράσχουν στις γυναίκες ίσα δικαιώματα ως προς τους οικονομικούς πόρους, καθώς και πρόσβαση στην ιδιοκτησία, στον έλεγχο της γης και άλλων μορφών ιδιοκτησίας, στις χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες, στις κληρονομίες και στους φυσικούς πόρους, σύμφωνα με την εκάστοτε εθνική νομοθεσία.

5.β Ενίσχυση της χρήσης της τεχνολογίας γενικής εφαρμογής, και ιδίως της τεχνολογίας της πληροφορίας και των επικοινωνιών, προωθώντας έτσι την ενδυνάμωση των γυναικών.

5.γ Υιοθέτηση και ενίσχυση ορθών πολιτικών και εφαρμόσιμων νομοθεσιών που αποβλέπουν στην προώθηση της ισότητας των φύλων και τη χειραφέτηση των γυναικών και των κοριτσιών σε όλα τα επίπεδα.

Πρωτοβουλίες έχει αναλάβει και η Ευρωπαϊκή Ένωση για την προώθηση της ισότητας των δύο φύλων. Στη στρατηγική για την ισότητα των φύλων 2020 – 2025 (ΕΕ, 2020) αναφέρεται η δέσμευση της για γεφύρωση του χάσματος μεταξύ των φύλων στην αγορά εργασίας καθότι θεωρεί ότι θα έχει θετικές επιπτώσεις στην οικονομία, στην ενεργό συμμετοχή των γυναικών και στην επίτευξη της οικονομικής τους ανεξαρτησίας. Στο πλαίσιο αυτό έχει λάβει διάφορα μέτρα για τη μείωση αυτού του χάσματος όπως την Οδηγία για την Ισότητα στην Απασχόληση σύμφωνα με την οποία απαιτείται ισότητα μεταξύ των φύλων στην πρόσβαση στην απασχόληση και στους όρους εργασίας. Επίσης έχει σχεδιάσει διάφορα προγράμματα και πρωτοβουλίες για την προώθηση της συμμετοχής των γυναικών σε επαγγέλματα που έχουν μικρή αντιπροσώπευση και για την ενθάρρυνση της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Παράλληλα παρακολουθεί την κατάσταση των διαφορών των αμοιβών μεταξύ των δύο φύλων και άλλων πτυχών της ισότητας στην αγορά εργασίας και αξιολογεί τα μέτρα που λαμβάνονται για την εξάλειψή του. Επιπρόσθετα, η Ευρωπαϊκή Ένωση προωθεί εκστρατείες ευαισθητοποίησης και εκπαίδευσης για τη σημασία της ισότητας των φύλων στην αγορά εργασίας.

Όσον αφορά στην κατάσταση στην Ελλάδα σύμφωνα με το Gender Equality Index (2022) η χώρα μας βρίσκεται στην προτελευταία θέση της Ευρωπαϊκής Ένωσης με επίδοση 65,6, έναντι του μέσου όρου της Ευρώπης που είναι 71,7 ενώ την καλύτερη επίδοση έχει η Σουηδία με 83. Σε έρευνα που διεξήγαγε ο ΣΕΒ (2023) για την ισότητα των φύλων επιχειρήσεις μελετήθηκαν

τέσσερις παράγοντες: απασχόληση και αμοιβές, προσλήψεις και επαγγελματική ανάπτυξη, πολιτικές – παροχές – θεσμικό πλαίσιο, βία και παρενόχληση. Η έρευνα διεξήχθη το διάστημα Μαρτίου – Απριλίου 2023 σε 618 επιχειρήσεις και συμμετείχαν 1061 άτομα ηλικίας άνω των 17 ετών. Τα αποτελέσματα της έρευνας ήταν ότι στο 39% των επιχειρήσεων οι γυναίκες κατέχουν ηγετικό ρόλο στο 33% των τμημάτων τους. Στο 51% των επιχειρήσεων το ποσοστό κατοχής ηγετικών θέσεων από γυναίκες είναι μικρότερο του 33%. Επίσης, καταγράφηκε σε ποσοστό 11% των ερωτώμενων ότι δεν θεωρούν αξιόπιστες τις γυναίκες να κατέχουν θέσεις ευθύνης σε κάποιο τομέα της επιχείρησης. Προκειμένου να αυξηθεί το ποσοστό συμμετοχής των γυναικών στις επιχειρήσεις, προτείνουν να υπάρχει ενημέρωση για τη διασφάλιση της ισότητας των δύο φύλων, οικονομικά κίνητρα και ενημέρωση των μαθητριών / φοιτητριών για την εξάλειψη των στερεοτύπων. Ενώ οι γυναίκες στην Ελλάδα αποτελούν το 51,75 του πληθυσμού της χώρας, το ποσοστό τους στην απασχόληση είναι 47,67% το οποίο αποτελεί βελτίωση κατά 2,35% σε σχέση με προηγούμενες καταγραφές. Επίσης, στις γυναίκες καταγράφεται και μεγαλύτερο ποσοστό ανεργίας (64,2%) σε σχέση με τους άντρες. Άλλο σημαντικό εύρημα της έρευνας ήταν ότι ο μέσος μισθός των γυναικών πλήρους απασχόλησης ήταν χαμηλότερος κατά 13,17% σε σχέση με τον αντίστοιχο μέσο μισθό των αντρών.

Σε έρευνα της CSR HELLAS (2022) η οποία είναι ένα μη κερδοσκοπικό σωματείο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και ανάμεσα στους στόχους του είναι η προώθηση της υπεύθυνης επιχειρηματικότητας παρατηρήθηκε ότι παρόλο που τα ηγετικά στελέχη των επιχειρήσεων και των φορέων στην Ελλάδα αναγνωρίζουν τη σημασία της συμπερίληψης στην επιχειρηματική στρατηγική μόνο το 18% υιοθετούν στρατηγικές συμπερίληψης. Επίσης παρατηρήθηκε ότι παρόλο που οι μεγάλες επιχειρήσεις απασχολούν ποσοστιαία μεγαλύτερο αριθμό γυναικών σε σχέση με τις μικρότερες (5% παραπάνω), η συμμετοχή των γυναικών σε διοικητικά συμβούλια των εταιρειών είναι χαμηλότερη.

Από τα παραπάνω, παρατηρείται ότι παρόλες τις προσπάθειες, το χάσμα μεταξύ των φύλων στην αγορά εργασίας παραμένει και χρειάζεται συνεχή δράση και προσοχή για τη μείωσή του.

4. Νομική κατοχύρωση της ισότητας και δυνατότητες ευκαιριών για την γυναικεία επιχειρηματικότητα

Με διεθνείς συμβάσεις όπως ο Χάρτης Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της ΕΕ, ο Ευρωπαϊκός Κοινωνικός Χάρτης και κείμενα του ΟΗΕ αναδεικνύεται η αρχή της ίσης ισότητας των φύλων και της ίσης μεταχείρισης. Ειδικότερα σε ευρωπαϊκό επίπεδο συγκεντρώθηκαν τα θεμελιώδη δικαιώματα του ανθρώπου σε ένα Χάρτη - στον Ευρωπαϊκό Χάρτη των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων (ΕΕ, 2016) - προκειμένου να γίνουν πιο αντιληπτά από τους πολίτες. Συγκεκριμένα στο άρθρο 21 παρ. 1 αναφέρεται ρητά «1. Απαγορεύεται κάθε διάκριση ιδίως λόγω φύλου, φυλής, χρώματος, εθνοτικής καταγωγής ή κοινωνικής προέλευσης, γενετικών χαρακτηριστικών, γλώσσας, θρησκείας ή πεποιθήσεων, πολιτικών φρονημάτων ή κάθε άλλης γνώμης, ιδιότητας μέλους εθνικής μειονότητας, περιουσίας, γέννησης, αναπηρίας, ηλικίας ή γενετήσιου προσανατολισμού.», εν συνεχεία στο άρθρο 23 για την ισότητα γυναικών και ανδρών αναφέρεται «Η ισότητα γυναικών και ανδρών πρέπει να εξασφαλίζεται σε όλους τους τομείς, μεταξύ άλλων στην απασχόληση, την εργασία και τις αποδοχές.

Η αρχή της ισότητας δεν αποκλείει τη διατήρηση ή τη θέσπιση μέτρων που προβλέπουν ειδικά πλεονεκτήματα υπέρ του υποεκπροσωπούμενου φύλου.». Τέλος στο άρθρο 33 παρ.2 για την οικογενειακή και επαγγελματική ζωή αναγνωρίζεται πως « 2. Κάθε πρόσωπο, προκειμένου να μπορεί να συνδυάζει την οικογενειακή με την επαγγελματική ζωή του, έχει δικαίωμα προστασίας από την απόλυση για λόγους που συνδέονται με τη μητρότητα, καθώς και δικαίωμα αμειβόμενης άδειας μητρότητας και γονικής άδειας μετά τη γέννηση ή την υιοθεσία παιδιού.»

Στον Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Χάρτη όπως υιοθετήθηκε από το Συμβούλιο της Ευρώπης στο Τορίνο στις 18 Οκτωβρίου 1961 και κυρώθηκε από την Ελλάδα με τον 1426/1984, γίνεται ιδιαίτερη μνεία στην αρχή της ίσης μεταχείρισης ως θεμελιώδες δικαίωμα του ανθρώπου.

Γενικότερα σύμφωνα με βάση την αιτιολογημένη έκθεση «αναφέρεται στο δικαίωμα στην ισότητα ευκαιριών των δύο φύλων ως προς τα θέματα απασχόλησης και επαγγέλματος. Τα Συμβαλλόμενα Μέρη οφείλουν να λάβουν τα απαραίτητα μέτρα για τη διασφάλιση της ισότητας στους τομείς της πρόσβασης στην εργασία, στον επαγγελματικό προσανατολισμό και εκπαίδευση, στις συνθήκες εργασίας και στην εξέλιξη του εργαζόμενου.». Ειδικότερα τα άρθρα 1-4 του II Μέρους προσδιορίζουν το δικαίωμα στην εργασία, στις δίκαιες συνθήκες εργασίας και στην ίση αμοιβή αλλά και ειδικότερα το άρθρο 8 - Δικαίωμα των εργαζομένων γυναικών για προστασία - ορίζεται ότι στις συμβάσεις εργασίας εξαρτημένης εργασίας τα συμβαλλόμενα μέρη συμφωνούν «1. Να εξασφαλίζουν στις γυναίκες, πριν και μετά τον τοκετό, ανάπαυση συνολικής διάρκειας τουλάχιστον 12 εβδομάδων είτε με τη μορφή αδείας με αποδοχές είτε με τη μορφή κατάλληλων παροχών κοινωνικής ασφάλειας ή παροχών από δημόσια κεφάλαια.

2. Να θεωρούν παράνομη την κοινοποίηση από μέρους του εργοδότη της απόλυσης σε γυναίκα ενώ διαρκεί η άδειά της λόγω μητρότητας ή σε ημερομηνία που η προθεσμία της προειδοποίησης ενπνέει κατά τη διάρκεια της απουσίας αυτής.

3. Να εξασφαλίζουν στις μητέρες που θηλάζουν τα παιδιά τους παύσεις εργασίας που να είναι αρκετές για το σκοπό αυτόν.

4. α) Να ρυθμίζουν την απασχόληση του γυναικείου εργατικού δυναμικού για νυκτερινή εργασία σε βιομηχανικές απασχολήσεις.

β) Να απαγορεύουν την απασχόληση του γυναικείου εργατικού δυναμικού σε υπόγειες εργασίες στα μεταλλεία και ενδεχόμενα σε όλες τις εργασίες που δεν ταιριάζουν στο εργατικό αυτό δυναμικό λόγω του επικίνδυνου, ανθυγιεινού ή επίπονου χαρακτήρα τους.» (Βουλή των Ελλήνων, 2015).

Κατά την αιτιολογημένη έκθεση του Ν. 4359/2016 – ο Αναθεωρημένος Ευρωπαϊκός Κοινωνικός Χάρτης-, σε συνδυασμό με την Ευρωπαϊκή Σύμβαση Δικαιωμάτων του Ανθρώπου, την άλλη διεθνή σύμβαση του Συμβουλίου της Ευρώπης, συνπροσδιορίζουν

σήμερα το ευρωπαϊκό κεκτημένο των θεμελιωδών δικαιωμάτων. Οι ρυθμίσεις και των δύο συμβάσεων είναι ισόκυρες, εφόσον κατά το άρθρο 28 παρ. 1 του Συντάγματος υπερισχύουν κάθε άλλης διάταξης του κοινού νομοθέτη. Για το λόγο αυτόν δεσμεύουν τη διοίκηση και τα δικαστήρια προκειμένου να εφαρμόζουν και να ερμηνεύουν το εθνικό δίκαιο υπό το φως των ρυθμίσεών τους.

Στο ίδιο πλαίσιο κινείται και η οδηγία 613/1986 ΕΕ (ΕΕ 2022) σχετικά με την εφαρμογή της αρχής της ίσης μεταχείρισης ανδρών και γυναικών που ασκούν ανεξάρτητη δραστηριότητα - δηλαδή κερδοσκοπική δραστηριότητα για δικό τους λογαριασμό - ή συμβάλλουν στην άσκηση τέτοιας δραστηριότητας, στα θέματα που δεν καλύπτονται από τις οδηγίες 76/207/ΕΟΚ και 79/7/ΕΟΚ. Ειδικότερα στο άρθρο 3 ορίζεται ως πεδίο εφαρμογής *«Κατά την έννοια της παρούσας οδηγίας, η αρχή της ίσης μεταχείρισης συνεπάγεται την απουσία κάθε διάκρισης που βασίζεται στο φύλο, είτε άμεσα είτε έμμεσα, σε συσχετισμό ιδίως με το γάμο ή την οικογενειακή κατάσταση.»* και στο άρθρο 8 πως *«Τα κράτη μέλη αναλαμβάνουν την υποχρέωση να εξετάσουν αν και υπό ποιές προϋποθέσεις οι γυναίκες ανεξάρτητοι επαγγελματίες καθώς και οι σύζυγοι των ανεξαρτήτων επαγγελματιών μπορούν, κατά τη διάρκεια απουσίας τους από τη δραστηριότητα λόγω εγκυμοσύνης ή λόγω μητρότητας:*

- να έχουν το δικαίωμα αναπλήρωσης ή τη δυνατότητα πρόσβασης σε κοινωνικές υπηρεσίες που υπάρχουν στο έδαφος τους, ή
- να δικαιούνται χρηματικής αποζημίωσης στα πλαίσια ενός καθεστώτος κοινωνικής ασφάλισης ή ενός οποιουδήποτε άλλου συστήματος δημόσιας κοινωνικής κάλυψης.»

Σε εθνικό επίπεδο η αρχή της ισότητας αποτελεί θεμελιώδες συνταγματικό αξίωμα και αφορά γενικά στην σχέση των πολιτών με το κράτος αλλά και ειδικότερα στην σχέση των πολιτών μεταξύ τους. Το άρθρο 4 του Συντάγματος στις παρ. 1 και 2 ορίζει ρητά ότι *« 1. Οι Έλληνες είναι ίσοι ενώπιον του νόμου. 2. Οι Έλληνες και οι Ελληνίδες έχουν ίσα δικαιώματα*

και υποχρεώσεις. ». Ο νομοθέτης πέρα από την γενική αρχή της ισότητας της παρ. 1 που καθιερώνεται η ισότητα μεταξύ των πολιτών, θέλησε με την ειδική διάταξη της παρ. 2 να κατοχυρώσει την ειδική αρχή της ισότητας των φύλων και την αρχή της ίσης μεταχείρισης, απαγορεύοντας ρητά τη διαφορετική μεταχείριση ανδρών και γυναικών και τη διαφορετική μεταχείριση όμοιων περιπτώσεων, προστατεύοντας την γενικότερη αξία του ανθρώπου. Νομολογιακά η αρχή της ίσης μεταχείρισης στην εργασία ερείδεται στις διατάξεις των άρθρ. 22 §1 εδ. β' «...Όλοι οι εργαζόμενοι, ανεξάρτητα από φύλο ή άλλη διάκριση, έχουν δικαίωμα ίσης αμοιβής για παρεχόμενη εργασία ίσης αξίας.» και 4 §2 του Συντάγματος, το οποίο εφαρμόζεται με το αρθ. 116 §2 του Συντάγματος «..2. Δεν αποτελεί διάκριση λόγω φύλου η λήψη θετικών μέτρων για την προώθηση της ισότητας μεταξύ ανδρών και γυναικών. Το Κράτος μεριμνά για την άρση των ανισοτήτων που υφίστανται στην πράξη, ιδίως σε βάρος των γυναικών.» καθώς και του αρθ. 288ΑΚ. Βάση λοιπόν της αρχής αυτής απαγορεύεται η άνιση μεταχείριση των εργαζομένων εκ μέρους του εργοδότη για την ίδια εκμετάλλευση, εφόσον κατέχουν τα ίδια προσόντα, για τις ίδιες υπηρεσίες και κάτω από τις ίδιες συνθήκες και ταυτόχρονα απαγορεύονται οι διακρίσεις στο μισθό με βάση το φύλο, τη φυλή, τις πεποιθήσεις κλπ. Ταυτόχρονα ο νομοθέτης δεσμεύτηκε να μην γίνονται δεκτές τέτοιες διακρίσεις, παρά μόνο εάν αυτές επιβάλλονται από λόγους γενικότερου δημοσίου ή κοινωνικού συμφέροντος. Είναι σαφές ότι οι λόγοι αυτοί ελέγχονται από τα Ελληνικά δικαστήρια. Σε αντίθεση με την γενικότερη υποχρέωση της ίσης μεταχείρισης, η αρχή της απαγόρευσης των διακρίσεων επιβάλλει ειδικότερες υποχρεώσεις και συναντάται σε όλο το φάσμα των εργασιακών σχέσεων, απαγορεύοντας λ.χ. στον εργοδότη να αποκλείσει τον υποψήφιο εργαζόμενο αποκλειστικά λόγου π.χ. του φύλου, του σεξουαλικού προσανατολισμού ή των θρησκευτικών του πεποιθήσεων. Αυτό πηγάζει κυρίως από την αναγνώριση της ανθρώπινης αξιοπρέπειας, η οποία προστατεύεται τόσο από το κράτος με το αρθ. 2 παρ. 1 του Συντάγματος όσο και από τους ιδιώτες, με μοναδικό στόχο τον μη αποκλεισμό ανθρώπων των ανωτέρω ομάδων από τον

εργασιακό στίβο. Προς επίρρωση των ανωτέρω στο άρθρο 21 του Συντάγματος ορίζεται ότι *«1. Η οικογένεια, ως θεμέλιο της συντήρησης και προαγωγής του Έθνους, καθώς και ο γάμος, η μητρότητα και η παιδική ηλικία τελούν υπό την προστασία του Κράτους. Το Κράτος μεριμνά για τη διασφάλιση συνθηκών αξιοπρεπούς διαβίωσης όλων των πολιτών μέσω ενός συστήματος ελάχιστου εγγυημένου εισοδήματος, όπως νόμος ορίζει.»*. Συνάγεται ότι οι διακρίσεις εις βάρος των γυναικών που σχετίζονται με την γυναικεία φύση είναι αντισυνταγματικές καθώς η μητρότητα προστατεύεται από το κράτος και το Σύνταγμα (Βουλή των Ελλήνων, 2008).

Εν κατακλείδι γίνεται εύκολα αντιληπτό ότι η νομική προστασία του υποεκπροσωπούμενου φύλου είναι πρώτιστης σημασίας τόσο σε διεθνές όσο και εθνικό επίπεδο. Η πολιτική που ακολουθείται από τα κράτη για την γυναικεία επιχειρηματικότητα, στηρίζει και υποβοηθά τις γυναίκες παρέχοντάς ευκαιρίες ανάπτυξης στον επιχειρηματικό κόσμο. Για τον λόγο αυτό προκειμένου να προωθηθεί η γυναικεία επιχειρηματικότητα παρέχονται προγράμματα ΕΣΠΑ διευκολύνοντας μέσω χρηματοδοτικών ενισχύσεων την ίδρυση επιχειρήσεων από γυναίκες. Στόχος των προγραμμάτων αυτών είναι να παρασχεθεί η επιχειρηματικότητα όχι για λόγους ανάγκης αλλά για λόγους ευκαιρίας.

Η εθνική νομολογία για την γυναικεία επιχειρηματικότητα αφορά ως επι τω πλείστων υποθέσεις παράβασης και μεταβολής των όρων Κανονισμού υλοποίησης του ΕΣΠΑ, που συνεπάγεται την ανάκληση της επένδυσης και την επιστροφή της δημόσιας χρηματοδότησης. Τέτοια συνιστά και η αντιμετώπιση οικονομικών προβλημάτων της επιχείρησης, η οποία είναι μέρος του επιχειρηματικού κινδύνου, η αλλαγή έδρας της επιχείρησης με παράλειψη ενημέρωσης των αρμοδίων οργάνων και η εγκυρότητα των αποδεικτικών πληρωμής (βλ. 3384/1015 ΕΣ(ΟΛΟΜ), 445/2016 ΕΣ ΤΜΗΜΑ Ι, 2528/2016 ΕΣ ΤΜΗΜΑ Ι).

Τέλος αξίζει να σημειωθεί ότι ο Συνήγορος του Πολίτη, σύμφωνα με τους Ν. 3094/2003, 3896/2010, Ν. 4443/2016 και Π.Δ 80/2022 είναι ο ανεξάρτητος εθνικός φορέας αρμόδιος α) για την παρακολούθηση και προώθηση της εφαρμογής της αρχής των ίσων ευκαιριών και της

ίσης μεταχείρισης ανδρών και γυναικών (Οδηγία 2006/54/EK), β) για την παρακολούθηση και προώθηση της εφαρμογής της αρχής της ίσης μεταχείρισης ανεξαρτήτως φυλής, χρώματος, εθνικής ή εθνοτικής καταγωγής, γενεαλογικών καταβολών, θρησκευτικών ή άλλων πεποιθήσεων, αναπηρίας ή χρόνιας πάθησης, ηλικίας, οικογενειακής ή κοινωνικής κατάστασης, σεξουαλικού προσανατολισμού, ταυτότητας ή χαρακτηριστικών φύλου (Οδηγίες 2000/43/EK και 2000/78/EK) στην απασχόληση και την εργασία και γ) για την εφαρμογή των προβλεπόμενων για την ελεύθερη κυκλοφορία και την ισότιμη μεταχείριση των πολιτών της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Οδηγίας 2014/54/EK).

Στο πλαίσιο αυτό ως φορέας για την ίση μεταχείριση και σύμφωνα με την ετήσια έκθεση 2021 εξέτασε μεγάλο αριθμό υποθέσεων με ενδεικτικά θέματα την διάκριση λόγω φύλου, λόγω χαρακτηριστικών ή ταυτότητας φύλου κ.α που αφορούσαν κυρίως στην καταγγελία της σύμβασης εργαζόμενων γυναικών που βρίσκονταν σε κατάσταση εγκυμοσύνης ή επέστρεφαν στην εργασία τους μετά την άδεια λοχείας (προστασία 18μήνου) (Συνήγορος του Πολίτη, 2021). Σε κάποιες από τις περιπτώσεις επήλθε συμβιβασμός μεταξύ του εργοδότη και της εργαζόμενης, σε πολλές όμως η παρέμβαση της Αρχής οδήγησε στην εισήγηση και την επιβολή προστίμου από την Επιθεώρηση Εργασίας. Η ετήσια έκθεση 2022 επικεντρώθηκε σε υποθέσεις διευφυλικών ατομών όσον αφορά στα δικαιώματά τους και την αρχή της ίσης μεταχείρισης καθώς και στα προβλήματα που διαπιστώθηκαν στα προγράμματα επιχορήγησης πρωτοβουλιών απασχόλησης νέων ελεύθερων επαγγελματιών και συγκεκριμένα στο «Πρόγραμμα Επιχορήγησης Επιχειρηματικών Πρωτοβουλιών Απασχόλησης Νέων Ελεύθερων Επαγγελματιών Ηλικίας 18 έως 29 ετών με Έμφαση στις Γυναίκες». Διαπιστώθηκε ότι οι συμμετέχουσες στο εν λόγω πρόγραμμα δεν ελάμβαναν εγκαίρως την καταβολή της πρώτης δόσης, με αποτέλεσμα να αδυνατούν να προχωρήσουν σε βασικές επιχειρηματικές κινήσεις δίχως την επιχορήγηση. Η παρέμβαση της Αρχής σύμφωνα με την έκθεση συνέβαλε στην βελτίωση των σχετικών διαδικασιών (Συνήγορος του Πολίτη, 2022).

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

Σημασία – Αναγκαιότητα έρευνας

Η μέχρι στιγμής βιβλιογραφία για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα έχει εστιάσει στους παράγοντες που την ενθαρρύνουν ή την εμποδίζουν (DeMartino & Barbato, 2003; Yordanova & Tarrazon, 2010). Οι Jafari-Sadeghi et al., (2021) σε έρευνά τους ασχολήθηκαν με τα κίνητρα γυναικείας επιχειρηματικότητας και κατέληξαν ότι οι τρεις παράγοντες που επηρεάζουν τις γυναίκες να γίνουν επιχειρηματίες είναι η επιθυμία τους για ανεξαρτησία, οι οικονομικές ανταμοιβές και η έλλειψη άλλων εναλλακτικών λύσεων απασχόλησης. Περαιτέρω μελέτες επιβεβαίωσαν ότι οι οικονομικές ανταμοιβές και η επιθυμία να είναι ανεξάρτητες φάνηκε να είναι ένας ουσιαστικός παράγοντας για την παρακίνηση των γυναικών να γίνουν επιχειρηματίες (Robichaud et al., 2016 · Unruh et al., 2014). Άλλοι ενισχυτικοί παράγοντες ήταν η εξισορρόπηση της οικογενειακής και επαγγελματικής ζωής και το αίσθημα αυτοεκπλήρωσης (DeMartino & Barbato, 2003 · Robichaud et al., 2016). Ωστόσο, άλλες έρευνες έχουν επίσης αναδείξει διάφορους παράγοντες που εμποδίζουν τις επιχειρηματικές ενέργειες των γυναικών, όπως η δυσκολία εύρεσης οικονομικής υποστήριξης και η έλλειψη εκπαίδευσης (Koller et al., 2021 · Raghuvanshi et al., 2017). Σύμφωνα με ερευνητές από το χώρο των επιχειρήσεων, η γυναικεία εκπαίδευση είναι ο πιο κρίσιμος παράγοντας στην παρεμπόδιση της γυναικείας επιχειρηματικής δράσης, επειδή οι γυναίκες έχουν την τάση όχι μόνο να έχουν χαμηλότερο μορφωτικό επίπεδο από τους άνδρες, αλλά δεν έχουν επίσης γνώσεις σχετικά με τις επιχειρηματικές δεξιότητες και εμπειρίες στον επιχειρηματικό τομέα (Aterido et al., 2013· Belwal et al., 2012, Huarng et al., 2012· Lockyer & George, 2012). Ένας άλλος παράγοντας που επηρεάζει την επιχειρηματική δράση των γυναικών είναι οι χαμηλές επιχειρηματικές τους προθέσεις, επειδή οι προθέσεις είναι συνήθως προκάτοχοι της επιχειρηματικής δράσης (Futagami & Helms, 2009 · Ozaralli & Rivenburgh, 2016 · Yordanova & Tarrazon, 2010).

Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω, κρίνεται σημαντική η διεξαγωγή έρευνας στον τομέα των στερεοτύπων φύλου και των επιχειρηματικών προθέσεων των γυναικών καθότι μπορεί να αποτελέσει τη βάση για τεκμηριωμένη χάραξη πολιτικής, μεγαλύτερη ευαισθητοποίηση και ουσιαστική αλλαγή στο επιχειρηματικό τοπίο προς όφελος των γυναικών και της κοινωνίας στο σύνολό της.

Σκοπός εργασίας

Στόχος της προτεινόμενης έρευνας είναι η διερεύνηση μέσω βιβλιογραφικής επισκόπησης της επίδρασης που έχουν τα στερεότυπα φύλου στις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών.

Ερευνητικά ερωτήματα

Τα ερευνητικά ερωτήματα που θα διερευνηθούν είναι:

- 1) Ποια είναι τα έμφυλα στερεότυπα που επηρεάζουν τις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών παγκοσμίως;
- 2) Ποια πολιτιστικά μοναδικά στερεότυπα φύλου, αν υπάρχουν, επηρεάζουν τις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών και ποιες γυναίκες στοχεύουν;
- 3) Πώς αναπτύσσονται και διατηρούνται τα στερεότυπα φύλου που επηρεάζουν τις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών;
- 4) Ποιες είναι οι συνέπειες αυτών των στερεοτύπων για τις γυναίκες;
- 5) Ποιες πιθανές λύσεις υπάρχουν για τη μείωση των στερεοτύπων φύλου που επηρεάζουν τις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών;

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Μεθοδολογία υλοποίησης

Η μεθοδολογική προσέγγιση που ακολουθήθηκε σε αυτή τη μελέτη για την απάντηση των ερευνητικών ερωτημάτων ήταν η ολοκληρωμένη βιβλιογραφική ανασκόπηση. Μια ολοκληρωμένη βιβλιογραφική ανασκόπηση αφορά την ανασκόπηση και τη σύνθεση της έρευνας και αυτή η προσέγγιση επιλέχθηκε με βάση τρεις παράγοντες (Toronto & Remington, 2020). Καταρχάς, το θέμα της γυναικείας επιχειρηματικότητας είχε τεράστια ανάπτυξη τα τελευταία δύο χρόνια (Teoh & Chong, 2014). Επομένως, είναι ζωτικής σημασίας να παρέχεται μια ολοκληρωμένη και ενημερωμένη ανασκόπηση των δημοσιευμένων άρθρων. Δεύτερον, με μια ολοκληρωμένη βιβλιογραφική ανασκόπηση, μπορεί να γίνει μια συμβολή στην εμφάνιση νέων θεωρητικών πλαισίων και προοπτικών (Torraco, 2016). Τρίτον, η επιχειρηματική πρόθεση των γυναικών είναι ένα θέμα μελέτης με το οποίο ασχολούνται πολλοί κλάδοι, δηλαδή ο τομέας των επιχειρήσεων και της διαχείρισης, οι κοινωνικές σπουδές και η ψυχολογία (Cardella et al., 2020). Ο συνδυασμός αυτής της διεπιστημονικής γνώσης βοηθά στην απόκτηση καλής εικόνας για το συγκεκριμένο θέμα (Jahan et al., 2016).

Χρησιμοποιήθηκαν άρθρα που ήταν στην Αγγλική και στην Ελληνική γλώσσα καθώς αυτές είναι η γλώσσες τις οποίες μπορεί να κατανοήσει η ερευνήτρια. Συμπεριλήφθηκαν άρθρα που ανέφεραν τα αποτελέσματα ερευνών για τις διαφορές στα στερεότυπα των φύλων μεταξύ γυναικών και ανδρών. Ωστόσο, άρθρα που επικεντρώνονταν αποκλειστικά στους άνδρες αποκλείστηκαν. Τα κεφάλαια των βιβλίων εξαιρέθηκαν για να διασφαλιστεί ότι δεν υπάρχει αλληλοεπικάλυψη πληροφοριών καθώς τα βιβλία συχνά καλύπτουν τα ευρήματα εμπειρικών μελετών. Τέλος, το επίκεντρο αυτής της μελέτης είναι τα στερεότυπα που μειώνουν ή αυξάνουν τις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών (π.χ., σε αντίθεση με την επιχειρηματική δράση). Επομένως, τα άρθρα που εστιάζουν στα εμπόδια που αντιμετωπίζουν

οι γυναίκες όταν δημιουργούν την επιχείρησή τους δεν συμπεριελήφθησαν στην παρούσα έρευνα.

Η έρευνα διεξήχθη κατά τους μήνες Σεπτέμβριο και Οκτώβριο 2023. Η αναζήτηση των έγινε μέσω βάσεων δεδομένων όπως οι Research Gate, Scopus, Elsevier, Science Direct, Google Scholar και Web of Science. Για την αναζήτηση χρησιμοποιήθηκαν λέξεις κλειδιά στα αγγλικά και στα ελληνικά.

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

Η μελέτη της βιβλιογραφίας έδειξε ότι τα στερεότυπα φύλου επιδρούν αρνητικά στις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών (BarNir, 2021 · Cho et al., 2020 · Gupta et al., 2008). Όπως προέκυψε, όταν οι γυναίκες συνειδητοποιήσαν τα στερεότυπα φύλου, είχαν λιγότερες προθέσεις να εργαστούν στον τομέα της επιχειρηματικότητας (Gupta et al., 2009 · Javadian & Singh, 2012 · Stefan et al., 2021). Ωστόσο, δεν ήταν ξεκάθαρος ο τρόπος με τον οποίο τα στερεότυπα των φύλων επηρέασαν αρνητικά τις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών.

Σε έρευνα του BarNir (2021), περιγράφεται μια άλλη σχέση μεταξύ των στερεοτύπων φύλου και των επιχειρηματικών προθέσεων των γυναικών. Εδώ, τα έμφυλα στερεότυπα δεν έχουν άμεσα αρνητική επίδραση στα στερεότυπα φύλου, αλλά αναστέλλουν τη θετική επίδραση που έχει η επιχειρηματική αυτο-αποτελεσματικότητα και η προηγούμενη έκθεση στην επιχειρηματικότητα στις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών. Έτσι, τα στερεότυπα του φύλου λειτουργούν ως ενδιάμεσος παράγοντας στη σχέση της αυτό-αποτελεσματικότητας, της προηγούμενης έκθεσης στην επιχειρηματικότητα και των επιχειρηματικών προθέσεων. Συνήθως, η αυτο-αποτελεσματικότητα και η προηγούμενη έκθεση στην επιχειρηματικότητα ενθαρρύνουν τις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών, αλλά σύμφωνα με τα άρθρα, αυτή η σχέση εξασθενεί μόλις οι γυναίκες συνειδητοποιήσουν τα στερεότυπα φύλου.

Ένα σημαντικό αποτέλεσμα που προέκυψε από την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας ήταν κάποια άρθρα κι συγκεκριμένα δύο (Suseno & Abbott, 2021 · Kraiser & Mota-Santos, 2021) έδειξαν ότι τα στερεότυπα του φύλου θα μπορούσαν να επηρεάσουν θετικά τις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών. Όταν ορισμένες γυναίκες συνειδητοποιήσαν τα στερεότυπα των φύλων, ένιωσαν την επιθυμία να γίνουν πρότυπα στην επιχειρηματικότητα για να δείξουν ότι οι γυναίκες είναι ικανές να γίνουν επιχειρηματίες. Σύμφωνα με τις ανωτέρω έρευνες, οι γυναίκες πίστευαν ότι με το να γίνουν επιχειρηματίες και να δείξουν ότι οι γυναίκες μπορούν να είναι σίγουρες, σκληρά εργαζόμενες και επιτυχημένες, θα μπορούσαν να αλλάξουν τον

ρόλο των γυναικών και την επικρατούσα αντίληψη στην κοινωνία και να καταρρίψουν αυτά τα στερεότυπα φύλου.

Όσον αφορά στα ερευνητικά ερωτήματα, η ανασκόπηση της βιβλιογραφίας έδειξε τα εξής:

Ερευνητικό ερώτημα 1: Ποια είναι τα έμφυλα στερεότυπα που επηρεάζουν τις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών παγκοσμίως;

Η βιβλιογραφική ανασκόπηση έδειξε ότι τρία είναι τα κυρίαρχα έμφυλα στερεότυπα που επηρεάζουν τις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών και συγκεκριμένα: «Οι γυναίκες δεν είναι πραγματικοί επιχειρηματίες», «Οι γυναίκες πρέπει να είναι σαν τους άνδρες για να γίνουν επιχειρηματίες» και «Οι γυναίκες δεν μπορούν να είναι επιχειρηματίες και μητέρες». Αυτό που ξεχώρισε κατά τη βιβλιογραφική ανασκόπηση είναι ότι σε κανένα άρθρο δεν αναφέρονται θετικά στερεότυπα για το φύλο για τις γυναίκες επιχειρηματίες. Σε ένα από τα άρθρα, οι γυναίκες ανέφεραν ότι τα στερεότυπα φύλου είναι ακόμη πιο έντονα όταν οι γυναίκες θέλουν να δημιουργήσουν μια επιχείρηση σε τομείς όπου κυριαρχούν οι άνδρες, όπως η τεχνολογία και η βιομηχανία κατασκευών (Suseno & Abbott, 2021).

Στη συνέχεια θα επιχειρηθεί η αναλυτική παρουσίαση των παραπάνω στερεότυπων.

Στερεότυπο 1: Οι γυναίκες δεν είναι «πραγματικοί» επιχειρηματίες (Javadian & Singh, 2012 · Suseno & Abbott, 2021 · Wheadon & Duval-Couetil, 2019). Το συμπέρασμα αυτό εξήχθη από τα παραπάνω άρθρα τα οποία υποστηρίζουν ότι οι άνθρωποι, ειδικά οι άνδρες, τείνουν να μην παίρνουν στα σοβαρά τις γυναίκες επιχειρηματίες και η γυναικεία επιχειρηματικότητα θεωρείται συχνά ως χόμπι παρά ως επάγγελμα (Wheadon & Duval-Couetil, 2019). Οι επιχειρήσεις γυναικών επιχειρηματιών θεωρούνται μικρές και μη επιτυχημένες ενώ παρατηρήθηκε πώς μόνο μετά από δέκα χρόνια εργασίας στον τομέα της επιχειρηματικότητας, οι άνδρες άρχισαν να βλέπουν τις γυναίκες ως ίσες και να τους προσφέρουν βοήθεια. Χρειάστηκε να περάσει μεγάλο χρονικό διάστημα για να αρχίσουν οι άνδρες να εμπιστεύονται

τις ικανότητες των γυναικών επιχειρηματιών. Οι άντρες επιχειρηματίες αλλά και πιθανοί πελάτες αντιμετώπιζαν τις γυναίκες με σκεπτικισμό και δυσπιστία.

Στερεότυπο 2: Οι γυναίκες δεν μπορούν να είναι επιχειρηματίες και μητέρες (Anambane & Adom, 2018 · Andrejuk, 2018 · Ezzedeen & Zikic, 2012).

Το στερεότυπο αναφέρεται στο ότι οι πιθανές γυναίκες επιχειρηματίες δεν θα μπορούσαν να είναι επιχειρηματίες και μητέρες ταυτόχρονα. Υποστηρίζεται επίσης ότι εάν οι γυναίκες είναι παντρεμένες, θα αντιμετωπίζονται στερεοτυπικά επειδή άλλοι πιστεύουν ότι οι γυναίκες δεν μπορούν να είναι καλές σύζυγοι και επιχειρηματίες. Άλλο φαινόμενο το οποίο επισημάνθηκε ήταν ότι οι γυναίκες συχνά δέχονται επίθεση ή κριτική από άλλους, συμπεριλαμβανομένων των φίλων και της οικογένειάς τους, όταν επιλέγουν να εξισορροπούν και τους δύο ρόλους ταυτόχρονα και κατηγορούνται ότι βάζουν την καριέρα τους πάνω από την οικογένειά τους.

Κάποιες γυναίκες παρόλο που δηλώνουν ότι θέλουν να ασχοληθούν με την επιχειρηματικότητα προτάσσουν την οικογένεια έναντι του επαγγέλματος τους. Δείχνουν να έχουν ενοχές όταν προσπαθούν να ισοσταθμίσουν την εργασία με τη μητρότητα. Από τις παρατηρήσεις αυτές φαίνεται πως οι γυναίκες ενσωματώνουν και αρχίζουν να εσωτερικεύουν αυτό το στερεότυπο του φύλου. Σύμφωνα με τις γυναίκες, θα ήταν κοινωνικά αποδεκτό για τις γυναίκες να εισέλθουν στον τομέα της επιχειρηματικότητας, αρκεί να μην παραμελούν τα καθήκοντά τους ως μητέρες και σύζυγοι (Kraiser & Mota-Santos, 2021). Θεωρείται αναμενόμενο οι γυναίκες να εγκαταλείπουν τις επιχειρηματικές τους προθέσεις προκειμένου να μείνουν σπίτι και να φροντίσουν τα παιδιά τους, κάτι που συμβαίνει συχνά (Anambane & Adom, 2018). Αντίθετα, οι άνδρες σπάνια έρχονται αντιμέτωποι με ένα παρόμοιο στερεότυπο που υποδηλώνει ότι δεν μπορούν να είναι ταυτόχρονα επιχειρηματίες και καλοί πατέρες (Ezzedeen & Zikic, 2012).

Στερεότυπο 3: Οι γυναίκες πρέπει να είναι σαν τους άντρες για να γίνουν επιχειρηματίες

Το πιο διαδεδομένο στερεότυπο φύλου που επηρέαζε την επιχειρηματική πρόθεση των γυναικών ήταν ότι οι γυναίκες έπρεπε να είναι σαν τους άνδρες για να γίνουν επιχειρηματίες. Η ανάλυση των άρθρων έδειξε ότι οι άνδρες και οι γυναίκες αντιλαμβάνονταν την επιχειρηματικότητα ως επάγγελμα προσανατολισμένο στους άνδρες (Gupta et al., 2009 · Wheadon & Duval-Couetil, 2019). Επιπλέον, τα άρθρα έδειξαν ότι μόνο όταν τα άτομα αυτοπροσδιορίζονταν ως πιο αρρενωποί ήταν πιο πιθανό να έχουν αυξημένες επιχειρηματικές προθέσεις (Cho et al., 2020 · Gupta et al., 2008). Αυτό σημαίνει ότι οι γυναίκες που θεωρούσαν πως διαθέτουν χαρακτηριστικά όπως αυτονομία, ανεξαρτησία και θάρρος είχαν υψηλότερες επιχειρηματικές προθέσεις από τις γυναίκες που αντιλαμβάνονταν τον εαυτό τους ως πιο θηλυκό (BarNir et al., 2021 · Gupta et al., 2008). Επιπλέον, τα άρθρα εξήγησαν γιατί πιστεύεται ότι οι γυναίκες έπρεπε να είναι σαν τους άνδρες για να γίνουν επιχειρηματίες. Αυτό προκύπτει επειδή υποτέθηκε ότι κάποιος πρέπει να έχει τυπικά ανδρικά χαρακτηριστικά για να γίνει επιχειρηματίας, όπως να είναι συναισθηματικά δυνατός και να παίρνει ρίσκα (Stefan et al., 2021 · Suseno & Abbott, 2021).

Ερευνητικό ερώτημα 2: Ποια πολιτιστικά μοναδικά στερεότυπα φύλου, αν υπάρχουν, επηρεάζουν τις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών και ποιες γυναίκες στοχεύουν;

Γενικά, φαίνεται ότι οι γυναίκες από ορισμένες κουλτούρες και εθνότητες μπορεί να αντιμετωπίζουν περισσότερες δυσκολίες να αναπτύξουν τις επιχειρηματικές τους προθέσεις (Andrejuk, 2018). Σε όποια χώρα κι αν προσπαθούν να δραστηριοποιηθούν γυναίκες, θα πρέπει επίσης να αντιμετωπίσουν και τα στερεότυπα που προέρχεται από τον πολιτισμό τους (Javadian, & Singh, 2012). Για να δώσουμε ένα παράδειγμα, το στερεότυπο του φύλου ότι οι γυναίκες δεν μπορούν να είναι μητέρες και επιχειρηματίες ταυτόχρονα είναι ακόμη πιο σοβαρό για τις γυναίκες από πατριαρχικές χώρες όπως η Ιαπωνία, καθώς οι γυναίκες εκεί δεν πρέπει να έχουν δουλειά για να μην αναφέρουμε για να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση (Cho et al., 2020). Δεν βρέθηκαν πολιτιστικά μοναδικά στερεότυπα φύλου που να ισχύουν

αποκλειστικά για γυναίκες από δυτικές χώρες. Ωστόσο, δύο άρθρα θεματοποίησαν ορισμένα πολιτιστικά μοναδικά στερεότυπα φύλου που στοχεύουν γυναίκες από ορισμένες αφρικανικές και ασιατικές χώρες.

Σε κάποιους πολιτισμούς όπως στο Ιράν δεν θεωρείται τιμητικό για τις γυναίκες να είναι επιχειρηματίες. Το να εργάζονται οι γυναίκες για να κερδίσουν χρήματα δεν θεωρείται σωστό (Anambane & Adom, 2018). Είναι προτιμότερο να μένουν στο σπίτι και να φροντίζουν τον σύζυγο και τα παιδιά τους (Javadian & Singh, 2012). Διαφορετικά, θεωρούνται υπερβολικά επικεντρωμένες στα χρήματα και εργατικές (Anambane & Adom, 2018). Το στερεότυπο που προκύπτει εδώ είναι ότι οι γυναίκες που προσπαθούν για μια επιχειρηματική καριέρα δεν είναι αξιότιμα άτομα (Javadian & Singh, 2012). Επιπλέον, όταν οι γυναίκες επιχειρηματίες αντιτίθενται σε αυτά τα στερεότυπα φύλου και ιδρύουν μια επιτυχημένη επιχείρηση, θεωρούνται ως άτομα ασεβή και αυθάδη (Anambane & Adom, 2018). Σε κάποιους πολιτισμούς όπως σε Αφρικανικές χώρες πιστεύεται ότι οι γυναίκες χρησιμοποιούν μαγεία για να διαχειριστούν τις επιχειρήσεις τους ενώ δεν υπάρχει η ίδια άποψη για τους άντρες. Αυτό δείχνει ότι οι άνθρωποι αυτών των πολιτισμών δεν μπορούν να συνδυάσουν την ιδέα του να είναι γυναίκα και επιτυχημένη επιχειρηματίας. Ως εκ τούτου, αυτό το στερεότυπο επηρεάζει αρνητικά τις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών επειδή δεν θέλουν να συσχετιστούν με ένα τέτοιο στερεότυπο καθώς μπορεί να έχει αρνητικό αντίκτυπο στη ζωή τους (Anambane & Adom, 2018). Σε ορισμένες αφρικανικές χώρες όπως η Γκάνα οι γυναίκες αντιμετωπίζονταν υποτιμητικά όταν προσπαθούσαν να γίνουν επιχειρηματίες επειδή η κοινωνία πίστευε ότι δεν είχαν άλλη επιλογή από το να ιδρύσουν τη δική τους επιχείρηση (Anambane & Adom, 2018). Συνέδεσαν τις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών με αποτυχία σε προηγούμενες θέσεις εργασίας ή χαμηλότερη εκπαίδευση που τις εμποδίζει να βρουν δουλειά σε μια εταιρεία. Σε αυτές τις περιοχές, οι γυναίκες επιχειρηματίες δεν έχουν καθόλου ή έχουν χαμηλό επίπεδο

εκπαίδευσης. Οι γυναίκες που έχουν υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης έχουν ως στόχο να εργαστούν στον κυβερνητικό τομέα (Anambane & Adom, 2018).

Ερευνητικό ερώτημα 3: Πώς αναπτύσσονται και διατηρούνται τα στερεότυπα φύλου που επηρεάζουν τις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών;

Η ανασκόπηση της βιβλιογραφίας δεν εξήγησε πώς διαμορφώνονται αυτά τα στερεότυπα. Αναφερόταν κυρίως στο πώς υπήρχαν πάντα οι ρόλοι των φύλων και, ως εκ τούτου, θα μπορούσαν να αναπτυχθούν τέτοια στερεότυπα. Μόνο το άρθρο των Wheadon και Duval-Couetil (2019) έκανε ένα βήμα παραπέρα για να εξηγήσει πώς αναπτύσσονται τέτοια στερεότυπα για το φύλο και ισχυρίστηκε ότι τα μέσα ενημέρωσης παίζουν ουσιαστικό ρόλο στην ανάπτυξη στερεοτύπων για το φύλο.

Σύμφωνα με τους Wheadon και Duval-Couetil (2019), πιστεύεται σε μεγάλο βαθμό ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες δεν είναι ακόμα ο κανόνας. Οι γυναίκες τείνουν να διαπραγματεύονται λιγότερο από τους άνδρες όταν τους προσφέρεται χειρότερη συμφωνία από αυτή που είχαν προτείνει. Γενικά, οι γυναίκες ζητούσαν 63% λιγότερα χρήματα από τους άνδρες συναδέλφους τους. Δείχνοντας αυτό, διαφαίνεται η ιδέα ότι οι γυναίκες στερούνται αυτοπεποίθησης (Wheadon & Duval-Couetil, 2019). Επίσης, οι γυναίκες παρουσιάστηκαν σαν να μην είχαν τις απαραίτητες δεξιότητες για να γίνουν επιτυχημένοι επιχειρηματίες. Αποδόθηκαν σε αυτές χαρακτηριστικά όπως ότι αποφεύγουν το ρίσκο, δεν διαθέτουν εμπειρία και είναι και υπερβολικά συναισθηματικές (Wheadon & Duval-Couetil, 2019). Όταν ήταν να λάβουν σημαντικές αποφάσεις, δεν το έκαναν μόνες τους αλλά απευθύνονταν στους συνεργάτες τους.

Ερευνητικό ερώτημα 4: Ποιες είναι οι συνέπειες αυτών των στερεοτύπων για τις γυναίκες;

Τα έμφυλα στερεότυπα για την επιχειρηματικότητα έχουν αρνητικές συνέπειες στις προθέσεις των γυναικών να λειτουργήσουν και να διαχειριστούν μία επιχείρηση. Καταρχάς εντοπίστηκε έλλειψη υποστήριξης είτε από το περιβάλλον τους είτε από τραπεζικούς οργανισμούς και

χρηματοδότες (Anambane & Adom, 2018 · Cho et al., 2020 · BarNir, 2021 · Suseno & Abbott, 2021). Η έλλειψη υποστήριξης από την οικογένεια και τους φίλους τους καθιστά σχεδόν αδύνατο για τις γυναίκες να εξισορροπήσουν τον ρόλο τους ως επιχειρηματίες και ως μητέρες (Anambane & Adom, 2018). Επίσης, παρατηρήθηκε ότι τέτοια στερεότυπα μπορεί να προκαλέσουν ψυχολογική επιβάρυνση (Anambane & Adom, 2018 · BarNir, 2020). Οι γυναίκες οι οποίες μελετήθηκαν ανέφεραν ότι η επίγνωση των στερεοτύπων του φύλου τις επηρεάζει ψυχολογικά. Αρχισαν να έχουν περισσότερες αμφιβολίες για τον εαυτό τους που συχνά οδηγούσαν σε πολύ χαμηλή αυτοεκτίμηση (Anambane & Adom, 2018). Επιπρόσθετα, μπορεί να υποφέρουν από άγχος και κρίσεις πανικού (Anambane & Adom, 2018). Άλλη συνέπεια που εντοπίστηκε εξαιτίας των συγκεκριμένων στερεοτύπων ήταν στις επιχειρηματικές προτιμήσεις των γυναικών λόγω στερεοτύπων φύλου (Anambane & Adom, 2018 · BarNir, 2021). Προκειμένου να αποφευχθεί η υπερβολική προσοχή και ο κίνδυνος να επιβεβαιωθούν τα στερεότυπα του φύλου, οι γυναίκες επιλέγουν μικρότερες επιχειρήσεις (Anambane & Adom, 2018 · BarNir, 2021). Επιλέγουν επιχειρήσεις χαμηλής ανάπτυξης το οποίο έχει ως αποτέλεσμα την υποεκπροσώπηση των γυναικών σε εγχειρήματα υψηλής ανάπτυξης (Anambane & Adom, 2018 · BarNir, 2021).

Η μόνη θετική συνέπεια που εντοπίστηκε ήταν ότι τα στερεότυπα φύλου μπορούν να ενθαρρύνουν τις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών. Αυτό γίνεται επειδή μερικές γυναίκες μπορεί να αισθάνονται κίνητρα να αμφισβητήσουν τα στερεότυπα και να αποδείξουν τις δυνατότητές τους. Το στερεότυπο ότι οι γυναίκες είναι λιγότερο ικανές στις επιχειρήσεις μπορεί να τονώσει την αποφασιστικότητα τους και να δώσει ισχυρή ώθηση για επιτυχία. Επίσης, οι γυναίκες επιχειρηματίες μπορούν να αξιοποιήσουν τις ξεχωριστές τους απόψεις για να δημιουργήσουν καινοτόμα προϊόντα ή υπηρεσίες που καλύπτουν υποεξυπηρετούμενες αγορές ή καλύπτουν ανεκπλήρωτες ανάγκες. Άλλη θετική συνέπεια είναι η δικτύωση και η συνεργασία καθότι αναγνωρίζοντας τα υπάρχοντα στερεότυπα για το φύλο, οι γυναίκες

επιχειρηματίες ενδέχεται να αναζητήσουν ενεργά δίκτυα υποστήριξης, καθοδήγηση και συνεργασίες με άλλες γυναίκες, ενισχύοντας μια ισχυρή αίσθηση κοινότητας και αμοιβαίας υποστήριξης.

Ερευνητικό ερώτημα 5: Ποιες πιθανές λύσεις υπάρχουν για τη μείωση των στερεότυπων φύλου που επηρεάζουν τις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών;

Η λύση που εντοπίστηκε κατά τη βιβλιογραφική ανασκόπηση ήταν ότι η παροχή επιχειρηματικής εκπαίδευσης στις γυναίκες μπορεί να αυξήσει τις επιχειρηματικές τους προθέσεις (Sandhu et al., 2021· van Ewijk & Belghiti-Mhut, 2019). Σε έρευνα των van Ewijk και Belghiti-Mhut (2019), οι ερευνητές ρώτησαν φοιτήτριες για τις επιχειρηματικές τους προθέσεις προτού εισέλθουν σε διαφορετικά μαθήματα. Οι ίδιες ερωτήσεις τέθηκαν στο τέλος του ακαδημαϊκού έτους. Οι μαθητές που παρακολούθησαν ένα μάθημα για την επιχειρηματικότητα είχαν σημαντικά υψηλότερες επιχειρηματικές προθέσεις από τους ομολόγους τους που παρακολούθησαν άλλο μάθημα. Σε ανάλογα συμπεράσματα κατέληξε έρευνα των Sandhu et al. (2021), καθώς έδειξε ότι τα μαθήματα επιχειρηματικότητας είναι ο πιο αποτελεσματικός τρόπος για να αυξηθεί η γυναικεία επιχειρηματική πρόθεση. Επιπλέον, τα σεμινάρια και η συμμετοχή σε δραστηριότητες κέντρων καινοτομίας/επώασης μπορούν επίσης να αυξήσουν τις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών. Ωστόσο, δεν έχει ξεκαθαριστεί πως πρέπει να είναι το πρόγραμμα των μαθημάτων έτσι ώστε να ενισχυθούν οι επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών. Οι van Ewijk και Belghiti-Mhut (2019) πρότειναν ποιους παράγοντες πρέπει να περιλαμβάνει η επιχειρηματική εκπαίδευση στην αύξηση των επιχειρηματικών προθέσεων των μαθητών. Αυτά ήταν το περιεχόμενο των μαθημάτων και οι παιδαγωγικές ρυθμίσεις.

ΣΥΖΗΤΗΣΗ

Ο πρωταρχικός στόχος της παρούσας μελέτης ήταν να προσδιορίσει την επίδραση που είχαν τα στερεότυπα φύλου στις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών. Το γενικό συμπέρασμα που εξήχθη ήταν ότι τα στερεότυπα του φύλου επηρεάζουν αρνητικά τις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών. Παρατηρήθηκε ότι τα στερεότυπα των φύλων θα μπορούσαν να λειτουργήσουν ως μεσολαβητική μεταβλητή στη σχέση της αυτό-αποτελεσματικότητας, της προηγούμενης έκθεσης στην επιχειρηματικότητα και των επιχειρηματικών προθέσεων των γυναικών οπότε με τον τρόπο αυτό να ενθαρρύνουν τις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών. Ωστόσο, η θετική επίδραση των μεταβλητών αυτών αναστέλλεται όταν οι γυναίκες έρχονται σε επαφή με τα στερεότυπα του φύλου. Σε κάποιες περιπτώσεις μπορεί να λειτουργήσουν και θετικά καθότι αποτελούν κίνητρο για την επιτυχή επιχειρηματικότητα των γυναικών.

Άλλος στόχος της παρούσας μελέτης ήταν η αξιολόγηση των στερεοτύπων φύλου που επηρεάζουν τις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών παγκοσμίως. Τα άρθρα επισήμαναν τρία στερεότυπα φύλου που ισχύουν για τις γυναίκες σε όλο τον κόσμο, ανεξάρτητα από την κουλτούρα και την καταγωγή τους. Το στερεότυπο φύλου που αναφέρθηκε περισσότερο ήταν ότι οι γυναίκες έπρεπε να είναι σαν τους άνδρες για να γίνουν επιχειρηματίες. Τα άλλα δύο στερεότυπα φύλου που αναφέρθηκαν ήταν: *«Οι γυναίκες δεν μπορούν να είναι επιχειρηματίες και μητέρες»* και *«Οι γυναίκες δεν είναι πραγματικές επιχειρηματίες»*.

Μέσα από την εργασία έγινε προσπάθεια περιγραφής των ξεχωριστών πολιτιστικών στερεοτύπων φύλου και οι γυναίκες στις οποίες απευθύνονται. Μέσα από ανασκόπηση της βιβλιογραφίας, βρέθηκαν τρία πολιτιστικά μοναδικά στερεότυπα φύλου που στοχεύουν ιδιαίτερα τις γυναίκες από την Γκάνα και το Ιράν. Τα δύο άρθρα επικεντρώθηκαν στο στερεότυπο του φύλου: *«Δεν είναι τιμητικό για τις γυναίκες να είναι επιχειρηματίες»*. Αυτό το στερεότυπο φύλου δείχνει ότι όταν οι γυναίκες επιθυμούσαν να ιδρύσουν τις επιχειρήσεις τους

δεν αντιμετωπίζονταν με θετικό τρόπο. Δύο άλλα στερεότυπα φύλου που βρέθηκαν ήταν ότι θεωρούσαν τις γυναίκες επιχειρηματίες σαν μάγισσες» και ότι η επιχειρηματικότητα είναι για αμόρφωτες γυναίκες. Αυτά τα στερεότυπα φύλου ισχύουν αποκλειστικά για γυναίκες από αφρικανικές χώρες. Αυτό δείχνει ότι οι γυναίκες από μη δυτικές κουλτούρες και εθνότητες αντιμετωπίζουν περισσότερα στερεότυπα φύλου που μπορούν να επηρεάσουν τις επιχειρηματικές τους προθέσεις.

Επίσης, διερευνήθηκαν οι διαδικασίες ανάπτυξης και διατήρησης των στερεοτύπων του φύλου και το συμπέρασμα το οποίο προέκυψε ήταν ότι τα μέσα ενημέρωσης διαδραματίζουν κρίσιμο ρόλο στη δημιουργία τέτοιων στερεοτύπων, καθώς παρουσιάζουν τις γυναίκες ως λιγότερο ικανές να γίνουν επιχειρηματίες.

Η διερεύνηση των συνεπειών που έχουν τα στερεότυπα φύλου στη γυναικεία επιχειρηματικότητα ήταν ότι εξαιτίας τους οι γυναίκες λαμβάνουν λιγότερη χρηματοδότηση και υποστήριξη όταν δημιουργούν την επιχείρησή τους. Επιπλέον, επιλέγουν μικρότερες επιχειρήσεις σε σύγκριση με τους άνδρες για να μειώσουν την προσοχή σε περίπτωση που αποτύχουν ως επιχειρηματίες.

Όσον αφορά στις λύσεις για να ξεπεραστούν αυτά τα στερεότυπα φύλου επισημάνθηκε η σημασία της επιχειρηματικής εκπαίδευσης για τη μείωση τους.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι υπάρχουν αρκετά στερεότυπα φύλου που εμποδίζουν τις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών. Παρόλο που έχει σημειωθεί πρόοδος στην επίτευξη της ισότητας των φύλων σε διάφορους τομείς της ζωής (Gupta et al., 2019), πολλοί ερευνητές εξακολουθούν να υποστηρίζουν ότι τα στερεότυπα φύλου θα μπορούσαν να αποτελέσουν κρίσιμο παράγοντα που εμποδίζει τις γυναίκες να εισέλθουν στον κόσμο της επιχειρηματικότητας (Baron et al. , 2001· Cowling & Taylor, 2001· Tonoyan et al., 2020). Αυτό οφείλεται σε δύο παράγοντες. Οι γυναίκες αντιμετωπίζονται με στερεότυπα σε μεγαλύτερο βαθμό από τους άνδρες σε θέσεις εργασίας (Spencer et al., 1999). Θεωρούνται λιγότερο ικανές όταν πρόκειται για επαγγέλματα που έχουν σχέση με επιστήμη, τεχνολογία, κατασκευές και μαθηματικά, τις επιχειρήσεις ή τον αθλητισμό (Deemer et al., 2014 · Greene et al., 2013 · Shaffer et al., 2013 Shapiro & Williams, 2012 · Woodcock et al., 2012).

Η επιχειρηματικότητα θεωρείται ακόμα ως ανδροκρατούμενος τομέας (Ahl, 2006). Επομένως, οι άνθρωποι δυσκολεύονται να συνηθίσουν τις γυναίκες να ασχολούνται με αυτόν τον τομέα. Όταν γίνεται αναφορά σε επιχειρηματίες, χρησιμοποιούνται ως πρότυπα κυρίως άνδρες για να αυξήσουν τις επιχειρηματικές προθέσεις των μαθητών στα επιχειρηματικά μαθήματα (Boje & Smith, 2010). Όπως περιγράφεται στα αποτελέσματα, η επιχειρηματική εκπαίδευση είναι ένας πολύτιμος τρόπος για την αύξηση των επιχειρηματικών προθέσεων (van Ewijk & Belghiti-Mhut, 2019). Ωστόσο, σε άλλες μελέτες, οι γυναίκες ανέφεραν ότι τους έλειπε να έχουν γυναικεία πρότυπα και η έλλειψη αυτών τις έκανε να αμφισβητήσουν εάν η επιχειρηματικότητα θα ήταν ο σωστός δρόμος για αυτές (Ahuja, 2002· Byrne et al., 2019· Trauth et al., 2016).

Η παρούσα μελέτη επιβεβαίωσε τα ευρήματα παλαιότερων ερευνών (Baron et al., 2001 · Cowling & Taylor, 2001 · Tonoyan et al., 2020) σχετικά με τις αρνητικές επιδράσεις των στερεοτύπων φύλου στις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών. Η θεωρία της στερεότυπης

απειλής όπως περιγράφεται από τον Steele (1997) μπορεί να εξηγήσει σε κάποιο βαθμό τον τρόπο με τον οποίο έχουν αρνητική επίδραση τα στερεότυπα φύλου. Όταν οι γυναίκες αισθάνονται ότι τις αντιμετωπίζουν στερεοτυπικά, αρχίζουν να αναρωτιούνται εάν είναι ικανές να είναι επιτυχημένες στην εργασία τους και συχνά προτιμούν μια μη στερεότυπη καριέρα (Casad et al., 2019 · Davies et al. 2002 · Fogliani & Bussey, 2013 · Gunderson et al., 2012 · Günther et al., 2010 · Inzlicht & Kang 2010 · Steinberg et al., 2012). Παρόλα αυτά υπάρχουν και περιπτώσεις που τα στερεότυπα του φύλου μπορεί να επιδράσουν θετικά στις επιχειρηματικές προθέσεις ορισμένων γυναικών. Αυτό μπορεί να οφείλεται σε ορισμένα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας των γυναικών, όπως τα υψηλά επίπεδα αυτοεκτίμησης και διεκδίκησης. Ωστόσο, κάποιες έρευνες έχουν δείξει ότι όταν τα άτομα θέλουν να δείξουν ότι τέτοια στερεότυπα για το φύλο είναι ψευδή, είναι πιο πιθανό να έχουν χειρότερη απόδοση (O'Brien & Crandall, 2003 · Spencer et al., 1999). Θα ήταν ενδιαφέρον να διερευνηθεί εάν οι γυναίκες που ανέφεραν ότι τα στερεότυπα φύλου ενθάρρυναν τις επιχειρηματικές τους προθέσεις ακολούθησαν επίσης αυτές τις προθέσεις και έγιναν επιχειρηματίες.

Διερευνώντας το στερεότυπο φύλου ότι οι γυναίκες δεν μπορούν να είναι επιχειρηματίες και μητέρες ταυτόχρονα, μπορούν να παρουσιαστούν δύο πλευρές. Καταρχάς, αυτό το στερεότυπο φύλου μπορεί να υπάρχει επειδή οι γυναίκες εξακολουθούν να μην αισθάνονται άνετα να παραδεχτούν ότι προτιμούν τον ρόλο της επιχειρηματίας από αυτόν της μητέρας. Όπως επισημαίνεται από τους Kraiser και Mota-Santos (2021), οι γυναίκες ανέφεραν ότι ένιωθαν ότι κρίνονταν, βάζοντας την επιχειρηματικότητα πάνω από τη μητρότητα. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα να καταβάλουν περισσότερη προσπάθεια για τον ρόλο τους ως μητέρες και να παραμελήσουν τον ρόλο τους ως επιχειρηματίες. Επιπλέον, στην κοινωνία, οι γυναίκες εξακολουθούν να θεωρούνται υπεύθυνες για τα παιδιά, ενώ οι άνδρες συμμετέχουν λιγότερο στην εκπαίδευση των παιδιών (Adom, 2015). Ως εκ τούτου, οι γυναίκες τείνουν να ισορροπούν και τους δύο ρόλους, κάτι που δεν ισχύει για τους άνδρες (Anna et al., 2000).

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται ότι οι γυναίκες καταφέρνουν να εξισορροπούν τη μητρότητα και την επιχειρηματικότητα. Οι μητέρες επιβεβαίωσαν ότι οι επιχειρηματικές τους προθέσεις αυξήθηκαν αφού έγιναν μητέρες και έτσι αποφάσισαν να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση (Rogers, 2012). Η αύξηση των επιχειρηματικών προθέσεων των μητέρων μπορεί να αποδοθεί σε δύο παράγοντες. Πρώτον, όταν σκέφτηκαν να φροντίσουν καλύτερα τα παιδιά, υπήρξε καταγισμός ιδεών για διαφορετικά πράγματα που οδήγησαν στη δημιουργία νέων προϊόντων (Rogers, 2012). Επίσης, οι μητέρες ήθελαν να γίνουν πρότυπα για τα παιδιά τους και για το λόγο αυτό εισήλθαν στον επιχειρηματικό κλάδο (Rogers, 2012). Παρόλα αυτά, συχνά δέχονται το ερώτημα εάν πρόκειται για πραγματική καριέρα (Weidhaas, 2020). Αυτή η κατηγορία ενισχύει την ιδέα ότι οι γυναίκες δεν αντιμετωπίζονται ως πραγματικοί επιχειρηματίες και ότι η επιχείρησή τους θεωρείται ως χόμπι.

Σε χώρες οι οποίες ακολουθούν τρόπο ζωής διαφορετικό από το δυτικό υπάρχουν κάποια στερεότυπα χαρακτηριστικά των χωρών αυτών. Είναι έντονη η πατριαρχία η οποία δημιουργεί δυσκολίες στην αποδοχή γυναικών που εργάζονται και είναι ανεξάρτητες (Collinson & Hearn, 1998, Singh & Sebastian, 2018). Προκειμένου να δεχτούν με σεβασμό τις γυναίκες που είναι επιχειρηματίες θα πρέπει να αντιμετωπιστούν πρώτα τα συγκεκριμένα στερεότυπα (Javadian & Singh, 2012). Τα στερεότυπα αυτά ακολουθούν τις γυναίκες από τέτοιες κοινωνίες ακόμα και όταν μεταναστεύουν. Ακόμη και όταν εγκαταλείπουν την πατρίδα τους, ενδέχεται να εξακολουθούν να επηρεάζονται από τα πολιτιστικά στερεότυπα φύλου των γυναικών επιχειρηματιών και να αποφασίζουν να μην γίνουν επιχειρηματίες.

Η ανάπτυξη των έμφυλων στερεοτύπων αποδόθηκε σε μεγάλο βαθμό στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης τα οποία σύμφωνα με τον Grabowski (2009) παίζουν σημαντικό ρόλο στη ζωή του ατόμου. Η εξήγηση ήταν εφαρμόσιμη μόνο στα στερεότυπα φύλου που ισχύουν για όλες τις γυναίκες, αλλά η ανάπτυξη πολιτιστικά μοναδικών στερεοτύπων φύλου δεν μπορούσε να

εξηγηθεί χρησιμοποιώντας αυτήν την προσέγγιση. Ως εκ τούτου, προτείνεται μια περαιτέρω μελέτη με περισσότερη εστίαση στην ανάπτυξη πολιτιστικά μοναδικών στερεοτύπων φύλου. Με βάση τις συνέπειες των έμφυλων στερεοτύπων που εντοπίστηκαν σε αυτή τη μελέτη, τίθεται το ερώτημα εάν το γεγονός ότι υπάρχει προκατάληψη σχετικά με την επιχειρηματικότητα των γυναικών συμβάλλει στη διατήρηση των στερεοτύπων του φύλου. Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, οι γυναίκες δεν θεωρούνται κατάλληλες για επιχειρηματίες κι όταν γίνονται επιχειρηματίες δεν θα μπορέσουν να επιτύχουν. Αυτό συμβαίνει επειδή οι γυναίκες είναι λιγότερο πιθανό να λάβουν χρηματοδότηση από τράπεζες και λαμβάνουν σημαντικά λιγότερη υποστήριξη από το περιβάλλον τους όταν ξεκινούν μια επιχείρηση (Cho et al., 2020). Το χαμηλό οικονομικό κεφάλαιο και η έλλειψη υποστήριξης μειώνουν την πιθανότητα δημιουργίας μιας επιτυχημένης επιχείρησης ή επέκτασής της, ενισχύοντας την ιδέα ότι οι γυναίκες δεν μπορούν να είναι επιτυχημένες επιχειρηματίες (Anambane & Adom, 2018 · Cho et al., 2020 · BarNir, 2021 · Suseno & Abbott, 2021). Αυτό θα μπορούσε να δημιουργήσει έναν φαύλο κύκλο. Λόγω των στερεοτύπων για το φύλο, οι τραπεζίτες μπορεί να πιστεύουν ότι οι γυναίκες δεν θα μπορούν να χρησιμοποιήσουν τα χρήματα για να γίνουν επιτυχημένοι επιχειρηματίες. Έτσι, αρνούνται την επένδυση. Χωρίς την επένδυση, οι γυναίκες δεν μπορούν να δημιουργήσουν μια επιτυχημένη επιχείρηση. Με βάση αυτή την ιδέα, προτείνεται μια περαιτέρω μελέτη με περισσότερη εστίαση στα στερεότυπα των φύλων στον τομέα της επιχειρηματικότητας και στην προκατάληψη για την καταλληλότητα και την επιτυχία τους επ' αυτού.

Συνοψίζοντας, με την παρούσα μελέτη φάνηκε η πολυπλοκότητα της σχέσης μεταξύ των στερεοτύπων φύλου και των επιχειρηματικών προθέσεων των γυναικών. Τα ευρήματα υποδεικνύουν ότι τα στερεότυπα φύλου μπορεί να έχουν διαφορετικές επιπτώσεις στις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών. Μπορεί είτε να ενθαρρύνουν είτε να αποθαρρύνουν τις γυναίκες από το να γίνουν επιχειρηματίες. Επιπλέον, τα στερεότυπα φύλου επηρεάζουν

αρνητικά τη σχέση μεταξύ της αυτοαποτελεσματικότητας, της προηγούμενης έκθεσης στην επιχειρηματικότητα και της επιχειρηματικής πρόθεσης των γυναικών. Βρέθηκαν τρία στερεότυπα φύλου που επηρεάζουν τις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών παγκοσμίως, ανεξάρτητα από το πολιτιστικό τους υπόβαθρο. Αυτά ήταν: «Οι γυναίκες δεν είναι πραγματικοί επιχειρηματίες», «Οι γυναίκες δεν μπορούν να είναι μητέρες και επιχειρηματίες» και «Οι γυναίκες πρέπει να είναι σαν τους άνδρες για να γίνουν επιχειρηματίες». Το στερεότυπο του φύλου που αναφέρθηκε τελευταία εντοπίστηκε σε μεγαλύτερο βαθμό κατά την βιβλιογραφική ανασκόπηση. Εκτός από τα στερεότυπα φύλου που ισχύουν για τις γυναίκες παγκοσμίως, βρέθηκαν επίσης στερεότυπα φύλου που επηρεάζουν μόνο τις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών από ορισμένους πολιτισμούς, υποδηλώνοντας ότι οι γυναίκες αυτές υπόκεινται σε μεγαλύτερο βαθμό σε έμφυλα στερεότυπα. Αυτά τα πολιτιστικά μοναδικά στερεότυπα φύλου ήταν: «Δεν υπάρχει σεβασμός για τις γυναίκες επιχειρηματίες», «Η γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι για αμόρφωτες γυναίκες» και «Οι γυναίκες επιχειρηματίες χρησιμοποιούν μαγεία». Αυτά τα στερεότυπα φύλου ισχύουν ειδικά για γυναίκες από μη δυτικές χώρες όπως η Γκάνα και το Ιράν. Όσον αφορά στη δημιουργία και διαίωνιση των συγκεκριμένων στερεοτύπων φάνηκε ότι τα μέσα μαζικής ενημέρωσης παίζουν κεντρικό παράγοντα στη διατήρησή τους. Επιπλέον, αυτή η μελέτη επικεντρώθηκε σε άλλες συνέπειες αυτών των στερεοτύπων φύλου. Εκτός από τα στερεότυπα φύλου που μπορούν να ενθαρρύνουν τις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών, άλλες συνέπειες παραμένουν αρνητικές. Λόγω τέτοιων στερεοτύπων φύλου, οι γυναίκες λαμβάνουν λιγότερη υποστήριξη, υποφέρουν από ψυχολογικές διαταραχές και επιλέγουν μικρότερες επιχειρήσεις. Ως λύση για την αντιμετώπιση των έμφυλων στερεοτύπων αναδείχτηκε η προώθηση εκστρατειών ευαισθητοποίησης για την ισότητα των φύλων και η σημασία της εκπαίδευσης.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

Βουλή των Ελλήνων (2008). ΣΥΝΤΑΓΜΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ Όπως αναθεωρήθηκε με το Ψήφισμα της 27ης Μαΐου 2008 της Η' Αναθεωρητικής Βουλής των Ελλήνων

Βουλή των Ελλήνων (2015) ΑΙΤΙΟΛΟΓΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ στο σχέδιο νόμου «Κύρωση Αναθεωρημένου Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Χάρτη». Ανακτήθηκε στις 3 – 12 – 2023 από <https://www.hellenicparliament.gr/UserFiles/2f026f42-950c-4efc-b950-340c4fb76a24/k-euromap-eis-synoliko.pdf>

ΕΕ (2016) ΧΑΡΤΗΣ ΤΩΝ ΘΕΜΕΛΙΩΔΩΝ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ. Ανακτήθηκε στις 3-12-2023 από <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:12016P/TXT>

ΕΕ (2022) Γνωμοδότηση της Ευρωπαϊκής Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής με θέμα «Ισότητα των Φύλων» (διερευνητική γνωμοδότηση κατόπιν αιτήματος της τσεχικής Προεδρίας). (2022/C 443/09), Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Συνήγορος του Πολίτη (2021) Ετήσια έκθεση 2021. Ανακτήθηκε στις 10-12-2023 από <https://old.synigoros.gr/resources/docs/ee2021-p00-plires-keimeno.pdf>

Συνήγορος του Πολίτη (2022) Ετήσια έκθεση 2022. Ανακτήθηκε στις 10-12-2023 από https://socialpolicy.gr/wp-content/uploads/2023/04/%CE%95%CE%A4%CE%97%CE%A3%CE%99%CE%91-%CE%95%CE%9A%CE%98%CE%95%CE%A3%CE%97-2022_%CE%A3%CF%85%CE%BD%CE%AE%CE%B3%CE%BF%CF%81%CE%BF%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CE%A0%CE%BF%CE%BB%CE%AF%CF%84%CE%B7.pdf

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

- Adom, K. (2015). Recognizing the contribution of female entrepreneurs in economic development in sub-Saharan Africa: Some evidence from Ghana. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 20(1), 1550003.
- Aghaei Chadegani, A., Salehi, H., Yunus, M., Farhadi, H., Fooladi, M., Farhadi, M., & Ale Ebrahim, N. (2013). A comparison between two main academic literature collections: Web of Science and Scopus databases. *Asian Social Science*, 9(5), 18-26.
- Ahl, H. (2006). Why research on women entrepreneurs needs new directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 595-621.
- Ahuja, M. K. (2002). Women in the information technology profession: A literature review, synthesis and research agenda. *European Journal of Information Systems*, 11(1), 20-34.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211
- Amason, A. C. (1996). Distinguishing the effects of functional and dysfunctional conflict on strategic decision making: Resolving a paradox for top management teams. *Academy of Management Journal*, 39(1), 123- 148
- Anambane, G., & Adom, K. (2018). Assessing the role of culture in female entrepreneurship in contemporary Sub-Saharan society: Insights from the Nabadam district of Ghana. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 23(03), 1850017.

- Andrejuk, K. (2018). Entrepreneurial strategies as a response to discrimination: Experience of Ukrainian women in Poland from the intersectional perspective. *Anthropological Notebooks*, 24(2), 25-40.
- Anna, A. L., Chandler, G. N., Jansen, E., & Mero, N. P. (2000). Women business owners in traditional and non-traditional industries. *Journal of Business Venturing*, 15(3), 279-303.
- Aramand, M. (2013). Women entrepreneurship in Mongolia: the role of culture on entrepreneurial motivation. *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal*, 32(1), 68 - 82
- Ashmore, R. D., & Del Boca, F. K. (1979). Sex stereotypes and implicit personality theory: Toward a cognitive—Social psychological conceptualization. *Sex Roles*, 5(2), 219-248.
- Aterido, R., Beck, T., & Iacovone, L. (2013). Access to finance in Sub-Saharan Africa: is there a gender gap? *World Development*, 47, 102-120.
- BarNir, A. (2021). To Venture or Not to Venture? Gender Stereotyping and Women's Entrepreneurial Aspirations. *Sex Roles*, 85, 57-72.
- Baron, R. A., Markman, G. D., & Hirs, A. (2001). Perceptions of women and men as entrepreneurs: evidence for differential effects of attributional augmenting. *Journal of Applied Psychology*, 86(5), 923 – 929.
- Belwal, R., Tamiru, M., & Singh, G. (2012). Microfinance and sustained economic improvement: Women small-scale entrepreneurs in Ethiopia. *Journal of International Development*, 24(1), 84 – 99.

- Biddle, S. J., Atkin, A. J., Cavill, N., & Foster, C. (2011). Correlates of physical activity in youth: a review of quantitative systematic reviews. *International Review of Sport and Exercise Psychology*, 4(1), 25- 49.
- Bloomberg (2023). *Gender-equality index*
- Bobbitt-Zeher, D. (2011). Gender discrimination at work: Connecting gender stereotypes, institutional policies, and gender composition of workplace. *Gender & Society*, 25(6), 764- 786.
- Boje, D., & Smith, R. (2010). Re-storying and visualizing the changing entrepreneurial identities of Bill Gates and Richard Branson. *Culture and Organization*, 16(4), 307- 331.
- Bonefeld, M., Kleen, H., & Glock, S. (2021). The effect of the interplay of gender and ethnicity on teachers judgements: Does the school subject matter? *The Journal of Experimental Education*, 1-21.
- Bourdieu, P. (1990). La domination masculine. *Actes De La Recherche En Sciences Sociales*, 84(1), 2 – 31
- Burgess, Z., & Tharenou, P. (2002). Women board directors: Characteristics of the few. *Journal of Business Ethics*, 37(1), 39-49.
- Byrne, J., Fattoum, S., & Diaz Garcia, M. C. (2019). Role models and women entrepreneurs: Entrepreneurial superwoman has her say. *Journal of Small Business Management*, 57(1), 154- 184

- Cardella, G. M., Hernández-Sánchez, B. R., & Sánchez-García, J. C. (2020). Women entrepreneurship: A systematic review to outline the boundaries of scientific literature. *Frontiers in Psychology, 11*, 1557.
- Casad, B. J., Petzel, Z. W., & Ingalls, E. A. (2019). A model of threatening academic environments predicts women STEM majors' self-esteem and engagement in STEM. *Sex Roles, 80*(7), 469- 488
- Chalabaev, A., Sarrazin, P., Fontayne, P., Boiché, J., & Clément-Guillotin, C. (2013). The influence of sex stereotypes and gender roles on participation and performance in sport and exercise: Review and future directions. *Psychology of Sport and Exercise, 14*(2), 136- 144
- Cho, E., Moon, Z. K., & Bounkhong, T. (2019). A qualitative study on motivators and barriers affecting entrepreneurship among Latinas. *Gender in Management, 34*(4), 326-343.
- Cho, Y., Park, J., Han, S. J., Sung, M., & Park, C. (2020). Women entrepreneurs in South Korea: motivations, challenges and career success. *European Journal of Training and Development, 45*(2), 97-119. <https://doi.org/10.1108/EJTD-03-2020-0039>
- Collinson, D. L., & Hearn, J. (1998). Men as managers, managers as men: Critical perspectives on men, masculinities and managements. *Capital & Class, 22*(2), 191-193.
- Cowling, M., & Taylor, M. (2001). Entrepreneurial women and men: two different species?. *Small Business Economics, 16*(3), 167-175.
- CSR HELLAS (2022). Συμπερίληψη και ίσες ευκαιρίες στο χώρο εργασίας με τη διάσταση του φύλου. Ανακτήθηκε στις 17 – 12 -2023 από <https://csrhellas.org/research-inclusion-diversity-gender/>

- Davies, P. G., Spencer, S. J., Quinn, D. M., & Gerhardstein, R. (2002). Consuming images: How television commercials that elicit stereotype threat can restrain women academically and professionally. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28(12), 1615-1628.
- De Bruin, A., Brush, C. G., & Welter, F. (2007). Advancing a framework for coherent research on women's entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 323-339. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00176.x>
- Deemer, E. D., Thoman, D. B., Chase, J. P., & Smith, J. L. (2014). Feeling the threat: Stereotype threat as a contextual barrier to women's science career choice intentions. *Journal of Career Development*, 41(2), 141-158. <https://doi.org/10.1177/0894845313483003>
- DeMartino, R., & Barbato, R. (2003). Differences between women and men MBA entrepreneurs: exploring family flexibility and wealth creation as career motivators. *Journal of Business Venturing*, 18(6), 815-832. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00003-X](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00003-X)
- Dezső, C. L., & Ross, D. G. (2012). Does female representation in top management improve firm performance? A panel data investigation. *Strategic Management Journal*, 33(9), 1072-1089. <https://doi.org/10.1002/smj.1955>
- Dezső, C. L., Ross, D. G., & Uribe, J. (2016). Is there an implicit quota on women in top management? A large-sample statistical analysis. *Strategic Management Journal*, 37(1), 98-115. <https://doi.org/10.1002/smj.2461>

- Díaz-García, M. C., & Jiménez-Moreno, J. (2010). Entrepreneurial intention: The role of gender. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(3), 261-283.
<https://doi.org/10.1007/s11365-008-0103-2>
- Direction, S. (2011). Analyzing women's entrepreneurship in Sweden: Understanding the complexities of gender and class dynamics within a capitalist society. *Strategic Direction*, 27(6), 12-14. <https://doi.org/10.1108/02580541111135544>
- Dovidio, J. F., Hewstone, M., Glick, P., & Esses, V. M. (2010). Prejudice, stereotyping and discrimination: Theoretical and empirical overview. *Prejudice, stereotyping and discrimination*, 3-28.
- Dwyer, S., Richard, O. C., & Chadwick, K. (2003). Gender diversity in management and firm performance: The influence of growth orientation and organizational culture. *Journal of Business Research*, 56(12), 1009 – 1019.
- Dzisi, S. (2008). Entrepreneurial activities of indigenous African women: a case of Ghana. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 2(3), 254 – 264
- Eagly, A. H. (2013). *Sex differences in social behavior: A social-role interpretation*. Psychology Press.
- Eagly, A. H., & Diekmann, A. B. (2005). What is the problem? Prejudice as an attitude-in-context. *On the nature of prejudice: Fifty years after Allport*, 19-35.
- Ellemers, N. (2018). Gender stereotypes. *Annual Review of Psychology*, 69, 275-298.
<https://doi.org/10.1146/annurev-psych-122216-011719>

- Ezzedeen, S. R., & Zikic, J. (2012). Entrepreneurial experiences of women in Canadian high technology. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 4(1), 44-64.
<https://doi.org/10.1108/17566261211202972>
- Fiske, S. T. (2017). Prejudices in cultural contexts: Shared stereotypes (gender, age) versus variable stereotypes (race, ethnicity, religion). *Perspectives on Psychological Science*, 12(5), 791-799. <https://doi.org/10.1177/1745691617708204>
- Flabbi, L., Macis, M., Mora, A., & Schivardi, F. (2019). Do female executives make a difference? The impact of female leadership on gender gaps and firm performance. *The Economic Journal*, 129(622), 2390–2423. <http://ftp.iza.org/dp8602.pdf>
- Fogliati, V. J., & Bussey, K. (2013). Stereotype threat reduces motivation to improve: Effects of stereotype threat and feedback on women's intentions to improve mathematical ability. *Psychology of Women Quarterly*, 37(3), 310-324.
<https://doi.org/10.1177/0361684313480045>
- Forbes, C. E., & Schmader, T. (2010). Retraining attitudes and stereotypes to affect motivation and cognitive capacity under stereotype threat. *Journal of Personality and Social Psychology*, 99(5), 740–754. <https://doi.org/10.1037/a0020971>
- Fredricks, J. A., & Eccles, J. S. (2005). Family socialization, gender, and sport motivation and involvement. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 27(1), 3-31.
<https://doi.org/10.1123/JSEP.27.1.3>
- Futagami, S., & Helms, M. M. (2009). Emerging female entrepreneurship in Japan: A case study of Digimom workers. *Thunderbird International Business Review*, 51(1), 71-85.
<https://doi.org/10.1002/tie.20216>

- Global Entrepreneurship Monitor. (2021). *Global Entrepreneurship Monitor: 2020/2021 Global Report*.
- Gorgievski, M. J., & Stephan, U. (2016). Advancing the psychology of entrepreneurship: A review of the psychological literature and an introduction. *Applied Psychology*, 65(3), 437-468. <https://doi.org/10.1111/apps.12073>
- Grabowski, A. (2009). Opinion formation in a social network: The role of human activity. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 388(6), 961-966. <https://doi.org/10.1016/j.physa.2008.11.036>
- Greene, F. J., Han, L., & Marlow, S. (2013). Like mother, like daughter? Analyzing maternal influences upon women's entrepreneurial propensity. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(4), 687-711. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2011.00484.x>
- Gunderson, E. A., Ramirez, G., Levine, S. C., & Beilock, S. L. (2012). The role of parents and teachers in the development of gender-related math attitudes. *Sex Roles*, 66(3), 153-166. <https://doi.org/10.1007/s11199-011-9996-2>
- Günther, C., Ekinci, N. A., Schwier, C., & Strobel, M. (2010). Women can't jump?—An experiment on competitive attitudes and stereotype threat. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 75(3), 395-401. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2010.05.003>
- Gupta, G. R., Oommen, N., Grown, C., Conn, K., Hawkes, S., Shawar, Y. R., Shiffman, J., Buse, K., Mehra, R., Bah, C. A., Heise, L., Greene, M. E., Weber, A. M., Heymann, J., Hay, K., Raj, A., Henry, S., Klugman, J. & Darmstadt, G. L. (2019). Gender equality and gender norms: Framing the opportunities for health. *The Lancet*, 393(10190), 2550-2562. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(19\)30651-8](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(19)30651-8)

- Gupta, V. K., Turban, D. B., & Bhawe, N. M. (2008). The effect of gender stereotype activation on entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 93(5), 1053. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.93.5.1053>
- Gupta, V. K., Turban, D. B., Wasti, S. A., & Sikdar, A. (2009). The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(2), 397-417. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00296.x>
- Haines, E. L., Deaux, K., & Lofaro, N. (2016). The times they are a-changing... or are they not? A comparison of gender stereotypes, 1983–2014. *Psychology of Women Quarterly*, 40(3), 353- 363.
- Hardin, M., Simpson, S., Whiteside, E., & Garris, K. (2007). The gender war in US sport: Winners and losers in news coverage of Title IX. *Mass Communication & Society*, 10(2), 211-233.
- Henry, C., Foss, L., & Ahl, H. (2016). Gender and entrepreneurship research: A review of methodological approaches. *International Small Business Journal*, 34(3), 217-241. <https://doi.org/10.1177/0266242614549779>
- Hentschel, T., Horvath, L. K., Peus, C., & Sczesny, S. (2018). Kick-starting female careers. *Journal of Personnel Psychology*, 17(4), 193-203. <https://doi.org/10.1027/1866-5888/a000209>
- Hilland, T. A., Stratton, G., Vinson, D., & Fairclough, S. (2009). The physical education predisposition scale: Preliminary development and validation. *Journal of Sports Sciences*, 27(14), 1555-1563. <https://doi.org/10.1080/02640410903147513>

- Hillman, A. J., Shropshire, C., & Cannella Jr, A. A. (2007). Organizational predictors of women on corporate boards. *Academy of Management Journal*, 50(4), 941-952. <https://doi.org/10.5465/amj.2007.26279222>
- Howard, J. A. (1984). The "normal" victim: The effects of gender stereotypes on reactions to victims. *Social Psychology Quarterly*, 47(3), 270-281. <https://doi.org/10.2307/3033824>
- Huarng, K. H., Mas-Tur, A., & Yu, T. H. K. (2012). Factors affecting the success of women entrepreneurs. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8(4), 487-497. <https://doi.org/10.1007/s11365-012-0233-4>
- Inzlicht, M., & Kang, S. K. (2010). Stereotype threat spillover: How coping with threats to social identity affects aggression, eating, decision making, and attention. *Journal of Personality and Social Psychology*, 99(3), 467-481. <https://doi.org/10.1037/a0018951>
- Inzlicht, M., & Schmader, T. (2012). *Stereotype threat: theory, process, and application*. Oxford University Press.
- Itani, H., Sidani, Y. M., & Baalbaki, I. (2011). United Arab Emirates female entrepreneurs: Motivations and frustrations. *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal*, 30(5), 409-424. <https://doi.org/10.1108/02610151111150654>
- Jafari-Sadeghi, V., Sukumar, A., Pagán-Castaño, E., & Dana, L. P. (2021). What drives women towards domestic vs international business venturing? An empirical analysis in emerging markets. *Journal of Business Research*, 134, 647-660.
- Jahan, N., Naveed, S., Zeshan, M., & Tahir, M. A. (2016). How to conduct a systematic review: A narrative literature review. *Cureus*, 8(11), 864. <https://doi.org/10.7759/cureus.864>

- Jamali, D. (2009). Constraints and opportunities facing women entrepreneurs in developing countries: A relational perspective. *Gender in Management*, 24(4), 232-251.
<https://doi.org/10.1108/17542410910961532>
- Jamieson, J. P., & Harkins, S. G. (2007). Mere effort and stereotype threat performance effects. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93(4), 544-564.
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.93.4.544>
- Javadian, G., & Singh, R. P. (2012). Examining successful Iranian women entrepreneurs: An exploratory study. *Gender in Management: An International Journal*, 27(3), 148-164.
<https://doi.org/10.1108/17542411211221259>
- Jost, J. T., Banaji, M., & Nosek, B. A. (2004). A decade of System Justification Theory: Accumulated evidence of conscious and unconscious bolstering of the *status quo*. *Political Psychology*, 25, 881-919.
- Kite, M. E., Deaux, K., & Haines, E. L. (2008). Gender stereotypes. In F. L. Denmark & M. A. Paludi (Eds.), *Psychology of Women: A Handbook of Issues and Theories* (pp. 205-236). Praeger Publishers/Greenwood Publishing Group.
- Koller, M. R. T., López, M. M. M., & Villalobos, J. C. G. (2021). Emprendimiento digital femenino para el desarrollo social y económico: características y barreras en España. *REVESCO: Revista De Estudios Cooperativos*, (138), 111-124.
<https://doi.org/10.5209/reve.75561>
- Kollmayer, M., Schultes, M. T., Schober, B., Hodosi, T., & Spiel, C. (2018). Parents' judgments about the desirability of toys for their children: Associations with gender role attitudes, gender-typing of toys, and demographics. *Sex Roles*, 79(5), 329-341.
<https://doi.org/10.1007/s11199-017-0882-4>

- Kraiser, M., & Mota-Santos, C. M. (2021). The work inside the house or the house inside the work? A study with Women (Homeworkers and Entrepreneurs) from the Lingerie Sector in Minas Gerais. *Revista de Gestão*, 12(1), 205- 230. <http://dx.doi.org/10.7769/gesec.v12i1.1138>
- Kuhn, P., & Villeval, M. C. (2015). Are women more attracted to co-operation than men?. *The Economic Journal*, 125(582), 115 – 140.
- Langowitz, N., & Minniti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 341-364. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00177.x>
- Laviolette, E. M., Lefebvre, M. R., & Brunel, O. (2012). The impact of story bound entrepreneurial role models on self-efficacy and entrepreneurial intention. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 18(6), 720-742.
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Lockyer, J., & George, S. (2012). What women want: Barriers to female entrepreneurship in the West Midlands. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 4(2), 179-195. <https://doi.org/10.1108/17566261211234661>
- Loh, J. M., & Dahesihsari, R. (2013). Resilience and economic empowerment: A qualitative investigation of entrepreneurial Indonesian women. *Journal of Enterprising Culture*, 21(1), 107-121. <https://doi.org/10.1142/S0218495813500052>

- Marlow, S., & McAdam, M. (2012). Analyzing the influence of gender upon high–technology venturing within the context of business incubation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(4), 655-676. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00431.x>
- Marx, D. M., Ko, S. J., & Friedman, R. A. (2009). The —Obama effect‡: How a salient role model reduces race-based performance differences. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45(4), 953-956. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2009.03.012>
- Marx, D. M., Monroe, A. H., Cole, C. E., & Gilbert, P. N. (2013). No doubt about it: When doubtful role models undermine men's and women's math performance under threat. *The Journal of Social Psychology*, 153(5), 542-559. <https://doi.org/10.1080/00224545.2013.778811>
- Marx, D. M., & Roman, J. S. (2002). Female role models: Protecting women's math test performance. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28(9), 1183-1193. <https://doi.org/10.1177/01461672022812004>
- McGrath, R. G., MacMillan, I. C., & Scheinberg, S. (1992). Elitists, risk-takers, and rugged individualists? An exploratory analysis of cultural differences between entrepreneurs and non-entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 7(2), 115-135.
- McIntyre, R. B., Lord, C. G., Gresky, D. M., Ten Eyck, L. L., Frye, G. J., & Bond Jr, C. F. (2005). A social impact trend in the effects of role models on alleviating women's mathematics stereotype threat. *Current Research in Social Psychology*, 10(9), 116-136. <https://crisp.org.uiowa.edu/sites/crisp.org.uiowa.edu/files/2020-04/10.9.pdf>
- Minniti, M., & Naudé, W. (2010). What do we know about the patterns and determinants of female entrepreneurship across countries?. *The European Journal of Development Research*, 22, 277-293. <https://doi.org/10.1057/ejdr.2010.17>

- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, D. G., & Prisma Group. (2009). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: The PRISMA statement. *PLOS Medicine*, 6(7), e1000097. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000097>
- Monjarás, L. M. Q., Landeta, J. M. I., & Rojas, L. R. (2010). Factores endógenos y exógenos de mujeres y hombres emprendedores de España, Estados Unidos y México. *Investigación y Ciencia*, 18(46), 57-63. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67413508008>
- Murphy, M. C., Steele, C. M., & Gross, J. J. (2007). Signaling threat: How situational cues affect women in math, science, and engineering settings. *Psychological Science*, 18(10), 879-885. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2007.01995.x>
- O'Brien, L. T., & Crandall, C. S. (2003). Stereotype threat and arousal: Effects on women's math performance. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29(6), 782-789. <https://doi.org/10.1177/0146167203029006010>
- Ozaralli, N., & Rivenburgh, N. K. (2016). Entrepreneurial intention: antecedents to entrepreneurial behavior in the USA and Turkey. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(1), 1-32. <https://doi.org/10.1186/s40497-016-0047-x>
- Ozkazanc-Pan, B., & Clark Muntean, S. (2018). Networking towards (in) equality: Women entrepreneurs in technology. *Gender, Work & Organization*, 25(4), 379-400.
- Panda, S. (2018). Constraints faced by women entrepreneurs in developing countries: review and ranking. *Gender in Management: An International Journal*, 33(4), 315-331.
- Raghuvanshi, J., Agrawal, R., & Ghosh, P. K. (2017). Analysis of barriers to women entrepreneurship: The DEMATEL approach. *The Journal of Entrepreneurship*, 26(2), 220- 238.

- Revell-Love, C., & Revell-Love, T. (2016). Competencies of women entrepreneurs utilizing information marketing businesses. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(3), 831 – 853.
- Robichaud, Y., Cachon, J. C., Codina, J. B., Aguirre, M. C. D., & Arjona, A. L. L. (2016). Gender motives of Mexican entrepreneurs in two large urban settings: An empirical study. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 21(03), 1650020.
- Rocha, V., & Van Praag, M. (2020). Mind the gap: The role of gender in entrepreneurial career choice and social influence by founders. *Strategic Management Journal*, 41(5), 841-866.
- Rogers, F. (2012). Mompreneurs. *Baylor Business Review*, 31(1), 40-45.
- Sabah, S. (2016). Entrepreneurial intention: Theory of planned behaviour and the moderation effect of start-up experience. In M. Franco (Ed.), *Entrepreneurship-Practice-Oriented Perspectives* (88-101).
- Sandhu, M. A., Farooq, O., Khalid, S., & Farooq, M. (2021). Benchmarking entrepreneurial intentions of women in the United Arab Emirates. *Benchmarking: An International Journal*.
- Sarri, K., & Trihopoulou, A. (2005). Female entrepreneurs' personal characteristics and motivation: a review of the Greek situation. *Women in Management Review*. 20(1), 24 – 36.
- Schmader, T., Johns, M., & Forbes, C. (2008). An integrated process model of stereotype threat effects on performance. *Psychological Review*, 115(2), 336-356.

- Shaffer, E. S., Marx, D. M., & Prislin, R. (2013). Mind the gap: Framing of women's success and representation in STEM affects women's math performance under threat. *Sex roles*, 68(7), 454 – 463.
- Shahriar, A. Z. M. (2018). Gender differences in entrepreneurial propensity: Evidence from matrilineal and patriarchal societies. *Journal of Business Venturing*, 33(6), 762–779.
- Shane, S. (1993). Cultural influences on national rates of innovation. *Journal of Business Venturing*, 8(1), 59 – 73.
- Shapiro, J. R., & Williams, A. M. (2012). The role of stereotype threats in undermining girls' and women's performance and interest in STEM fields. *Sex Roles*, 66(3), 175-183.
<https://doi.org/10.1007/s11199-011-0051-0>
- Shinnar, R. S., Giacomini, O., & Janssen, F. (2012). Entrepreneurial perceptions and intentions: The role of gender and culture. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3), 465–493.
<https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00509.x>
- Singh, R., & Sebastian, T. (2018). Familial legacies: a study on Gujarati women and family entrepreneurship. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 8(1), 1-23.
- Spencer, S. J., Steele, C. M., & Quinn, D. M. (1999). Stereotype threat and women's math performance. *Journal of Experimental Social Psychology*, 35(1), 4–28.
- Steele, C. M. (1997). A threat in the air: How stereotypes shape intellectual identity and performance. *American Psychologist*, 52(6), 613-629.
- Steele, C. M., & Aronson, J. (1995). Stereotype threat and the intellectual test performance of African Americans. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69(5), 797–811.

- Steele, J. R., & Ambady, N. (2006). —Math is hard!! The effect of gender priming on women's attitudes. *Journal of Experimental Social Psychology*, 42(4), 428-436.
<https://doi.org/10.1016/j.jesp.2005.06.003>
- Stefan, D., Vasile, V., Oltean, A., Comes, C. A., Stefan, A. B., Ciucan-Rusu, L., Bunduchi, E., Popa, M. A., & Timus, M. (2021). Women entrepreneurship and sustainable business development: Key findings from a SWOT–AHP analysis. *Sustainability*, 13(9), 5298.
- Steinberg, J. R., Okun, M. A., & Aiken, L. S. (2012). Calculus GPA and math identification as moderators of stereotype threat in highly persistent women. *Basic and Applied Social Psychology*, 34(6), 534-543. <https://doi.org/10.1080/01973533.2012.727319>
- Suseno, Y., & Abbott, L. (2021). Women entrepreneurs' digital social innovation: Linking gender, entrepreneurship, social innovation and information systems. *Information Systems Journal*. 1-28. <https://doi.org/10.1111/isj.12327>
- Teoh, W. M. Y., & Chong, S. C. (2014). Towards strengthening the development of women entrepreneurship in Malaysia. *Gender in Management: An International Journal*, 29(7), 432-453. <https://doi.org/10.1108/GM-10-2013-0122>
- Tlaiss, H. A. (2015). Entrepreneurial motivations of women: Evidence from the United Arab Emirates. *International Small Business Journal*, 33(5), 562-581.
<https://doi.org/10.1177/0266242613496662>
- Tonoyan, V., Strohmeier, R., & Jennings, J. E. (2020). Gender gaps in perceived start-up ease: Implications of sex-based labor market segregation for entrepreneurship across 22 European countries. *Administrative Science Quarterly*, 65(1), 181-225.
<https://doi.org/10.1177/0001839219835867>

- Torraco, R. J. (2016). Writing integrative reviews of the literature: Methods and purposes. *International Journal of Adult Vocational Education and Technology*, 7(3), 62-70.
- Toronto, C. E., & Remington, R. (Eds.). (2020). *A step-by-step guide to conducting an integrative review* (pp. 1-9). Cham: Springer International Publishing.
- Trauth, E. M., Cain, C. C., Joshi, K. D., Kvasny, L., & Booth, K. M. (2016). The influence of gender-ethnic intersectionality on gender stereotypes about IT skills and knowledge. *ACM SIGMIS Database: The DATABASE for Advances in Information Systems*, 47(3), 9-39. <https://doi.org/10.1145/2980783.2980785>
- UNDP (2015) *Sustainable Development Goals (SDGs)*. Ανακτήθηκε στις 17-12-2023 από <https://unric.org/el/%cf%83%cf%84%ce%bf%cf%87%ce%bf%cf%83-5-%ce%b9%cf%83%ce%bf%cf%84%ce%b7%cf%84%ce%b1-%cf%84%cf%89%ce%bd-%cf%86%cf%85%ce%bb%cf%89%ce%bd/>
- Unruh, J., Adewusi, A., & Boolaky, M. (2014). The impact of gender difference on entrepreneurship inclinations in Nigeria. *International Journal of Business and Globalisation*, 13(1), 1-24. <https://doi.org/10.1504/IJBG.2014.063391>
- van de Vijver, F. J. (2007). Cultural and gender differences in gender-role beliefs, sharing household task and child-care responsibilities, and well-being among immigrants and majority members in the Netherlands. *Sex Roles*, 57(11), 813-824.
- van Ewijk, A. R., & Belghiti-Mahut, S. (2019). Context, gender and entrepreneurial intentions: How entrepreneurship education changes the equation. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 11(1), 75 – 98.
- Verheul, I., van Stel, A., & Thurik, R. (2007). Explaining female and male entrepreneurship at the country level. *Entrepreneurship and Regional Development*, 18(2), 151-183.

- von Hippel, C., Issa, M., Ma, R., & Stokes, A. (2011). Stereotype threat: Antecedents and consequences for working women. *European Journal of Social Psychology*, 41(2), 151 – 161.
- Weber, A., & Zulehner, C. (2010). Female hires and the success of start-up firms. *American Economic Review*, 100(2), 358-361. <https://doi.org/10.1257/aer.100.2.358>
- Weidhaas, A. (2020). Mompreneur: Is This a Real Job?. *Mothering and Entrepreneurship: Global perspectives, Identities and Complexities*. Demeter Press.
- Welter, F. (2011). Contextualizing entrepreneurship—conceptual challenges and ways forward. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 165-184.
- Wennberg, K., Pathak, S., & Autio, E. (2013). How culture moulds the effects of self-efficacy and fear of failure on entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, 25(9), 756-780. <https://doi.org/10.1080/08985626.2013.862975>
- Wheadon, M., & Duval-Couetil, N. (2019). The gendering of entrepreneurship on reality television. *Journal of Small Business Management*, 57(4), 1676-1697.
- Woodcock, A., Hernandez, P. R., Estrada, M., & Schultz, P. (2012). The consequences of chronic stereotype threat: Domain disidentification and abandonment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 103(4), 635-646. <https://doi.org/10.1037/a0029120>
- World Economic Forum (2023). *Global Gender Gap Report 2023*. Ανακτήθηκε στις 17/12/2023 από <http://reports.weforum.org/globalgender-gap-report-2023>
- Yordanova, D. I., & Tarrazon, M. A. (2010). Gender differences in entrepreneurial intentions: Evidence from Bulgaria. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 15(03), 245-261. <https://doi.org/10.1142/S1084946710001543>

Zeidan, S., & Bahrami, S. (2011). Women entrepreneurship in GCC: A framework to address challenges and promote participation in a regional context. *International Journal of Business and Social Science*, 2(14), 100-107.

ABSTRACT

In all countries, in the field of entrepreneurship, women appear in significantly smaller numbers than men. One of the factors that prevent high participation of women in entrepreneurship is gender stereotypes. This research attempted to investigate the effect that gender stereotypes have on women's business intentions. Through a literature review, an attempt was made to investigate the stereotypes that influence women's business intentions, if there are cultural stereotypes, their consequences and possible solutions to reduce gender stereotypes. The literature review showed that there are several gender stereotypes that hinder women's entrepreneurial intentions. They are considered less capable when it comes to occupations related to science, technology, constructions and mathematics, businesses or sports. Because they are stereotyped, they often themselves doubt their effectiveness. In some cases gender stereotypes have a positive effect as they motivate women to claim and pursue success. The stereotype of the incompatible role of entrepreneur and mother is strong, but in recent years women have managed to balance motherhood and entrepreneurship, while it has been observed that there have also been women who, through entrepreneurship, sought to become a role model for their children. In non-Western countries gender stereotypes are more pronounced. The mass media is largely responsible for the development of stereotypes. As a solution for dealing with gender stereotypes, the importance of education emerged.

Keywords

Gender stereotypes, woman entrepreneurship, cultural stereotypes, business intentions