ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ»

Generative AI και γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Κρήτη: Δυνατότητες και προοπτικές

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Φοιτήτρια: Χριστοδουλάκη Δέσποινα, ΑΜ47
Επιβλέπων: Δρ. Βασσάκης Κωνσταντίνος, Επίκουρος καθηγητής

©
2026

ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ»

Generative AI και γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Κρήτη: Δυνατότητες και προοπτικές

Τριμελής Εξεταστική Επιτροπή

Δρ. Βασσάκης Κωνσταντίνος,
Επίκουρος καθηγητής
Διοικητική Επιστήμης και Τεχνολογίας
Ελληνικό Μεσογειακό Πανεπιστήμιο

Εμμανουήλ Περακάκης
Αναπληρωτής καθηγητής
Διοικητική Επιστήμης και Τεχνολογίας
Ελληνικό Μεσογειακό Πανεπιστήμιο

Γεώργιος Μαστοράκης
Αναπληρωτής καθηγητής
Διοικητική Επιστήμης και Τεχνολογίας
Ελληνικό Μεσογειακό Πανεπιστήμιο

HELLENIC MEDITERRANEAN UNIVERSITY
SCHOOL OF MANAGEMENT AND ECONOMICS SCIENCE
DEPARTMENT OF MANAGEMENT SCIENCE AND TECHNOLOGY

MSc in
MANAGEMENT AND DIGITAL TRANSFORMATION

Generative AI and Women's Entrepreneurship in Crete: Opportunities and Prospects

---

MASTER THESIS

Student : Despoina Christodoulaki, Student ID: 47
Supervisor: Dr. Konstantinos Vassakis, Assistant Professor, Department of Management Science and Technology, Hellenic Mediterranean University

©
2026

Υπεύθυνη Δήλωση *: Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της διπλωματικής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στη διπλωματική εργασία. Επίσης έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Επίσης βεβαιώνω ότι αυτή η διπλωματική εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά ειδικά για τις απαιτήσεις του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών Διοίκηση και Ψηφιακός Μετασχηματισμός του Τμήματος Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας του ΕΛΜΕΠΑ.*

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα διπλωματική εργασία διερευνά τις δυνατότητες και τις προοπτικές της Generative AI στη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Κρήτη. Η Generative AI αποτελεί μία από τις πιο σημαντικές τεχνολογικές εξελίξεις των τελευταίων ετών, καθώς μπορεί να υποστηρίξει την παραγωγή περιεχομένου, την ανάλυση πληροφοριών, την αυτοματοποίηση εργασιών, τη λήψη αποφάσεων και την ανάπτυξη καινοτόμων επιχειρηματικών πρακτικών. Στο πλαίσιο αυτό, η εργασία εξετάζει τον βαθμό γνώσης και χρήσης της τεχνολογίας από γυναίκες επιχειρηματίες και επαγγελματίες, τα οφέλη που αναγνωρίζουν, τα εμπόδια που αντιμετωπίζουν και τις μορφές υποστήριξης που θεωρούν απαραίτητες για την αποτελεσματική αξιοποίησή της.

Η έρευνα ακολούθησε μικτή μεθοδολογική προσέγγιση, συνδυάζοντας ποσοτική και ποιοτική μέθοδο. Η ποσοτική έρευνα πραγματοποιήθηκε μέσω δομημένου ερωτηματολογίου και συγκέντρωσε 80 έγκυρες απαντήσεις από γυναίκες που δραστηριοποιούνται επαγγελματικά στην Κρήτη. Παράλληλα, πραγματοποιήθηκε ένα focus group με πέντε γυναίκες επιχειρηματίες ή στελέχη από διαφορετικούς επαγγελματικούς κλάδους, με στόχο την εις βάθος κατανόηση των εμπειριών, των στάσεων και των προβληματισμών τους γύρω από τη χρήση της Generative AI.

Τα ευρήματα δείχνουν ότι η γνώση της Generative AI παραμένει κυρίως σε αρχικό ή ενδιάμεσο επίπεδο, ενώ η χρήση της εστιάζει κυρίως στην παραγωγή και επιμέλεια κειμένου, στο περιεχόμενο για social media, στην επικοινωνία και στο μάρκετινγκ. Οι συμμετέχουσες αναγνωρίζουν σημαντικά οφέλη, όπως η εξοικονόμηση χρόνου, η βελτίωση της παραγωγικότητας, η ενίσχυση της ποιότητας του περιεχομένου και η υποστήριξη της δημιουργικότητας. Ωστόσο, η υιοθέτηση της τεχνολογίας παραμένει συγκρατημένη, καθώς αναδεικνύονται εμπόδια που σχετίζονται με την ακρίβεια των αποτελεσμάτων, την παραπληροφόρηση, τη νομική αβεβαιότητα, την έλλειψη δεξιοτήτων, το κόστος και την περιορισμένη υποστήριξη από το τοπικό οικοσύστημα.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η έμφυλη διάσταση της έρευνας. Παρότι οι συμμετέχουσες δεν αντιλαμβάνονται πάντα το φύλο ως άμεσο εμπόδιο στη χρήση της τεχνολογίας, αναγνωρίζονται έμμεσοι περιορισμοί που συνδέονται με την πρόσβαση σε χρόνο, χρηματοδότηση, δίκτυα και επαγγελματική αναγνώριση. Συνολικά, η εργασία καταλήγει ότι η

Generative AI μπορεί να λειτουργήσει ως εργαλείο ενδυνάμωσης και επιχειρηματικού μετασχηματισμού για τις γυναίκες στην Κρήτη, υπό την προϋπόθεση ότι θα συνοδευτεί από πρακτική εκπαίδευση, συμβουλευτική καθοδήγηση, χρηματοδοτική υποστήριξη και υπεύθυνη χρήση.

Λέξεις-κλειδιά: Generative AI, γυναικεία επιχειρηματικότητα, Κρήτη, ψηφιακός μετασχηματισμός, τεχνητή νοημοσύνη

ABSTRACT

This master's thesis examines the opportunities and prospects of Generative AI in women's entrepreneurship in Crete. Generative AI represents one of the most significant technological developments of recent years, as it can support content creation, information analysis, task automation, decision-making and the development of innovative business practices. In this context, the study explores the level of knowledge and use of Generative AI among women entrepreneurs and professionals, the benefits they identify, the barriers they face and the types of support they consider necessary for its effective adoption.

The research followed a mixed-methods approach, combining quantitative and qualitative methods. The quantitative part was conducted through a structured questionnaire and collected 80 valid responses from women professionally active in Crete. In parallel, one focus group was conducted with five women entrepreneurs or professionals from different sectors, aiming to gain deeper insight into their experiences, attitudes and concerns regarding the use of Generative AI.

The findings show that knowledge of Generative AI remains mainly at an initial or intermediate level, while its use is primarily focused on text generation and editing, social media content, communication and marketing. Participants recognise significant benefits, such as time saving, improved productivity, enhanced content quality and support for creativity. However, the adoption of the technology remains cautious, as several barriers emerge, including concerns about accuracy, misinformation, legal uncertainty, lack of skills, cost and limited support from the local ecosystem.

The gender dimension of the research is also of particular interest. Although participants do not always perceive gender as a direct barrier to the use of technology, indirect limitations are identified, related to access to time, funding, networks and professional recognition. Overall, the study concludes that Generative AI can function as a tool for empowerment and business transformation for women in Crete, provided that its adoption is supported by practical training, advisory guidance, financial support and responsible use.

Keywords: Generative AI, women's entrepreneurship, Crete, digital transformation, artificial intelligence

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να εκφράσω τις θερμές μου ευχαριστίες στον επιβλέποντα της παρούσας διπλωματικής εργασίας, Δρ. Κωνσταντίνο Βασσάκη, Επίκουρο Καθηγητή του Ελληνικού Μεσογειακού Πανεπιστημίου, για την επιστημονική καθοδήγηση, τις ουσιαστικές παρατηρήσεις, τη διαθεσιμότητα και τη στήριξή του σε όλα τα στάδια εκπόνησης της εργασίας.

Ιδιαίτερες ευχαριστίες οφείλω σε όλες τις γυναίκες που συμμετείχαν στην έρευνα, είτε μέσω του ερωτηματολογίου είτε μέσω της ομάδας εστίασης. Η προθυμία τους να μοιραστούν τις εμπειρίες, τις απόψεις και τους προβληματισμούς τους υπήρξε καθοριστική για την ολοκλήρωση της μελέτης και την ουσιαστική κατανόηση του ερευνητικού αντικειμένου.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω τους ανθρώπους του προσωπικού μου περιβάλλοντος, οικογένεια και φίλους που με στήριξαν με υπομονή, κατανόηση και ενθάρρυνση καθ’ όλη τη διάρκεια αυτής της απαιτητικής διαδρομής. Η παρουσία και η στήριξή τους αποτέλεσαν πολύτιμο σημείο αναφοράς μέχρι την ολοκλήρωση της παρούσας εργασίας.

Περιεχόμενα

1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ 7
1.1 Παρουσίαση του θέματος 8
1.2 Σκοπός και στόχοι της έρευνας 9
1.3 Ερευνητικά ερωτήματα 9
1.4 Δομή της εργασίας 10
2 Θεωρητικό Υπόβαθρο 11
2.1 Generative AI: Ορισμός και Εφαρμογές 11
2.2 Θεωρητικά μοντέλα αποδοχής τεχνολογίας: TAM και UTAUT 12
2.3 Οφέλη 14
2.4 Προκλήσεις 16
2.5 Εφαρμογές 17
2.6 Γυναικεία Επιχειρηματικότητα 18
3 Μεθοδολογία 21
3.1 Επιλογή Ερευνητικής Μεθόδου 21
3.2 Τόπος & χρόνος μελέτης 21
3.3 Πληθυσμός Μελέτης 21
3.4 Δείγμα & Δειγματοληψία 21
3.5 Εργαλεία 23
3.6 Σχεδιασμός Έρευνας 25
3.7 Συλλογή Δεδομένων 25
3.8 Ανάλυση Δεδομένων 26
3.9 Στατιστική Ανάλυση 26
3.10 Ηθική & Δεοντολογία 28
4 Αποτελέσματα Έρευνας 29
4.1 Περιγραφή του δείγματος 29
4.2 Εξοικείωση και χρήση της Generative AI 32
4.3 Αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα και επιχειρηματικός αντίκτυπος της GenAI 34
4.4 Εμπόδια υιοθέτησης της Generative AI 37
4.5 Υποστηρικτικό οικοσύστημα στην Κρήτη 40
4.6 Ισότητα και φύλο-σχετικές διαστάσεις 44
4.7 Επαγωγική στατιστική ανάλυση 46
4.7.1 Συσχετίσεις Spearman 47
4.7.2 Kruskal–Wallis 48
4.7.3 Σχέση επιπέδου γνώσης και πραγματικής χρήσης GenAI – χ^2 και Cramér's V 48

4.7.4 Mann–Whitney U 48
4.7.5 Πολυμεταβλητή ανάλυση παραγόντων που σχετίζονται με τη χρήση GenAI – Firth regression 49
4.8 Ποιοτικά ευρήματα από το focus group 50
4.9 Σύνθεση ποσοτικών και ποιοτικών ευρημάτων 54
5 Συμπεράσματα και Προτάσεις 57
5.1 Συζήτηση των ευρημάτων 57
5.2 Απάντηση στα ερευνητικά ερωτήματα 60
5.3 Συμπεράσματα 64
5.4 Πρακτικές προτάσεις για γυναίκες επιχειρηματίες 66
5.5 Προτάσεις για φορείς, επιμελητήρια και εκπαιδευτικά ιδρύματα 69
5.6 Περιορισμοί της έρευνας 73
5.7 Προτάσεις για μελλοντική έρευνα 76
5.8 Τελική καταληκτική παράγραφος 79
6 Βιβλιογραφικές Αναφορές 81
7 Παραρτήματα 84
7.1 ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α: Ερωτηματολόγιο 84
7.2 ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β : Οδηγός Focus Group 92
8 ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ 95
9 ΛΙΣΤΑ ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ 96
10 ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ 97

1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η ραγδαία εξέλιξη της τεχνητής νοημοσύνης τα τελευταία χρόνια έχει δημιουργήσει νέες δυνατότητες για τις επιχειρήσεις, επηρεάζοντας τον τρόπο με τον οποίο οργανώνουν τις λειτουργίες τους, λαμβάνουν αποφάσεις, επικοινωνούν με το κοινό τους και αναπτύσσουν καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες. Ιδιαίτερα η Generative AI, δηλαδή η παραγωγική τεχνητή νοημοσύνη, αποτελεί μία από τις πιο δυναμικές τεχνολογικές εξελίξεις, καθώς επιτρέπει τη δημιουργία νέου περιεχομένου, όπως κείμενο, εικόνες, βίντεο, κώδικα και επιχειρηματικές ιδέες, μέσα από τη χρήση προηγμένων αλγορίθμων και μεγάλων γλωσσικών μοντέλων.

Η αξιοποίηση της Generative AI στον επιχειρηματικό χώρο συνδέεται με σημαντικές ευκαιρίες. Μπορεί να υποστηρίξει την παραγωγή περιεχομένου, το μάρκετινγκ, την επικοινωνία με πελάτες, την ανάλυση πληροφοριών, την αυτοματοποίηση επαναλαμβανόμενων εργασιών και τη βελτίωση της παραγωγικότητας. Παράλληλα, μπορεί να συμβάλει στη μείωση κόστους, στην εξοικονόμηση χρόνου και στην ενίσχυση της καινοτομίας, ιδιαίτερα για μικρές επιχειρήσεις που διαθέτουν περιορισμένους ανθρώπινους και οικονομικούς πόρους. Ωστόσο, η υιοθέτησή της δεν είναι αυτονόητη. Ζητήματα όπως η αξιοπιστία των αποτελεσμάτων, η παραπληροφόρηση, η προστασία προσωπικών δεδομένων, η νομική αβεβαιότητα, η έλλειψη δεξιοτήτων και η ανάγκη ανθρώπινης εποπτείας δημιουργούν σημαντικές προκλήσεις για τις επιχειρήσεις.

Στο πλαίσιο της γυναικείας επιχειρηματικότητας, η συζήτηση γύρω από τη Generative AI αποκτά ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Οι γυναίκες επιχειρηματίες και επαγγελματίες συχνά δραστηριοποιούνται σε μικρές ή πολύ μικρές επιχειρήσεις και καλούνται να διαχειριστούν πολλαπλούς ρόλους, περιορισμένους πόρους και αυξημένες απαιτήσεις σε επίπεδο οργάνωσης, προβολής και ανταγωνιστικότητας. Η Generative AI μπορεί να λειτουργήσει ως εργαλείο ενδυνάμωσης, προσφέροντας πρόσβαση σε γνώσεις, ιδέες, περιεχόμενο και αυτοματοποιημένες διαδικασίες που παλαιότερα απαιτούσαν περισσότερο χρόνο ή εξωτερική υποστήριξη. Ταυτόχρονα, όμως, η ουσιαστική αξιοποίησή της προϋποθέτει πρόσβαση σε εκπαίδευση, καθοδήγηση, χρηματοδότηση και κατάλληλα δίκτυα υποστήριξης.

Η παρούσα εργασία εστιάζει στη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Κρήτη και εξετάζει τις δυνατότητες και τις προοπτικές αξιοποίησης της Generative AI από γυναίκες επιχειρηματίες,

αυτοαπασχολούμενες και επαγγελματίες που δραστηριοποιούνται στο νησί. Η επιλογή της Κρήτης ως πεδίου μελέτης παρουσιάζει ενδιαφέρον, καθώς πρόκειται για μια περιφέρεια με έντονη μικρομεσαία επιχειρηματική δραστηριότητα, αλλά και με διαφοροποιήσεις ανάμεσα στις Περιφερειακές Ενότητες ως προς την πρόσβαση σε δίκτυα, τεχνολογική υποστήριξη και ευκαιρίες καινοτομίας. Η διερεύνηση του τρόπου με τον οποίο οι γυναίκες στην Κρήτη αντιλαμβάνονται, χρησιμοποιούν ή διστάζουν να υιοθετήσουν τη Generative AI μπορεί να συμβάλει στην καλύτερη κατανόηση των αναγκών τους και στον σχεδιασμό πιο στοχευμένων παρεμβάσεων.

1.1 Παρουσίαση του θέματος

Το θέμα της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι η σχέση ανάμεσα στη Generative AI και τη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Κρήτη. Συγκεκριμένα, η εργασία εξετάζει κατά πόσο οι γυναίκες επιχειρηματίες και επαγγελματίες γνωρίζουν και χρησιμοποιούν εργαλεία Generative AI, σε ποιους τομείς θεωρούν ότι μπορούν να αξιοποιηθούν, ποια οφέλη αναγνωρίζουν, ποια εμπόδια αντιμετωπίζουν και ποιες μορφές υποστήριξης θεωρούν απαραίτητες.

Η Generative AI αποτελεί τεχνολογία που μπορεί να επηρεάσει άμεσα την καθημερινή λειτουργία μιας επιχείρησης. Εργαλεία όπως τα μεγάλα γλωσσικά μοντέλα, οι εφαρμογές δημιουργίας εικόνας, οι πλατφόρμες αυτοματοποίησης και τα συστήματα υποστήριξης αποφάσεων επιτρέπουν στις επιχειρήσεις να παράγουν περιεχόμενο, να οργανώνουν πληροφορίες, να βελτιώνουν την επικοινωνία τους και να αναπτύσσουν νέες ιδέες με μεγαλύτερη ταχύτητα. Για μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις, οι οποίες συχνά δεν διαθέτουν εξειδικευμένα τμήματα μάρκετινγκ, ανάλυσης δεδομένων ή τεχνολογίας, η GenAI μπορεί να λειτουργήσει ως πρακτικό εργαλείο υποστήριξης.

Παράλληλα, η γυναικεία επιχειρηματικότητα εξακολουθεί να συνδέεται με προκλήσεις που αφορούν την πρόσβαση σε χρηματοδότηση, δίκτυα, επαγγελματική αναγνώριση, χρόνο και ευκαιρίες κατάρτισης. Στο πλαίσιο αυτό, η Generative AI μπορεί να αποτελέσει ευκαιρία, αλλά και νέο πεδίο ανισοτήτων, εάν η πρόσβαση στη γνώση και στα κατάλληλα εργαλεία δεν είναι ισότιμη. Επομένως, η διερεύνηση του θέματος δεν περιορίζεται στην τεχνολογική διάσταση,

αλλά συνδέεται και με ζητήματα φύλου, επιχειρηματικής υποστήριξης, ψηφιακού μετασχηματισμού και κοινωνικής ένταξης.

1.2 Σκοπός και στόχοι της έρευνας

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να διερευνήσει τις δυνατότητες, τα οφέλη, τα εμπόδια και τις προοπτικές αξιοποίησης της Generative AI στη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Κρήτη. Η εργασία επιδιώκει να καταγράψει τον βαθμό γνώσης και χρήσης της τεχνολογίας από γυναίκες που δραστηριοποιούνται επαγγελματικά στο νησί, καθώς και να αναδείξει τις ανάγκες υποστήριξης που προκύπτουν για την ουσιαστική και υπεύθυνη υιοθέτησή της.

Οι βασικοί στόχοι της έρευνας είναι οι εξής:

α) Να αποτυπωθεί το επίπεδο γνώσης και εξοικείωσης των γυναικών επιχειρηματιών και επαγγελματιών στην Κρήτη με τη Generative AI.

β) Να διερευνηθούν οι βασικοί τομείς στους οποίους η Generative AI χρησιμοποιείται ή μπορεί να χρησιμοποιηθεί στην επιχειρηματική δραστηριότητα.

γ) Να αναδειχθούν τα οφέλη που αναγνωρίζουν οι συμμετέχουσες από την αξιοποίηση της GenAI, όπως η εξοικονόμηση χρόνου, η αύξηση παραγωγικότητας, η βελτίωση περιεχομένου και η υποστήριξη της καινοτομίας.

δ) Να εντοπιστούν τα βασικά εμπόδια που περιορίζουν την υιοθέτηση της τεχνολογίας, όπως η έλλειψη γνώσης, η αβεβαιότητα για την αξιοπιστία των αποτελεσμάτων, το κόστος, η νομική ασφάλεια και η έλλειψη κατάλληλης υποστήριξης.

ε) Να εξεταστούν οι φύλο-σχετικές διαστάσεις της αξιοποίησης της GenAI, με έμφαση στην πρόσβαση σε εκπαίδευση, χρηματοδότηση, δίκτυα και επαγγελματικές ευκαιρίες.

στ) Να διατυπωθούν πρακτικές προτάσεις για γυναίκες επιχειρηματίες, φορείς, επιμελητήρια και εκπαιδευτικά ιδρύματα, με στόχο την ενίσχυση της υπεύθυνης και αποτελεσματικής χρήσης της Generative AI.

1.3 Ερευνητικά ερωτήματα

Με βάση τον σκοπό και τους στόχους της εργασίας, τα ερευνητικά ερωτήματα που καθοδηγούν την παρούσα μελέτη είναι τα εξής:

1. Ποιο είναι το επίπεδο γνώσης και εξοικείωσης των γυναικών επιχειρηματιών και επαγγελματιών στην Κρήτη με τη Generative AI;
2. Σε ποιους τομείς θεωρούν οι γυναίκες ότι μπορεί να αξιοποιηθεί η Generative AI στην επιχειρηματική δραστηριότητα;
3. Ποια είναι τα βασικά οφέλη που αναγνωρίζουν οι γυναίκες από την αξιοποίηση της GenAI;
4. Ποια εμπόδια περιορίζουν την υιοθέτηση της Generative AI;
5. Πώς επηρεάζουν οι έμφυλες διαστάσεις την πρόσβαση και αξιοποίηση της GenAI;
6. Τι είδους υποστήριξη χρειάζονται οι γυναίκες για να αξιοποιήσουν αποτελεσματικά τη GenAI;

1.4 Δομή της εργασίας

Η παρούσα διπλωματική εργασία οργανώνεται σε πέντε βασικά κεφάλαια.

Το πρώτο κεφάλαιο αποτελεί την εισαγωγή της εργασίας. Παρουσιάζει το θέμα, τον σκοπό, τους επιμέρους στόχους, τα ερευνητικά ερωτήματα και τη συνολική δομή της μελέτης.

Το δεύτερο κεφάλαιο περιλαμβάνει το θεωρητικό υπόβαθρο. Σε αυτό αναλύεται η έννοια της Generative AI, οι βασικές εφαρμογές της, τα οφέλη και οι προκλήσεις που συνδέονται με την επιχειρηματική της χρήση, καθώς και το πλαίσιο της γυναικείας επιχειρηματικότητας.

Το τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζει τη μεθοδολογία της έρευνας. Περιγράφονται η ερευνητική προσέγγιση, ο πληθυσμός και το δείγμα της μελέτης, τα εργαλεία συλλογής δεδομένων, η διαδικασία συλλογής, η στατιστική και ποιοτική ανάλυση, καθώς και ζητήματα ηθικής και δεοντολογίας.

Το τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζει και αναλύει τα αποτελέσματα της έρευνας. Περιλαμβάνει την περιγραφή του δείγματος, τα ευρήματα για την εξοικείωση και χρήση της GenAI, την αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα και τον επιχειρηματικό αντίκτυπο, τα εμπόδια υιοθέτησης, το

υποστηρικτικό οικοσύστημα στην Κρήτη, τις φύλο-σχετικές διαστάσεις και τα ποιοτικά ευρήματα από το focus group.

Το πέμπτο κεφάλαιο περιλαμβάνει τη συζήτηση των ευρημάτων, την απάντηση στα ερευνητικά ερωτήματα, τα βασικά συμπεράσματα, τις πρακτικές προτάσεις, τους περιορισμούς της έρευνας και τις προτάσεις για μελλοντική έρευνα. Η εργασία ολοκληρώνεται με τη βιβλιογραφία και τα παραρτήματα.

2 Θεωρητικό Υπόβαθρο

2.1 Generative AI: Ορισμός και Εφαρμογές

Η Generative AI (Παραγωγική Τεχνητή Νοημοσύνη) είναι ένας κλάδος της τεχνητής νοημοσύνης που επικεντρώνεται στη δημιουργία πρωτότυπου περιεχομένου, όπως κείμενο, εικόνες, βίντεο και κώδικα, χρησιμοποιώντας προηγμένα μοντέλα μηχανικής μάθησης . Σημαντική κατηγορία εφαρμογών της Generative AI αποτελούν τα μεγάλα γλωσσικά μοντέλα (Large Language Models – LLMs), τα οποία χρησιμοποιούνται για την παραγωγή και επεξεργασία γλωσσικού περιεχομένου (Sengar *et al.*, 2024). Παραδείγματα Generative AI περιλαμβάνουν το GPT για κείμενο, το DALL-E για δημιουργία εικόνων και το MidJourney για καλλιτεχνικά γραφικά (Okatan, 2024).

Στον τομέα της φαρμακευτικής και της υγείας, η Generative AI συμβάλλει στην αυτοματοποίηση κρίσιμων σταδίων της διαδικασίας ανακάλυψης φαρμάκων, όπως ο σχεδιασμός μορίων και η σύνθεση νέων υποψήφιων ενώσεων (Grisoni *et al.*, 2021). Μέσω μοντέλων βαθιάς μάθησης είναι δυνατή η υπολογιστική δημιουργία νέων χημικών οντοτήτων με επιθυμητές ιδιότητες, διευρύνοντας τις δυνατότητες του de novo molecular design και επιταχύνοντας τη διαδικασία ανακάλυψης υποψήφιων φαρμακευτικών ενώσεων (Merk *et al.*, 2018).

Στον χώρο των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, η Generative AI αξιοποιείται για την αυτοματοποίηση και υποστήριξη της παραγωγής ειδησεογραφικού περιεχομένου, με εφαρμογές σε διεθνή μέσα όπως οι Forbes, New York Times και Washington Post (Dörr, 2016; Marconi, 2020; Mariani and Dwivedi, 2024). Ενδεικτικό παράδειγμα αποτελεί η περίπτωση της Νότιας Κορέας, όπου ο τηλεοπτικός σταθμός MBN αξιοποίησε τεχνολογία AI για τη

δημιουργία ψηφιακής εκδοχής της παρουσιάστριας Kim Joo-Ha για την παρουσίαση ειδήσεων, αναδεικνύοντας τόσο τις δυνατότητες όσο και τα ζητήματα που συνοδεύουν τη χρήση συνθετικών μέσων στη δημοσιογραφία (Mariani and Dwivedi, 2024).

Επιπλέον, στον τομέα της διαφήμισης και του μάρκετινγκ, εκτιμάται ότι έως το 2025 περίπου το 30% των διαφημιστικών μηνυμάτων που παράγονται από μεγάλες εταιρείες θα δημιουργείται συνθετικά μέσω εργαλείων Generative AI (Chatterjee *et al.*, 2021). Η δυνατότητα αυτή επιτρέπει την ταχύτερη παραγωγή εξατομικευμένου περιεχομένου, ενισχύοντας την αποτελεσματικότητα των εκστρατειών μάρκετινγκ.

Τέλος, στον κλάδο του κινηματογράφου, προβλέπεται ότι μέχρι το 2030 θα είναι δυνατή η δημιουργία ταινιών μεγάλου μήκους (blockbusters) σχεδόν αποκλειστικά από τεχνητή νοημοσύνη, μετατρέποντας άμεσα γραπτά σενάρια σε βίντεο, γεγονός που αναμένεται να μεταμορφώσει ριζικά τη διαδικασία παραγωγής οπτικοακουστικού περιεχομένου (*AI Strategy, Trends & Insights | Gartner AI Hub*, 2023).

2.2 Θεωρητικά μοντέλα αποδοχής τεχνολογίας: TAM και UTAUT

Η κατανόηση των παραγόντων που επηρεάζουν την αποδοχή και την υιοθέτηση νέων τεχνολογιών αποτελεί σημαντική διάσταση της μελέτης της Generative AI. Στο πλαίσιο αυτό, δύο από τα πλέον καθιερωμένα θεωρητικά μοντέλα είναι το Technology Acceptance Model (TAM) και η Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), τα οποία επιχειρούν να ερμηνεύσουν τους παράγοντες που επηρεάζουν την πρόθεση των χρηστών να υιοθετήσουν και να χρησιμοποιήσουν μια νέα τεχνολογία.

Το Technology Acceptance Model (TAM), το οποίο αναπτύχθηκε από τον Davis (1989), εστιάζει σε δύο βασικές διαστάσεις: την αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα (*perceived usefulness*) και την αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης (*perceived ease of use*). Η αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα αφορά τον βαθμό στον οποίο ένα άτομο θεωρεί ότι η χρήση μιας συγκεκριμένης τεχνολογίας μπορεί να βελτιώσει την απόδοσή του, ενώ η αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης αφορά τον βαθμό στον οποίο η χρήση της τεχνολογίας θεωρείται ότι απαιτεί περιορισμένη προσπάθεια. Σύμφωνα με το μοντέλο, οι δύο αυτές αντιλήψεις διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση της στάσης και της πρόθεσης χρήσης μιας τεχνολογίας (Davis, 1989).

Η προσέγγιση αυτή είναι ιδιαίτερα χρήσιμη για τη μελέτη της Generative AI, καθώς η υιοθέτηση εργαλείων όπως τα μεγάλα γλωσσικά μοντέλα δεν εξαρτάται αποκλειστικά από την τεχνική τους διαθεσιμότητα. Εξαρτάται επίσης από το κατά πόσο οι χρήστες αντιλαμβάνονται ότι τα εργαλεία αυτά μπορούν να προσφέρουν ουσιαστική αξία στην εργασία τους και από το κατά πόσο θεωρούν ότι μπορούν να τα χρησιμοποιήσουν χωρίς υπερβολική δυσκολία ή ανάγκη εξειδικευμένων τεχνικών γνώσεων.

Μια ευρύτερη προσέγγιση στην αποδοχή τεχνολογίας προσφέρει η Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), η οποία αναπτύχθηκε από τους Venkatesh et al. (2003). Το μοντέλο ενοποιεί στοιχεία προηγούμενων θεωριών αποδοχής τεχνολογίας και προτείνει τέσσερις βασικούς παράγοντες που σχετίζονται με την πρόθεση και την πραγματική χρήση μιας τεχνολογίας: την προσδοκώμενη απόδοση (*performance expectancy*), την προσδοκώμενη προσπάθεια (*effort expectancy*), την κοινωνική επιρροή (*social influence*) και τις υποστηρικτικές συνθήκες (*facilitating conditions*) (Venkatesh *et al.*, 2003).

Η προσδοκώμενη απόδοση αναφέρεται στην αντίληψη ότι η χρήση μιας τεχνολογίας μπορεί να προσφέρει οφέλη και να βελτιώσει την επαγγελματική απόδοση. Η προσδοκώμενη προσπάθεια αφορά τον βαθμό ευκολίας που συνδέεται με τη χρήση της τεχνολογίας. Η κοινωνική επιρροή αναφέρεται στον βαθμό στον οποίο το άτομο θεωρεί ότι σημαντικοί άλλοι, όπως συνεργάτες, επαγγελματικά δίκτυα ή άτομα του εργασιακού περιβάλλοντος, επηρεάζουν την απόφασή του να υιοθετήσει μια τεχνολογία. Τέλος, οι υποστηρικτικές συνθήκες αφορούν την ύπαρξη των απαραίτητων πόρων, γνώσεων, υποδομών και υποστήριξης που διευκολύνουν την πραγματική χρήση της τεχνολογίας (Venkatesh *et al.*, 2003).

Τα μοντέλα TAM και UTAUT προσφέρουν ένα χρήσιμο θεωρητικό πλαίσιο για την ερμηνεία της υιοθέτησης της Generative AI στην παρούσα εργασία. Η έρευνα δεν επιχειρεί την πλήρη εμπειρική επικύρωση των δύο μοντέλων, αλλά αξιοποιεί βασικές έννοιές τους ως ερμηνευτικό πλαίσιο. Ειδικότερα, διαστάσεις όπως η αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα της GenAI, η πρόθεση υιοθέτησης, η πραγματική χρήση, τα εμπόδια και η ύπαρξη υποστηρικτικών δομών συνδέονται άμεσα με ζητήματα που εξετάζουν τα TAM και UTAUT.

Πρόσφατες μελέτες δείχνουν ότι το μοντέλο UTAUT εξακολουθεί να αποτελεί χρήσιμο πλαίσιο για τη διερεύνηση της υιοθέτησης εφαρμογών Generative AI. Σε επιχειρηματικό

περιβάλλον, παράγοντες όπως η προσδοκώμενη απόδοση, η προσδοκώμενη προσπάθεια, η κοινωνική επιρροή και οι υποστηρικτικές συνθήκες έχουν εξεταστεί σε σχέση με την πρόθεση και τη χρήση συστημάτων Generative AI (Kim, Blazquez and Oh, 2024).

Παράλληλα, η εφαρμογή διευρυμένων εκδοχών του UTAUT στην υιοθέτηση του ChatGPT έχει δείξει ότι, πέρα από τους βασικούς παράγοντες του μοντέλου, μπορούν να επηρεάζουν την αποδοχή της τεχνολογίας και πρόσθετες διαστάσεις, όπως η αντίληψη κινδύνου και συναισθηματικοί παράγοντες που συνδέονται με τη χρήση της (Lee *et al.*, 2024).

Η χρήση των μοντέλων αυτών είναι ιδιαίτερα σημαντική στο πλαίσιο της γυναικείας επιχειρηματικότητας, καθώς η υιοθέτηση της Generative AI δεν εξαρτάται μόνο από τα χαρακτηριστικά της ίδιας της τεχνολογίας, αλλά και από την πρόσβαση σε γνώση, εκπαίδευση, χρόνο, οικονομικούς πόρους, επαγγελματικά δίκτυα και υποστηρικτικές δομές. Επομένως, η ανάλυση της αποδοχής της GenAI απαιτεί την εξέταση τόσο της αντιλαμβανόμενης αξίας και ευκολίας χρήσης όσο και του ευρύτερου επιχειρηματικού και κοινωνικού περιβάλλοντος μέσα στο οποίο πραγματοποιείται η τεχνολογική υιοθέτηση.

2.3 Οφέλη

Η αξιοποίηση της Τεχνητής Νοημοσύνης και ειδικότερα της Generative AI δημιουργεί σημαντικές δυνατότητες για τις επιχειρήσεις, καθώς μπορεί να υποστηρίξει την παραγωγικότητα, την καινοτομία, τη λήψη αποφάσεων και την αποτελεσματικότερη αξιοποίηση των διαθέσιμων πόρων. Η τεχνητή νοημοσύνη έχει ήδη συνδεθεί με σημαντικές αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο οι οργανισμοί αναπτύσσουν και διαχειρίζονται την καινοτομία, ενώ η εμφάνιση της Generative AI διευρύνει περαιτέρω τις δυνατότητες δημιουργίας νέων ιδεών, περιεχομένου, προϊόντων και επιχειρηματικών διαδικασιών (Cockburn, Henderson and Stern, 2018; Mariani and Dwivedi, 2024).

Ένα από τα σημαντικότερα οφέλη της Generative AI αφορά τη δυνατότητα αυτοματοποίησης και υποστήριξης επαναλαμβανόμενων ή χρονοβόρων εργασιών. Η χρήση εργαλείων Generative AI μπορεί να διευκολύνει διαδικασίες όπως η σύνταξη κειμένων, η επεξεργασία πληροφοριών, η προετοιμασία υλικού και η επικοινωνία με πελάτες. Ειδικότερα, η αξιοποίηση

συστημάτων όπως το ChatGPT σε λειτουργίες εξυπηρέτησης πελατών μπορεί να συμβάλει στην ταχύτερη απόκριση σε αιτήματα και στη διευκόλυνση καθημερινών επιχειρηματικών διαδικασιών (Patil, Rane and Rane, 2024). Με αυτόν τον τρόπο, η τεχνολογία μπορεί να απελευθερώσει χρόνο από επαναλαμβανόμενες δραστηριότητες και να επιτρέψει στους εργαζομένους και στα στελέχη να επικεντρωθούν σε εργασίες μεγαλύτερης προστιθέμενης αξίας.

Σημαντική είναι επίσης η συμβολή της AI στην ανάλυση δεδομένων και στην υποστήριξη της επιχειρηματικής λήψης αποφάσεων. Η δυνατότητα επεξεργασίας μεγάλου όγκου δεδομένων και παραγωγής αναλύσεων μπορεί να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να εντοπίζουν τάσεις, να κατανοούν καλύτερα τη συμπεριφορά των πελατών και να αξιοποιούν αποτελεσματικότερα τις διαθέσιμες πληροφορίες κατά τον σχεδιασμό της στρατηγικής τους. Η αξιοποίηση AI-driven business analytics μπορεί, επομένως, να ενισχύσει την τεκμηρίωση των επιχειρηματικών αποφάσεων και να συμβάλει στη διαμόρφωση περισσότερο στοχευμένων στρατηγικών (Badmus *et al.*, 2024).

Ένα ακόμη σημαντικό όφελος της Generative AI εντοπίζεται στον τομέα του μάρκετινγκ και της επικοινωνίας. Η τεχνολογία προσφέρει τη δυνατότητα δημιουργίας και προσαρμογής κειμένων, εικόνων και άλλων μορφών περιεχομένου ανάλογα με τις ανάγκες μιας επιχείρησης και του κοινού στο οποίο απευθύνεται. Με τον τρόπο αυτό μπορεί να υποστηρίξει την ανάπτυξη περισσότερο εξατομικευμένων και στοχευμένων ενεργειών επικοινωνίας, τη δημιουργία διαφημιστικού υλικού και την ταχύτερη παραγωγή περιεχομένου για διαφορετικά ψηφιακά κανάλια (Okatan, 2024). Η δυνατότητα παραγωγής πολλαπλών εκδοχών περιεχομένου σε σύντομο χρονικό διάστημα διευρύνει τις επιλογές των επιχειρήσεων και μπορεί να ενισχύσει την ευελιξία των ενεργειών μάρκετινγκ.

Παράλληλα, ιδιαίτερη σημασία έχει η συμβολή της Generative AI στην καινοτομία. Η τεχνολογία μπορεί να λειτουργήσει υποστηρικτικά στη δημιουργία και επεξεργασία νέων ιδεών, στην εξερεύνηση εναλλακτικών λύσεων και στην επιτάχυνση επιμέρους σταδίων της διαδικασίας καινοτομίας. Η Generative AI δεν περιορίζεται, επομένως, στην αυτοματοποίηση ήδη υφιστάμενων εργασιών, αλλά μπορεί να συμβάλει και στον τρόπο με τον οποίο οι επιχειρήσεις αναζητούν, αναπτύσσουν και αξιολογούν νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες (Mariani and Dwivedi, 2024). Η διάσταση αυτή είναι ιδιαίτερα σημαντική σε ένα

επιχειρηματικό περιβάλλον όπου η ταχύτητα προσαρμογής και η συνεχής ανάπτυξη νέων λύσεων αποτελούν βασικούς παράγοντες ανταγωνιστικότητας.

Συνολικά, τα βασικά επιχειρηματικά οφέλη της Generative AI συνδέονται με την εξοικονόμηση χρόνου, την υποστήριξη της παραγωγικότητας, την καλύτερη αξιοποίηση πληροφοριών, την ενίσχυση της επικοινωνίας και του μάρκετινγκ και τη δημιουργία νέων δυνατοτήτων καινοτομίας. Η τεχνολογία μπορεί επομένως να λειτουργήσει όχι μόνο ως εργαλείο αυτοματοποίησης, αλλά και ως μέσο υποστήριξης της επιχειρηματικής λειτουργίας και ανάπτυξης. Ωστόσο, η έκταση στην οποία τα παραπάνω οφέλη μπορούν να αξιοποιηθούν στην πράξη εξαρτάται από τον τρόπο ενσωμάτωσης της τεχνολογίας στις επιχειρησιακές διαδικασίες, ζήτημα που συνδέεται και με τις προκλήσεις που εξετάζονται στην επόμενη ενότητα.

2.4 Προκλήσεις

Παρά τις σημαντικές δυνατότητες και εφαρμογές της, η Generative AI συνοδεύεται από ουσιαστικές προκλήσεις που αφορούν τόσο την τεχνική αξιοπιστία όσο και την υπεύθυνη χρήση της από επιχειρήσεις και οργανισμούς. Ένα από τα βασικότερα ζητήματα αφορά την ηθική διάσταση της τεχνολογίας, καθώς η αυξανόμενη χρήση συστημάτων Generative AI δημιουργεί προβληματισμούς σχετικά με τη διαφάνεια, την αλγοριθμική προκατάληψη, την προστασία των προσωπικών δεδομένων και την ευθύνη για τα παραγόμενα αποτελέσματα (Solaiman *et al.*, 2024).

Ιδιαίτερα σημαντική πρόκληση αποτελεί η αξιοπιστία του περιεχομένου που παράγεται από συστήματα Generative AI. Τα μοντέλα μπορούν να δημιουργούν πληροφορίες που εμφανίζονται πειστικές, χωρίς να είναι πάντοτε ακριβείς ή επαληθεύσιμες. Η δυνατότητα παραγωγής συνθετικού περιεχομένου, συμπεριλαμβανομένων εικόνων, βίντεο και deepfakes, ενισχύει επίσης τους κινδύνους παραπληροφόρησης και δημιουργεί νέες απαιτήσεις ως προς την επαλήθευση και την ανθρώπινη εποπτεία των παραγόμενων αποτελεσμάτων (Solaiman *et al.*, 2024).

Παράλληλα, η προστασία δεδομένων και η κανονιστική συμμόρφωση αποτελούν κρίσιμα ζητήματα για την επιχειρηματική αξιοποίηση της Generative AI. Η χρήση δεδομένων για την

εκπαίδευση ή λειτουργία συστημάτων AI δημιουργεί ερωτήματα σχετικά με την ιδιωτικότητα, τα πνευματικά δικαιώματα, τη διαχείριση ευαίσθητων πληροφοριών και την ευθύνη για το περιεχόμενο που παράγεται. Για τον λόγο αυτό, η ανάπτυξη σαφών ρυθμιστικών και οργανωτικών πλαισίων θεωρείται απαραίτητη για την ασφαλή και υπεύθυνη ενσωμάτωση της τεχνολογίας στις επιχειρησιακές διαδικασίες (Mariani and Dwivedi, 2024).

Μία επιπλέον πρόκληση αφορά το περιβαλλοντικό αποτύπωμα των μεγάλων μοντέλων τεχνητής νοημοσύνης. Η εκπαίδευση και λειτουργία μεγάλων γλωσσικών μοντέλων απαιτεί σημαντική υπολογιστική ισχύ και κατανάλωση ενέργειας, γεγονός που δημιουργεί προβληματισμούς σχετικά με τη βιωσιμότητα της συνεχώς αυξανόμενης χρήσης τους (Mannuru *et al.*, 2025).

Συνολικά, οι προκλήσεις της Generative AI δεν αναιρούν τις επιχειρηματικές δυνατότητές της, αλλά αναδεικνύουν την ανάγκη για υπεύθυνη και κριτική αξιοποίησή της. Η επιχειρηματική ενσωμάτωση της τεχνολογίας προϋποθέτει όχι μόνο τεχνική πρόσβαση, αλλά και μηχανισμούς ανθρώπινης εποπτείας, επαλήθευσης των αποτελεσμάτων, προστασίας δεδομένων και συμμόρφωσης με το ισχύον θεσμικό πλαίσιο.

2.5 Εφαρμογές

Η Generative AI έχει αρχίσει να ενσωματώνεται δυναμικά στον επιχειρηματικό κόσμο, καλύπτοντας ένα ευρύ φάσμα λειτουργιών και αναγκών. Ένας από τους βασικότερους τομείς εφαρμογής της είναι η αυτοματοποίηση εργασιών που μέχρι πρότινος απαιτούσαν ανθρώπινη παρέμβαση. Ενδεικτικά, μοντέλα όπως το ChatGPT αξιοποιούνται ήδη ευρέως για την αυτοματοποίηση της επικοινωνίας με τους πελάτες, μέσω εξελιγμένων chatbots τα οποία παρέχουν άμεσες απαντήσεις και διεκπεραιώνουν αιτήματα, μειώνοντας σημαντικά τον χρόνο απόκρισης και ενισχύοντας την εμπειρία του χρήστη (Patil, Rane and Rane, 2024). Παράλληλα, η Generative AI συμβάλλει ουσιαστικά και στη διαχείριση δεδομένων, καθώς επιτρέπει την ανάπτυξη εξατομικευμένων αναλύσεων που αξιοποιούν δεδομένα πελατών και αγορών για τη βελτιστοποίηση επιχειρησιακών στρατηγικών και τη λήψη καλύτερα τεκμηριωμένων αποφάσεων (Badmus *et al.*, 2024).

Στον τομέα του μάρκετινγκ και της διαφήμισης, η Generative AI ανοίγει νέους δρόμους για την παραγωγή περιεχομένου και την εξατομίκευση της επικοινωνίας. Επιτρέπει τη δημιουργία κειμένων, βίντεο και διαφημιστικών υλικών που προσαρμόζονται στις εκάστοτε ανάγκες των καμπανιών, καθιστώντας τις πιο στοχευμένες και δημιουργικές (Okatan, 2024). Επιπλέον, μέσω της ανάλυσης μεγάλων όγκων δεδομένων κοινού, η Generative AI μπορεί να συνδράμει στον ακριβή καθορισμό των προτιμήσεων των καταναλωτών, επιτρέποντας στις επιχειρήσεις να διαμορφώνουν στοχευμένα διαφημιστικά μηνύματα που μεγιστοποιούν την αποτελεσματικότητα της επικοινωνίας τους (Patil, Rane and Rane, 2024).

Η συμβολή της Generative AI στον υγειονομικό τομέα είναι εξίσου σημαντική, καθώς ενισχύει τη διάγνωση και τη φροντίδα των ασθενών μέσω της ανάλυσης σύνθετων ιατρικών δεδομένων. Οι τεχνολογίες αυτές επιτρέπουν την εξατομίκευση θεραπειών και την ανάπτυξη προγνωστικών μοντέλων που βελτιώνουν την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών υγείας (Mariani and Dwivedi, 2024). Παράλληλα, η αυτοματοποίηση διοικητικών διαδικασιών, όπως ο προγραμματισμός επισκέψεων ή η διαχείριση ασφαλιστικών αιτημάτων, μειώνει τον φόρτο εργασίας του προσωπικού και εξοικονομεί πολύτιμους πόρους (Patil, Rane and Rane, 2024).

Στον χώρο των δημιουργικών βιομηχανιών, η Generative AI έχει αναδειχθεί ως ένα εργαλείο που ενισχύει τη φαντασία και την παραγωγή πρωτότυπου περιεχομένου. Η τεχνολογία αυτή χρησιμοποιείται ήδη για τη δημιουργία μουσικής, γραφικών και σεναρίων, προσφέροντας στους δημιουργούς νέες δυνατότητες πειραματισμού και καλλιτεχνικής έκφρασης (Solaiman *et al.*, 2025). Η συνεργασία ανθρώπινης δημιουργικότητας και τεχνητής νοημοσύνης δημιουργεί νέα μοντέλα εργασίας και καινοτόμα προϊόντα που επαναπροσδιορίζουν τον τρόπο παραγωγής πολιτιστικού περιεχομένου.

Τέλος, στις μεταφορές, η Generative AI εφαρμόζεται σε πεδία που σχετίζονται με τη βελτιστοποίηση κρίσιμων διεργασιών. Χαρακτηριστικά παραδείγματα περιλαμβάνουν τη διαχείριση κυκλοφορίας, την πρόβλεψη βλαβών και τη συντήρηση στόλων οχημάτων. Μέσω της ανάλυσης δεδομένων σε πραγματικό χρόνο, οι εφαρμογές αυτές συνεισφέρουν στη βιωσιμότητα και την αποτελεσματικότητα των μεταφορικών υποδομών, μειώνοντας καθυστερήσεις και λειτουργικά κόστη (Patil, Rane and Rane, 2024).

2.6 Γυναικεία Επιχειρηματικότητα

Η γυναικεία επιχειρηματικότητα αποτελεί έναν σημαντικό τομέα μελέτης για τις κοινωνικές επιστήμες, καθώς συνδέεται στενά με ζητήματα οικονομικής ανάπτυξης, ισότητας των φύλων και κοινωνικής ένταξης. Σύμφωνα με τον ορισμό που υιοθετείται ευρέως στη βιβλιογραφία, γυναικεία επιχειρηματικότητα θεωρείται κάθε επιχειρηματική δραστηριότητα στην οποία τουλάχιστον το 50% της ιδιοκτησίας και η ουσιαστική διαχείριση ανήκουν σε γυναίκες. Η έννοια αυτή περιλαμβάνει όλες τις μορφές οργανωμένων προσπαθειών γυναικών να αναπτύξουν επιχειρηματικές ιδέες, να ιδρύσουν και να διαχειριστούν βιώσιμες επιχειρήσεις, με σκοπό τη δημιουργία οικονομικών, κοινωνικών αλλά και προσωπικών ωφελειών (Παρατηρητήριο της Γενικής Γραμματείας Ισότητας των Φύλων, 2017).

Στη διεθνή και ελληνική βιβλιογραφία αναδεικνύονται ορισμένα χαρακτηριστικά που διαφοροποιούν τη γυναικεία επιχειρηματικότητα από την ανδρική. Συχνά, οι γυναίκες οδηγούνται στην ίδρυση δικών τους επιχειρήσεων όχι μόνο από την επιθυμία για καινοτομία ή κερδοφορία αλλά και από την ανάγκη απασχόλησης, ειδικά σε περιβάλλοντα με περιορισμένες εναλλακτικές εργασιακές ευκαιρίες. Αυτό το φαινόμενο, γνωστό ως «επιχειρηματικότητα ανάγκης», είναι πιο έντονο σε κοινωνίες με υψηλά ποσοστά ανεργίας γυναικών ή δομικά εμπόδια εισόδου τους στην αγορά εργασίας (Πετράκη, Μαρία, 2022). Επιπλέον, οι επιχειρήσεις που ιδρύονται και διοικούνται από γυναίκες είναι, κατά κανόνα, μικρότερες σε μέγεθος, λιγότερο χρηματοδοτούμενες και συνήθως δραστηριοποιούνται σε τομείς χαμηλής κεφαλαιακής έντασης, όπως το λιανικό εμπόριο, οι υπηρεσίες και η εστίαση. Η ηλικία των γυναικών που αναλαμβάνουν επιχειρηματική δράση κυμαίνεται συνήθως μεταξύ 25 και 44 ετών, γεγονός που συνδέεται τόσο με κοινωνικά όσο και με δημογραφικά χαρακτηριστικά, όπως η οικογενειακή κατάσταση και οι υποχρεώσεις φροντίδας (Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2022).

Στην Ελλάδα, η γυναικεία επιχειρηματικότητα αντιμετωπίζει διαχρονικά σημαντικές προκλήσεις. Παρά τις προσπάθειες θεσμικής ενίσχυσης και την αυξημένη δημόσια συζήτηση γύρω από την έμφυλη ισότητα, οι δείκτες συμμετοχής των γυναικών στο επιχειρείν παραμένουν σε χαμηλά επίπεδα. Ενδεικτικά, η συμμετοχή των γυναικών στο εργατικό δυναμικό ανέρχεται περίπου στο 45,1%, ενώ τα ποσοστά ανεργίας είναι σταθερά υψηλότερα από εκείνα των ανδρών, αγγίζοντας το 16,6% σε ορισμένες περιόδους (Παρατηρητήριο της Γενικής Γραμματείας Ισότητας των Φύλων, 2017). Η δυσκολία πρόσβασης σε χρηματοδότηση

και δικτύωση αποτελεί έναν από τους βασικότερους περιοριστικούς παράγοντες για την ανάπτυξη βιώσιμων γυναικείων επιχειρηματικών σχεδίων. Αξιοσημείωτο είναι επίσης το γεγονός ότι στην Ελλάδα οι γυναίκες παρουσιάζουν υψηλότερα ποσοστά συμμετοχής στην κοινωνική και αλληλέγγυα οικονομία, δείχνοντας προτίμηση σε συλλογικές μορφές επιχειρηματικότητας που συνδέονται συχνά με κοινωνικούς σκοπούς και τοπικές κοινότητες (Πετράκη, Μαρία, 2022).

Σε διεθνές επίπεδο, η έμφυλη διάσταση της επιχειρηματικότητας συνδέεται άρρηκτα με την ύπαρξη έμφυλων στερεοτύπων και προκαταλήψεων, που εξακολουθούν να επηρεάζουν αρνητικά τις γυναίκες τόσο στη λήψη αποφάσεων όσο και στην καθημερινή τους επαγγελματική δράση (Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2022). Τα έμφυλα στερεότυπα αναφέρονται σε προκαθορισμένες αντιλήψεις για τους ρόλους, τα χαρακτηριστικά και τις ικανότητες που «πρέπει» να έχουν οι άνδρες και οι γυναίκες, σύμφωνα με κοινωνικές και πολιτισμικές νόρμες. Στο πεδίο της επιχειρηματικότητας, τα στερεότυπα αυτά περιορίζουν την πρόσβαση των γυναικών σε χρηματοδότηση, μειώνουν την εμπιστοσύνη των επενδυτών και συχνά τις οδηγούν σε τομείς χαμηλότερης κερδοφορίας ή μικρότερης τεχνολογικής έντασης. Επιπλέον, η επίδραση των στερεοτύπων διαμορφώνει τη δυναμική μέσα στις επιχειρήσεις, επηρεάζοντας την κατανομή ρόλων, την ανάληψη ηγετικών θέσεων και την ευρύτερη επαγγελματική ανέλιξη των γυναικών (Παρατηρητήριο της Γενικής Γραμματείας Ισότητας των Φύλων, 2017).

3 Μεθοδολογία

3.1 Επιλογή Ερευνητικής Μεθόδου

Συνδυάζοντας ποσοτικά και ποιοτικά εργαλεία, η επιλογή της μικτής μεθόδου κρίθηκε απαραίτητη, καθώς επιτρέπει την εις βάθος κατανόηση του φαινομένου της Generative AI σε συνδυασμό με τη γυναικεία επιχειρηματικότητα, ενώ ταυτόχρονα επιτρέπει τη συστηματική ποσοτική αποτύπωση βασικών τάσεων μέσω στατιστικής ανάλυσης (Creswell, 2014).

Η ποσοτική διάσταση υλοποιήθηκε με τη χρήση δομημένου ερωτηματολογίου, ενώ η ποιοτική διάσταση ομαδικών συνεντεύξεων εστίασης (*focus group*).

3.2 Τόπος & χρόνος μελέτης

Η παρούσα μελέτη διεξήχθη στην Κρήτη από την 1η Ιουλίου 2025 έως και την 31η Αυγούστου 2025. Η διεξαγωγή της ομάδας εστίασης έλαβε χώρα δια ζώσης στο Ηράκλειο Κρήτης την 12η Μαρτίου 2026 και ώρα 18:00. Στην ομάδα εστίασης συμμετείχαν 5 γυναίκες που δραστηριοποιούνται στο Ηράκλειο Κρήτης ως ιδιοκτήτες επιχειρήσεων ή στελέχη επιχειρήσεων στους κλάδους της διαφήμισης & μάρκετινγκ, εκπαίδευσης, τεχνολογίας, πρωτογενής τομέας οινοποιίας.

3.3 Πληθυσμός Μελέτης

Ο πληθυσμός της παρούσας μελέτης αποτελείται από ενήλικες γυναίκες ηλικίας 18 ετών και άνω, οι οποίες δραστηριοποιούνται επαγγελματικά στην Περιφέρεια Κρήτης, ανεξαρτήτως κλάδου δραστηριότητας και επαγγελματικού ρόλου. Στην έρευνα μπορούσαν να συμμετάσχουν ιδιοκτήτριες ή συνιδιοκτήτριες επιχειρήσεων, αυτοαπασχολούμενες, στελέχη ή διευθύντριες, καθώς και μισθωτές εργαζόμενες.

Η επιλογή του συγκεκριμένου πληθυσμού αποσκοπεί στη διερεύνηση των αντιλήψεων, των εμπειριών και των στάσεων γυναικών που συμμετέχουν ενεργά στο επαγγελματικό και επιχειρηματικό περιβάλλον της Κρήτης σχετικά με τη χρήση και τις προοπτικές της Generative AI.

Η σύνθεση του δείγματος επιτρέπει την καταγραφή διαφορετικών επαγγελματικών οπτικών, κλάδων δραστηριότητας, μεγεθών επιχειρήσεων και επιπέδων ευθύνης, χωρίς να επιδιώκεται στατιστική αντιπροσωπευτικότητα του συνολικού γυναικείου πληθυσμού της Κρήτης.

3.4 Δείγμα & Δειγματοληψία

Η δειγματοληψία για την παρούσα μελέτη συνδυάζει ποσοτικά και ποιοτικά στοιχεία, ώστε να διασφαλίσει την πολυφωνία και την εγκυρότητα των αποτελεσμάτων. Για τη συλλογή των ποσοτικών δεδομένων χρησιμοποιήθηκε δείγμα ευκολίας, το οποίο συγκροτήθηκε μέσω πρόσκλησης συμμετοχής σε γυναίκες που πληρούσαν τα κριτήρια ένταξης και δραστηριοποιούνται επαγγελματικά στην Κρήτη. Το ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε διαδικτυακά αλλά και με φυσική παρουσία όπου κρίθηκε απαραίτητο, με σκοπό τη μέγιστη δυνατή κάλυψη διαφορετικών περιοχών και επαγγελματικών κλάδων.

Η συλλογή των ποιοτικών δεδομένων πραγματοποιήθηκε μέσω μίας ομάδας εστίασης. Η ομάδα οργανώθηκε με στόχο την εις βάθος διερεύνηση των εμπειριών, των στάσεων και των προτάσεων των συμμετεχουσών γύρω από τη χρήση και τις προοπτικές της Generative AI στο πλαίσιο της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Η ομάδα αποτελούνταν από 5 συμμετέχουσες, επιλεγμένες βάσει της επαγγελματικής τους εμπειρίας και της θέσης ευθύνης που κατέχουν. Η συνάντηση πραγματοποιήθηκε διά ζώσης.

Κριτήρια ένταξης στο ποσοτικό σκέλος:

- Ηλικία 18 ετών και άνω.
- Γυναικείο φύλο.
- Επαγγελματική δραστηριοποίηση στην Περιφέρεια Κρήτης.

Κριτήρια αποκλεισμού από το ποσοτικό σκέλος:

- Ηλικία κάτω των 18 ετών.
- Μη επαγγελματική δραστηριοποίηση στην Περιφέρεια Κρήτης.

Για το ποιοτικό σκέλος εφαρμόστηκε στοχευμένη επιλογή συμμετεχουσών, με σκοπό να συμμετάσχουν γυναίκες με επαγγελματική εμπειρία και ουσιαστική γνώση της λειτουργίας

επιχειρήσεων. Η ομάδα εστίασης αποτελούνταν από πέντε γυναίκες επιχειρηματίες ή στελέχη από διαφορετικούς επαγγελματικούς κλάδους, ώστε να εξασφαλιστεί ετερογένεια εμπειριών και οπτικών.

Η στρατολόγηση των συμμετεχουσών πραγματοποιήθηκε με συνδυασμό στοχευμένης πρόσκλησης μέσω επαγγελματικών δικτύων (LinkedIn, επαγγελματικά φόρουμ, δίκτυα γυναικείας επιχειρηματικότητας) και με τη συνδρομή επιχειρηματικών συλλόγων και επιμελητηρίων.

Η ερευνήτρια παρευρισκόταν στην ομάδα εστίασης (focus group) για να συντονίζει τη ροή της συζήτησης, να δίνει διευκρινίσεις και να διασφαλίζει την άνεση των συμμετεχουσών. Για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου, παρείχε καθοδήγηση όπου χρειαζόταν και εξασφάλιζε ότι οι συμμετέχουσες είχαν πλήρη κατανόηση των ερωτήσεων.

3.5 Εργαλεία

Η συλλογή των δεδομένων για την παρούσα διπλωματική εργασία με τίτλο **«Generative AI και γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Κρήτη: Δυνατότητες και προοπτικές»** πραγματοποιήθηκε με τη χρήση δύο κύριων ερευνητικών εργαλείων: ενός ερωτηματολογίου (ποσοτική μέθοδος) και ημι-δομημένης ομάδας εστιασμένης συζήτησης (Focus Group) (ποιοτική μέθοδος).

Ερωτηματολόγιο

Το ερωτηματολόγιο έχει σχεδιαστεί ειδικά για να ανιχνεύσει:

- τον βαθμό ενημέρωσης και εξοικείωσης των γυναικών που δραστηριοποιούνται επαγγελματικά στην Κρήτη με την τεχνολογία Generative AI
- τον τρόπο που αντιλαμβάνονται τη συμβολή της στην ανάπτυξη και καινοτομία των επιχειρήσεών τους,
- τα πιθανά εμπόδια και τις προοπτικές εφαρμογής της,
- τον ρόλο που μπορεί να διαδραματίσουν τα έμφυλα στερεότυπα στη χρήση και αξιοποίηση της τεχνολογίας αυτής.

Το ερωτηματολόγιο περιλαμβάνει δημογραφικά στοιχεία (ηλικία, μορφωτικό επίπεδο, τομέας δραστηριότητας, θέση στην επιχείρηση, μέγεθος επιχείρησης), καθώς και ερωτήσεις κλειστού τύπου με κλίμακες Likert για τη διερεύνηση στάσεων, προθέσεων και εμπειριών (Likert, 1932).

Ομάδα Εστιασμένης Συζήτησης (Focus Group)

Παράλληλα με το ερωτηματολόγιο, πραγματοποιήθηκε ομάδα εστιασμένης συζήτησης, ώστε να διερευνηθούν εις βάθος οι εμπειρίες και οι απόψεις των συμμετεχουσών, οι οποίες δεν μπορούν να αποτυπωθούν πλήρως με ποσοτικά μέσα.

Ο οδηγός συζήτησης ακολούθησε ημι-δομημένη μορφή και επικεντρώθηκε στα εξής θεματικά πεδία:

- Προσωπική εμπειρία με την τεχνολογία και την ψηφιακή καινοτομία.
- Αντίληψη για τη χρησιμότητα της Generative AI στις επιχειρηματικές διαδικασίες.
- Δυσκολίες ή περιορισμοί που συνδέονται με την εισαγωγή και εφαρμογή της.
- Εμπόδια που πηγάζουν από κοινωνικά ή έμφυλα στερεότυπα.
- Ιδέες και προτάσεις για την ενίσχυση της χρήσης Generative AI από γυναίκες επιχειρηματίες στην Κρήτη.

Ενδεικτικές ερωτήσεις Focus Group:

- Τι γνωρίζετε για την Generative AI; Πώς πιστεύετε ότι θα μπορούσε να εφαρμοστεί στη δική σας επιχείρηση;
- Έχετε χρησιμοποιήσει ποτέ κάποιο εργαλείο Generative AI; Αν ναι, σε ποιους τομείς;
- Ποια θεωρείτε τα μεγαλύτερα οφέλη από την εφαρμογή της;
- Αντιμετωπίζετε δυσκολίες ή εμπόδια στην ενσωμάτωσή της;
- Πιστεύετε ότι ο ρόλος σας ως γυναίκα σε θέση ευθύνης επηρεάζει τις τεχνολογικές επιλογές που κάνετε;
- Ποιες συνθήκες ή υποστηρικτικές πολιτικές θεωρείτε απαραίτητες για την καλύτερη αξιοποίηση τέτοιων εργαλείων;

Η διεξαγωγή των συζητήσεων έγινε δια ζώσης. Οι συζητήσεις ηχογραφήθηκαν με τη συγκατάθεση των συμμετεχουσών και απομαγνητοφωνήθηκαν για περαιτέρω ανάλυση περιεχομένου.

Ο συνδυασμός **ποσοτικής** και **ποιοτικής** μεθοδολογίας προσφέρει μια ολοκληρωμένη εικόνα για το πώς οι γυναίκες επιχειρηματίες στην Κρήτη αντιλαμβάνονται, χρησιμοποιούν και σχεδιάζουν να αξιοποιήσουν την Generative AI, αλλά και ποια εμπόδια καλούνται να υπερβούν.

3.6 Σχεδιασμός Έρευνας

Η έρευνα οργανώθηκε σε δύο φάσεις:
Ποσοτική φάση: Διανομή ερωτηματολογίου σε ενήλικες γυναίκες που δραστηριοποιούνται επαγγελματικά στην Κρήτη, με στόχο τη συλλογή πληροφοριών σχετικά με τη γνώση, τη χρήση, τις στάσεις, τα εμπόδια και τις προοπτικές αξιοποίησης της Generative AI.

Ποιοτική φάση: Διεξαγωγή μίας ομάδας εστίασης με πέντε γυναίκες επιχειρηματίες ή στελέχη επιχειρήσεων, με στόχο την εις βάθος διερεύνηση εμπειριών, αντιλήψεων και προτάσεων σχετικά με την πρακτική εφαρμογή της Generative AI.

3.7 Συλλογή Δεδομένων

Ερωτηματολόγιο:

- Η δομή του ερωτηματολογίου περιλαμβάνει κλειστού τύπου ερωτήσεις (Likert scale, multiple choice) για τη μέτρηση απόψεων, γνώσεων και προθέσεων χρήσης της Generative AI.
- Το δείγμα προκύπτει με δειγματοληψία ευκολίας (convenience sampling) από δίκτυα γυναικείας επιχειρηματικότητας, τοπικούς συλλόγους και online κοινότητες.

Focus Group:

- Πραγματοποιήθηκε δια ζώσης, με τη χρήση οδηγού συζήτησης (semi-structured guide).

- Οι συμμετέχουσες επιλέχθηκαν με σκοπό τη μέγιστη δυνατή ετερογένεια σε ηλικία, κλάδο και εμπειρία.

3.8 Ανάλυση Δεδομένων

Η ανάλυση των δεδομένων της παρούσας έρευνας πραγματοποιήθηκε με τρόπο που να ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις μιας μικτής μεθοδολογικής προσέγγισης. Συγκεκριμένα, τα ποσοτικά δεδομένα που συλλέχθηκαν μέσω του ερωτηματολογίου επεξεργάστηκαν με τη χρήση περιγραφικής στατιστικής, όπως ο υπολογισμός μέσων όρων, ποσοστών και συχνοτήτων, προκειμένου να αποτυπωθούν βασικά χαρακτηριστικά και τάσεις του δείγματος. Επιπλέον, όπου κρίθηκε απαραίτητο, πραγματοποιήθηκαν αναλύσεις συσχέτισης με τον συντελεστή Spearman's rho, με σκοπό να διερευνηθούν πιθανές σχέσεις μεταξύ κρίσιμων μεταβλητών, όπως η γνώση της GenAI, η πρόθεση υιοθέτησης, η αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα και η εξοικείωση με την τεχνητή νοημοσύνη.

Για την ανάλυση των ποιοτικών δεδομένων που προέκυψαν από την ομάδα εστιασμένης συζήτησης (focus group), εφαρμόστηκε η μέθοδος της θεματικής ανάλυσης (*thematic analysis*). Η συζήτηση ηχογραφήθηκε με τη συναίνεση των συμμετεχουσών, μεταγράφηκε αυτούσια και στη συνέχεια κωδικοποιήθηκε συστηματικά. Στόχος της θεματικής ανάλυσης ήταν η ανάδειξη κοινών μοτίβων, θεμάτων και διαφοροποιήσεων στις εμπειρίες, τις στάσεις και τις απόψεις των γυναικών σχετικά με τη χρήση και τις προοπτικές της Generative AI στον επιχειρηματικό χώρο. Η συνδυαστική επεξεργασία των ποσοτικών και ποιοτικών ευρημάτων επέτρεψε την πολύπλευρη κατανόηση του ερευνητικού αντικειμένου, ενισχύοντας την εγκυρότητα και την αξιοπιστία των αποτελεσμάτων.

3.9 Στατιστική Ανάλυση

Η στατιστική ανάλυση των ποσοτικών δεδομένων πραγματοποιήθηκε με τη χρήση της γλώσσας προγραμματισμού Python και κατάλληλων βιβλιοθηκών στατιστικής ανάλυσης, όπως οι pandas, NumPy, SciPy, pingouin και statsmodels. Η επιλογή της συγκεκριμένης προσέγγισης κρίθηκε κατάλληλη, καθώς επέτρεψε τη συστηματική επεξεργασία των δεδομένων, τον υπολογισμό περιγραφικών και επαγωγικών στατιστικών, καθώς και τον έλεγχο της αξιοπιστίας των σύνθετων δεικτών που χρησιμοποιήθηκαν στην έρευνα.

Αρχικά, πραγματοποιήθηκε καθαρισμός και προετοιμασία των δεδομένων που συλλέχθηκαν μέσω του ερωτηματολογίου. Ελέγχθηκαν οι έγκυρες απαντήσεις, οι ελλείπουσες τιμές και η κατανομή των μεταβλητών. Για την περιγραφή του δείγματος και των βασικών απαντήσεων χρησιμοποιήθηκαν περιγραφικά στατιστικά, όπως συχνότητες, ποσοστά, μέσοι όροι και τυπικές αποκλίσεις. Με τον τρόπο αυτό αποτυπώθηκαν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των συμμετεχουσών, ο βαθμός εξοικείωσης με τη Generative AI, οι μορφές χρήσης της, οι αντιλαμβανόμενες δυνατότητες, τα εμπόδια υιοθέτησης και οι ανάγκες υποστήριξης.

Δεδομένου ότι αρκετές μεταβλητές της έρευνας βασίζονταν σε κλίμακες Likert και επειδή το δείγμα ήταν σχετικά περιορισμένο, η επαγωγική στατιστική ανάλυση βασίστηκε κυρίως σε μη παραμετρικές μεθόδους. Για τη διερεύνηση σχέσεων μεταξύ μεταβλητών χρησιμοποιήθηκε ο συντελεστής συσχέτισης Spearman’s rho, ο οποίος είναι κατάλληλος για διατακτικά δεδομένα ή για περιπτώσεις όπου δεν μπορεί να τεκμηριωθεί η κανονικότητα των κατανομών. Με τον τρόπο αυτό εξετάστηκαν, μεταξύ άλλων, οι σχέσεις ανάμεσα στη γνώση της GenAI, την πρόθεση υιοθέτησης, την αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα, τα εμπόδια, την εξοικείωση με την τεχνητή νοημοσύνη και το ενδιαφέρον συμμετοχής σε εκπαιδευτικές δράσεις.

Για τη σύγκριση ομάδων εφαρμόστηκαν μη παραμετρικοί έλεγχοι διαφορών. Συγκεκριμένα, χρησιμοποιήθηκε ο έλεγχος Mann–Whitney U για συγκρίσεις μεταξύ δύο ανεξάρτητων ομάδων, όπως μεταξύ χρηστριών και μη χρηστριών εργαλείων GenAI. Για συγκρίσεις μεταξύ περισσότερων από δύο ομάδων, όπως διαφορετικά επίπεδα γνώσης ή διαφορετικές ηλικιακές κατηγορίες, χρησιμοποιήθηκε ο έλεγχος Kruskal–Wallis. Όπου κρίθηκε απαραίτητο, τα αποτελέσματα συνοδεύτηκαν από δείκτες μεγέθους επίδρασης, ώστε να αξιολογηθεί όχι μόνο η στατιστική σημαντικότητα, αλλά και η ουσιαστική ένταση των διαφορών.

Για τη διερεύνηση σχέσεων μεταξύ κατηγορικών μεταβλητών χρησιμοποιήθηκε ο έλεγχος χ^2 ανεξαρτησίας. Σε περιπτώσεις όπου εντοπίστηκαν στατιστικά σημαντικές σχέσεις, υπολογίστηκε ο δείκτης Cramér’s V, προκειμένου να εκτιμηθεί η ένταση της σχέσης μεταξύ των μεταβλητών. Η προσέγγιση αυτή χρησιμοποιήθηκε, για παράδειγμα, για την εξέταση της σχέσης ανάμεσα στο επίπεδο γνώσης της GenAI και την πραγματική χρήση εργαλείων Generative AI.

Επιπλέον, για τη διερεύνηση των παραγόντων που σχετίζονται με την πραγματική χρήση εργαλείων Generative AI εφαρμόστηκε penalized logistic regression με τη μέθοδο Firth, με εξαρτημένη μεταβλητή τη χρήση GenAI (χρήση/μη χρήση). Η συγκεκριμένη προσέγγιση επιλέχθηκε λόγω του σχετικά μικρού μεγέθους δείγματος και της παρουσίας quasi-separation στα δεδομένα. Στο μοντέλο συμπεριλήφθηκαν ως ανεξάρτητες μεταβλητές το επίπεδο γνώσης της GenAI, η εμπειρία σε τεχνολογίες αυτοματοποίησης και η γεωγραφική περιοχή (Ηράκλειο έναντι λοιπής Κρήτης). Τα αποτελέσματα παρουσιάστηκαν ως odds ratios (OR), με 95% διαστήματα εμπιστοσύνης και αντίστοιχες τιμές p.

Για τη δημιουργία και αξιολόγηση σύνθετων δεικτών, όπως η αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα, τα εμπόδια υιοθέτησης, ο αναμενόμενος αντίκτυπος, οι υποστηρικτικές δομές και οι φύλο-σχετικές διαστάσεις, εξετάστηκε η εσωτερική συνοχή των επιμέρους ερωτήσεων. Η αξιοπιστία των δεικτών αξιολογήθηκε κυρίως μέσω του Cronbach’s alpha και του McDonald’s omega. Στην περίπτωση δεικτών που αποτελούνταν από δύο ερωτήσεις, χρησιμοποιήθηκε ο δείκτης Spearman–Brown. Η διαδικασία αυτή επέτρεψε την αξιολόγηση του κατά πόσο οι επιμέρους ερωτήσεις κάθε δείκτη μετρούσαν με συνεκτικό τρόπο την ίδια ευρύτερη έννοια.

Όλοι οι στατιστικοί έλεγχοι πραγματοποιήθηκαν σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας α = 0,05. Παράλληλα, όπου πραγματοποιήθηκαν πολλαπλοί έλεγχοι, εφαρμόστηκε διόρθωση για τον έλεγχο του ποσοστού ψευδών ανακαλύψεων (False Discovery Rate – FDR), ώστε να περιοριστεί η πιθανότητα εμφάνισης ψευδώς θετικών αποτελεσμάτων. Η χρήση της διόρθωσης αυτής κρίθηκε απαραίτητη λόγω του αριθμού των συγκρίσεων και συσχετίσεων που εξετάστηκαν.

Η παρουσίαση των αποτελεσμάτων πραγματοποιήθηκε μέσω πινάκων και διαγραμμάτων, με στόχο τη σαφή και περιεκτική απεικόνιση των ευρημάτων. Τα αποτελέσματα ερμηνεύθηκαν συνδυαστικά με τα ποιοτικά ευρήματα του focus group, ώστε να ενισχυθεί η συνολική κατανόηση του φαινομένου και να αποτυπωθούν τόσο οι γενικές τάσεις όσο και οι βαθύτερες εμπειρίες και αντιλήψεις των συμμετεχουσών σχετικά με τη χρήση της Generative AI στη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Κρήτη.

3.10 Ηθική & Δεοντολογία

Η παρούσα έρευνα σχεδιάστηκε και υλοποιήθηκε με τήρηση των αρχών της ερευνητικής ηθικής και δεοντολογίας, καθώς και της ισχύουσας ευρωπαϊκής και εθνικής νομοθεσίας περί προστασίας προσωπικών δεδομένων, συμπεριλαμβανομένου του Γενικού Κανονισμού Προστασίας Δεδομένων (GDPR).

Η συμμετοχή στην έρευνα ήταν αποκλειστικά εθελοντική και προηγήθηκε ενημέρωση σχετικά με τον σκοπό, τη διαδικασία και τη χρήση των δεδομένων της μελέτης. Οι συμμετέχουσες παρείχαν ενημερωμένη συγκατάθεση πριν από τη συμμετοχή τους. Στο διαδικτυακό ερωτηματολόγιο η συγκατάθεση καταγραφόταν ηλεκτρονικά μέσω της επιλογής «Συμφωνώ», ενώ για τη συμμετοχή στην ομάδα εστίασης εξασφαλίστηκε αντίστοιχη συναίνεση πριν από τη διεξαγωγή και την ηχογράφηση της συζήτησης.

Τα δεδομένα που συλλέχθηκαν ήταν ανώνυμα ή ψευδωνυμοποιημένα, ώστε να διασφαλίζεται η εμπιστευτικότητα και η ιδιωτικότητα των συμμετεχουσών. Η αποθήκευση των δεδομένων πραγματοποιήθηκε σε ασφαλές περιβάλλον με περιορισμένη πρόσβαση, αποκλειστικά για τους σκοπούς της παρούσας έρευνας.

Η μελέτη δεν περιλάμβανε ιατρικά ή ευαίσθητα δεδομένα υγείας και, σύμφωνα με το ισχύον πλαίσιο του Ελληνικού Μεσογειακού Πανεπιστημίου για τη συγκεκριμένη κατηγορία ακαδημαϊκής διπλωματικής εργασίας, δεν απαιτήθηκε έγκριση από ανεξάρτητη Επιτροπή Ηθικής. Παρόλα αυτά, εφαρμόστηκαν οι βασικές αρχές της εθελοντικής συμμετοχής, της ενημερωμένης συγκατάθεσης, της ανωνυμίας, της εμπιστευτικότητας και του σεβασμού της ιδιωτικότητας.

4 Αποτελέσματα Έρευνας

4.1 Περιγραφή του δείγματος

Η παρούσα έρευνα βασίστηκε σε **80 έγκυρες απαντήσεις** γυναικών που δραστηριοποιούνται επαγγελματικά στην Κρήτη, είτε ως επιχειρηματίες είτε ως εργαζόμενες/στελέχη σε επιχειρήσεις. Το δείγμα προήλθε από διαδικτυακή συλλογή δεδομένων μέσω Google Forms και η ανάλυση των αποτελεσμάτων πραγματοποιήθηκε με περιγραφική και επαγωγική μη παραμετρική στατιστική. Το μέγεθος του δείγματος επιτρέπει την αποτύπωση βασικών τάσεων και αντιλήψεων γύρω από τη χρήση της Generative AI στη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην

Κρήτη, χωρίς ωστόσο να επιτρέπει αυστηρή γενίκευση στο σύνολο του πληθυσμού, καθώς πρόκειται για δείγμα ευκολίας.

Ως προς την ηλικιακή κατανομή, η μεγαλύτερη ομάδα των συμμετεχουσών ανήκει στην ηλικιακή κατηγορία **35–44 ετών**, η οποία αντιστοιχεί στο **41%** του δείγματος. Ακολουθεί η ηλικιακή ομάδα **25–34 ετών** με **29%**, ενώ η ομάδα **45–54 ετών** αντιπροσωπεύει το **21%**. Η κατανομή αυτή δείχνει ότι το δείγμα αποτελείται κυρίως από γυναίκες σε παραγωγική και επαγγελματικά ενεργή ηλικία, γεγονός που είναι ιδιαίτερα σημαντικό για τη διερεύνηση της σχέσης ανάμεσα στη γυναικεία επιχειρηματικότητα και την αξιοποίηση νέων τεχνολογιών, όπως η Generative AI.

Σε γεωγραφικό επίπεδο, παρατηρείται έντονη συγκέντρωση των απαντήσεων στην **Περιφερειακή Ενότητα Ηρακλείου**, από όπου προέρχεται περίπου το **83%** του δείγματος. Μικρότερη συμμετοχή καταγράφηκε από τις Περιφερειακές Ενότητες Χανίων (**9%**), Λασιθίου (**5%**) και Ρεθύμνου (**4%**). Η γεωγραφική αυτή κατανομή είναι χρήσιμη για την ερμηνεία των αποτελεσμάτων, καθώς δείχνει ότι η έρευνα αποτυπώνει σε μεγαλύτερο βαθμό την εικόνα του Ηρακλείου σε σχέση με τις υπόλοιπες περιοχές της Κρήτης. Επομένως, τα συμπεράσματα για το σύνολο της Κρήτης πρέπει να διατυπωθούν με σχετική επιφύλαξη.

Όσον αφορά το μέγεθος των επιχειρήσεων, το δείγμα χαρακτηρίζεται κυρίως από πολύ μικρές και μικρές επιχειρηματικές δομές. Συγκεκριμένα, το **41%** των συμμετεχουσών δραστηριοποιείται σε επιχειρήσεις με **2–9 εργαζόμενους**, ενώ το **21%** ανήκει σε επιχειρήσεις με **0–1 εργαζόμενο**. Επιπλέον, το **20%** των συμμετεχουσών συνδέεται με επιχειρήσεις που απασχολούν **10–49 εργαζόμενους**. Η εικόνα αυτή συνάδει με τη γενικότερη δομή της ελληνικής και κρητικής επιχειρηματικότητας, όπου κυριαρχούν οι πολύ μικρές επιχειρήσεις και οι ατομικές ή οικογενειακές επιχειρηματικές δραστηριότητες.

Αναφορικά με τον ετήσιο κύκλο εργασιών, η μεγαλύτερη ομάδα συμμετεχουσών δήλωσε κύκλο εργασιών κάτω των **50.000 ευρώ**, ποσοστό που αντιστοιχεί στο **35%** του δείγματος. Παράλληλα, σημαντικό ποσοστό, περίπου **25%**, επέλεξε να μην απαντήσει στη συγκεκριμένη ερώτηση, γεγονός που είναι αναμενόμενο σε ερωτήσεις οικονομικού χαρακτήρα. Το **19%** δήλωσε κύκλο εργασιών μεταξύ **50.000 και 250.000 ευρώ**. Τα ευρήματα αυτά ενισχύουν την

εικόνα ενός δείγματος που αποτελείται κυρίως από μικρές επιχειρηματικές μονάδες και επαγγελματικές δραστηριότητες περιορισμένης οικονομικής κλίμακας.

Ως προς τον ρόλο των συμμετεχουσών στην επιχείρηση, το **49%** δήλωσε ότι είναι μισθωτές εργαζόμενες, το **26%** ιδιοκτήτριες ή συνιδιοκτήτριες επιχείρησης, ενώ το **20%** δήλωσε αυτοαπασχολούμενη. Η σύνθεση αυτή είναι ιδιαίτερα χρήσιμη για την παρούσα έρευνα, καθώς δεν περιορίζεται αποκλειστικά σε γυναίκες ιδιοκτήτριες επιχειρήσεων, αλλά περιλαμβάνει και γυναίκες που συμμετέχουν στην επαγγελματική και επιχειρησιακή λειτουργία από διαφορετικές θέσεις. Με αυτόν τον τρόπο, η έρευνα αποτυπώνει μια πιο ευρεία εικόνα της γυναικείας παρουσίας στην επιχειρηματική δραστηριότητα της Κρήτης.

Τέλος, σε επίπεδο κλάδου δραστηριότητας, οι περισσότερες συμμετέχουσες προέρχονται από τον χώρο της **εκπαίδευσης και των συμβουλευτικών υπηρεσιών** με 17 απαντήσεις, ενώ ακολουθούν το **εμπόριο** με 14 απαντήσεις, οι **τεχνολογικές/ψηφιακές υπηρεσίες** με 10 απαντήσεις και ο τομέας της **υγείας, ευεξίας και ομορφιάς** με 8 απαντήσεις. Συμμετοχές καταγράφηκαν επίσης από κλάδους όπως οι κατασκευές και οι δημιουργικές βιομηχανίες. Η κλαδική ποικιλία του δείγματος επιτρέπει τη διερεύνηση της Generative AI όχι μόνο ως τεχνολογικού εργαλείου, αλλά ως δυνητικού μέσου υποστήριξης διαφορετικών επιχειρηματικών λειτουργιών σε ποικίλα επαγγελματικά περιβάλλοντα.

Συνολικά, το δείγμα της έρευνας αποτελείται κυρίως από γυναίκες επαγγελματικά ενεργές, με ισχυρή παρουσία στην Περιφερειακή Ενότητα Ηρακλείου και με δραστηριοποίηση κυρίως σε μικρές ή πολύ μικρές επιχειρηματικές δομές. Η σύνθεση αυτή είναι κατάλληλη για τη διερεύνηση των στάσεων, των δυνατοτήτων και των προοπτικών αξιοποίησης της Generative AI στη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Κρήτη, ωστόσο η γεωγραφική συγκέντρωση και η χρήση δείγματος ευκολίας αποτελούν στοιχεία που πρέπει να ληφθούν υπόψη κατά την ερμηνεία των ευρημάτων.

Πίνακας 1 Προφίλ δείγματος: ηλικία, περιφερειακή ενότητα, μέγεθος επιχείρησης, κύκλος εργασιών και ρόλος (N=80)

Μεταβλητή	Κατηγορία (συχνότερες)	%
Ηλικία	35–44 (33) · 25–34 (23) · 45–54 (17)	41 · 29 · 21
Περιφ. ενότητα	Ηρακλείου (66) · Χανίων (7) · Λασιθίου (4) · Ρεθύμνου (3)	83 · 9 · 5 · 4
Μέγεθος (προσωπικό)	2–9 (33) · 0–1 (17) · 10–49 (16)	41 · 21 · 20

Κύκλος εργασιών	<50.000€ (28) · Δ/Α (20) · 50–250k€ (15)	35 · 25 · 19
Ρόλος	Μισθωτές (39) · Ιδιοκτήτριες (21) · Αυτοαπασχ. (16)	49 · 26 · 20

Πηγή: ιδία έρευνα (Google Forms), N=80. Ποσοστά επί 80.

4.2 Εξοικείωση και χρήση της Generative AI

Η δεύτερη ενότητα των αποτελεσμάτων εστιάζει στον βαθμό εξοικείωσης των συμμετεχουσών με την Τεχνητή Νοημοσύνη και ειδικότερα με τη Generative AI, καθώς και στους τρόπους με τους οποίους η τεχνολογία αυτή χρησιμοποιείται ήδη στο επαγγελματικό ή επιχειρηματικό τους περιβάλλον. Η διερεύνηση της εξοικείωσης και της χρήσης είναι ιδιαίτερα σημαντική, καθώς αποτελεί βασική προϋπόθεση για την κατανόηση των δυνατοτήτων και των προοπτικών αξιοποίησης της GenAI στη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Κρήτη.

Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι η γνώση γύρω από την έννοια της Generative AI παραμένει σε αρχικό ή ενδιάμεσο στάδιο. Συγκεκριμένα, το **58%** των συμμετεχουσών δήλωσε ότι έχει **επιφανειακή ή βασική εικόνα** για τη GenAI, ενώ μόλις **14 από τις 80 συμμετέχουσες**, δηλαδή περίπου **17%**, δήλωσαν ότι γνωρίζουν την έννοια σε βάθος. Το εύρημα αυτό δείχνει ότι, παρότι ο όρος GenAI έχει αρχίσει να γίνεται γνωστός, η ουσιαστική κατανόηση και πρακτική εξοικείωση με την τεχνολογία παραμένει περιορισμένη. Επομένως, η διείσδυση της GenAI στο δείγμα δεν μπορεί να χαρακτηριστεί ώριμη, αλλά περισσότερο αναδυόμενη και επιφανειακή.

Σε επίπεδο πραγματικής χρήσης, η συχνότερη εφαρμογή της GenAI αφορά την **παραγωγή και επιμέλεια κειμένου**, καθώς επιλέχθηκε από **51 συμμετέχουσες**, ποσοστό που αντιστοιχεί στο **63,8%** του δείγματος. Η χρήση αυτή περιλαμβάνει ενδεικτικά τη δημιουργία ή βελτίωση emails, προσφορών, κειμένων για social media και άλλων επαγγελματικών κειμένων. Ακολουθεί η δημιουργία **οπτικού ή βίντεο περιεχομένου**, με **27 απαντήσεις** ή **33,8%**, γεγονός που δείχνει ότι η GenAI συνδέεται έντονα με λειτουργίες επικοινωνίας, προβολής και δημιουργικού περιεχομένου.

Παράλληλα, ένα σημαντικό ποσοστό των συμμετεχουσών, συγκεκριμένα **25 άτομα** ή **31,2%**, δήλωσε ότι δεν χρησιμοποιεί προς το παρόν εργαλεία GenAI. Το εύρημα αυτό είναι κρίσιμο,

καθώς δείχνει ότι περίπου μία στις τρεις συμμετέχουσες δεν έχει ακόμη εντάξει τη συγκεκριμένη τεχνολογία στην επαγγελματική της πρακτική. Η μη χρήση δεν φαίνεται απαραίτητα να συνδέεται με αρνητική στάση απέναντι στην τεχνολογία, αλλά περισσότερο με περιορισμένη γνώση, έλλειψη εξοικείωσης ή απουσία πρακτικής καθοδήγησης.

Πέρα από την παραγωγή περιεχομένου, η GenAI φαίνεται να χρησιμοποιείται σε μικρότερο βαθμό για πιο σύνθετες ή επιχειρησιακές λειτουργίες. Η **εσωτερική τεκμηρίωση και σύνταξη διαδικασιών** αναφέρθηκε από **19 συμμετέχουσες** (**23,8%**), ενώ η **έρευνα αγοράς και οι αναλύσεις** από **16 συμμετέχουσες** (**20%**). Ακόμη χαμηλότερη είναι η χρήση σε πεδία όπως η **υποστήριξη πελατών μέσω chatbots**, η οποία καταγράφηκε στο **15%**, και η βοήθεια σε **κώδικα ή no-code/low-code εφαρμογές**, που ανέρχεται μόλις στο **10%**. Τα δεδομένα αυτά δείχνουν ότι η χρήση της GenAI στο δείγμα παραμένει περισσότερο προσανατολισμένη σε εύκολα προσβάσιμες και άμεσα εφαρμόσιμες εργασίες, ενώ η αξιοποίησή της σε πιο προηγμένες επιχειρησιακές λειτουργίες παραμένει περιορισμένη.

Η εικόνα που προκύπτει είναι ότι η GenAI έχει αρχίσει να εισέρχεται στην καθημερινή επαγγελματική πρακτική των συμμετεχουσών, κυρίως ως εργαλείο υποστήριξης περιεχομένου και επικοινωνίας. Ωστόσο, δεν έχει ακόμη ενσωματωθεί συστηματικά σε βαθύτερες επιχειρησιακές διαδικασίες, όπως η ανάλυση δεδομένων, η αυτοματοποίηση εσωτερικών λειτουργιών, η εξυπηρέτηση πελατών ή η ανάπτυξη τεχνολογικών λύσεων. Αυτό υποδηλώνει την ύπαρξη ενός σημαντικού περιθωρίου εμβάθυνσης, τόσο σε επίπεδο δεξιοτήτων όσο και σε επίπεδο στρατηγικής αξιοποίησης της τεχνολογίας.

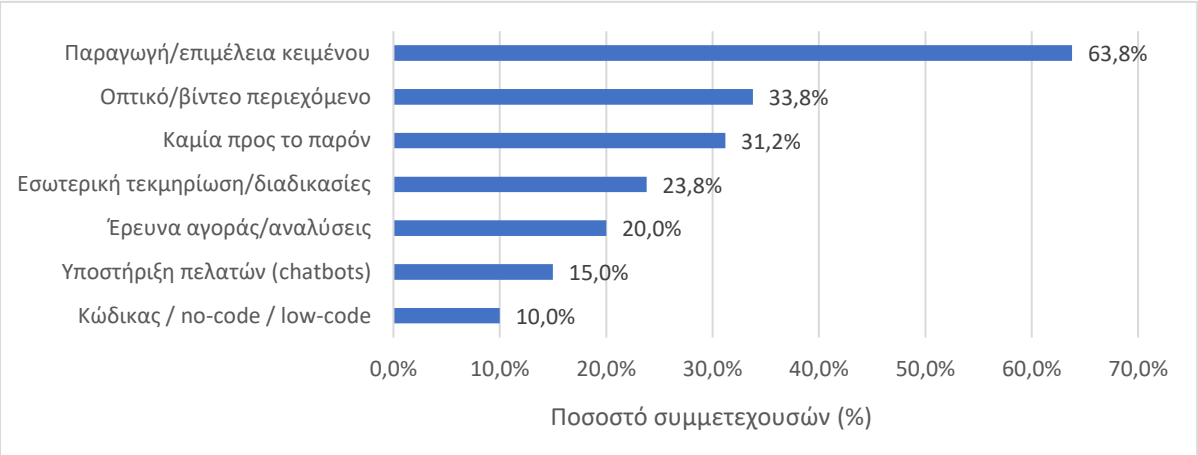
Συνολικά, τα ευρήματα της ενότητας δείχνουν ότι οι συμμετέχουσες βρίσκονται σε ένα **μεταβατικό στάδιο εξοικείωσης** με τη Generative AI. Από τη μία πλευρά, η τεχνολογία είναι ήδη γνωστή και χρησιμοποιείται από σημαντικό μέρος του δείγματος, κυρίως για παραγωγή κειμένου και δημιουργικό περιεχόμενο. Από την άλλη πλευρά, η σε βάθος γνώση παραμένει περιορισμένη και η μη χρήση αφορά ακόμη περίπου το ένα τρίτο των συμμετεχουσών. Επομένως, η GenAI φαίνεται να διαθέτει σαφείς προοπτικές περαιτέρω αξιοποίησης στη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Κρήτη, υπό την προϋπόθεση ότι θα ενισχυθούν η πρακτική εκπαίδευση, η καθοδήγηση και η σύνδεση της τεχνολογίας με συγκεκριμένες επιχειρηματικές ανάγκες.

Πίνακας 2 Τρέχουσα χρήση εργαλείων Generative AI (πολλαπλή επιλογή, N=80)

Επιλογή	Συχνότητα	%
Παραγωγή/επιμέλεια κειμένου	51	63,8
Οπτικό/βίντεο περιεχόμενο	27	33,8
Καμία προς το παρόν	25	31,2
Εσωτερική τεκμηρίωση/διαδικασίες	19	23,8
Έρευνα αγοράς/αναλύσεις	16	20,0
Υποστήριξη πελατών (chatbots)	12	15,0
Κώδικας / no-code / low-code	8	10,0

Πηγή: ιδία έρευνα. Αθροίζουν >100% λόγω πολλαπλών επιλογών.

Σχήμα 1 Τρέχουσα χρήση εργαλείων Generative AI (% επί N=80)



Πηγή: ιδία έρευνα (N=80). Τα ποσοστά δεν αθροίζουν σε 100%, λόγω δυνατότητας πολλαπλών επιλογών.

4.3 Αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα και επιχειρηματικός αντίκτυπος της GenAI

Η παρούσα ενότητα εξετάζει τον τρόπο με τον οποίο οι συμμετέχουσες αντιλαμβάνονται τη χρησιμότητα της Generative AI σε διαφορετικές επιχειρηματικές λειτουργίες, καθώς και τον αναμενόμενο αντίκτυπο που μπορεί να έχει η τεχνολογία αυτή στην ανάπτυξη, την αποδοτικότητα και την καινοτομία των επιχειρήσεων. Η διερεύνηση της αντιλαμβανόμενης χρησιμότητας είναι ιδιαίτερα σημαντική, καθώς αποτυπώνει όχι μόνο το επίπεδο γνώσης των συμμετεχουσών, αλλά και το κατά πόσο θεωρούν ότι η GenAI μπορεί να προσφέρει πρακτική αξία στην επαγγελματική τους καθημερινότητα.

Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι οι συμμετέχουσες αξιολογούν θετικά τις δυνατότητες της GenAI, καθώς ο σύνθετος δείκτης **«Αναμενόμενος αντίκτυπος / οφέλη GenAI»** καταγράφει τον υψηλότερο μέσο όρο μεταξύ των θεματικών ενοτήτων, με **Μ.Ο. = 3,60** σε κλίμακα 1–5. Αντίστοιχα, ο δείκτης **«Αντιληπτή χρησιμότητα ανά λειτουργία»** καταγράφει επίσης θετική τάση, με **Μ.Ο. = 3,41**. Τα ευρήματα αυτά υποδηλώνουν ότι, παρά το γεγονός ότι η γνώση και

η χρήση της GenAI παραμένουν σε σχετικά αρχικό στάδιο, οι συμμετέχουσες αναγνωρίζουν τις δυνατότητες της τεχνολογίας και διαμορφώνουν θετικές προσδοκίες για την επιχειρηματική της αξία.

Σε επίπεδο επιμέρους λειτουργιών, η GenAI θεωρείται περισσότερο χρήσιμη στον τομέα του **μάρκετινγκ και της παραγωγής περιεχομένου**, όπου καταγράφηκε ο υψηλότερος μέσος όρος (**M.O. = 3,81**). Το εύρημα αυτό είναι συνεπές με τα αποτελέσματα της προηγούμενης ενότητας, όπου η πιο συχνή χρήση της GenAI αφορούσε την παραγωγή και επιμέλεια κειμένου, καθώς και τη δημιουργία οπτικού ή βίντεο περιεχομένου. Επομένως, οι συμμετέχουσες φαίνεται να αντιλαμβάνονται τη GenAI πρωτίστως ως εργαλείο επικοινωνίας, προβολής και υποστήριξης δημιουργικών εργασιών.

Ακολουθούν η **λειτουργική αποδοτικότητα** και η **καινοτομία**, με μέσο όρο **3,48** αντίστοιχα. Το εύρημα αυτό δείχνει ότι οι συμμετέχουσες δεν περιορίζουν την αξία της GenAI μόνο στην παραγωγή περιεχομένου, αλλά αρχίζουν να αναγνωρίζουν τη δυνατότητά της να συμβάλει στη βελτίωση διαδικασιών, στην εξοικονόμηση χρόνου και στην ανάπτυξη νέων ιδεών, προϊόντων ή υπηρεσιών. Με άλλα λόγια, η GenAI δεν γίνεται αντιληπτή μόνο ως εργαλείο υποβοήθησης καθημερινών εργασιών, αλλά και ως τεχνολογία που μπορεί να υποστηρίξει ευρύτερα τον επιχειρηματικό μετασχηματισμό.

Χαμηλότερη, αν και όχι αρνητική, εμφανίζεται η χρησιμότητα της GenAI στην **εκπαίδευση προσωπικού**, με μέσο όρο **3,16**. Το εύρημα αυτό μπορεί να ερμηνευθεί με δύο τρόπους. Από τη μία πλευρά, οι συμμετέχουσες ενδέχεται να μην έχουν ακόμη πλήρη εικόνα για το πώς η GenAI μπορεί να αξιοποιηθεί στην εσωτερική εκπαίδευση, την ανάπτυξη δεξιοτήτων και την υποστήριξη εργαζομένων. Από την άλλη, δεδομένου ότι πολλές επιχειρήσεις του δείγματος είναι πολύ μικρές ή μικρές, η οργανωμένη εκπαίδευση προσωπικού πιθανόν να μην αποτελεί ακόμη βασική επιχειρησιακή λειτουργία για όλες τις συμμετέχουσες.

Σε σχέση με τον αναμενόμενο επιχειρηματικό αντίκτυπο, οι υψηλότερες τιμές καταγράφονται στην **ενίσχυση του μάρκετινγκ και των πωλήσεων** (**M.O. = 3,79**), στη **βελτίωση της παραγωγικότητας** (**M.O. = 3,69**) και στην **επιτάχυνση του time-to-market νέων ιδεών** (**M.O. = 3,62**). Τα αποτελέσματα αυτά δείχνουν ότι οι συμμετέχουσες συνδέουν τη GenAI με πρακτικά και άμεσα επιχειρηματικά οφέλη, όπως η ταχύτερη παραγωγή υλικού, η βελτίωση

της επικοινωνίας με το κοινό, η εξοικονόμηση χρόνου και η γρηγορότερη υλοποίηση νέων ιδεών.

Επιπλέον, στην ερώτηση πολλαπλής επιλογής σχετικά με τα αναμενόμενα οφέλη, το **75%** των συμμετεχουσών ανέφερε τη **μείωση κόστους και την εξοικονόμηση χρόνου**, ενώ το **62%** ανέφερε τη **βελτίωση της ποιότητας περιεχομένου ή υπηρεσιών**. Τα ευρήματα αυτά επιβεβαιώνουν ότι η GenAI γίνεται αντιληπτή κυρίως ως τεχνολογία που μπορεί να βελτιώσει την καθημερινή λειτουργία της επιχείρησης, μειώνοντας τον χρόνο εκτέλεσης εργασιών και ενισχύοντας την ποιότητα των παραγόμενων αποτελεσμάτων.

Ωστόσο, είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι η θετική αντίληψη για τη χρησιμότητα και τα οφέλη της GenAI δεν μεταφράζεται αυτόματα σε υψηλή πρόθεση υιοθέτησης. Ενώ ο δείκτης αναμενόμενου αντίκτυπου είναι σχετικά υψηλός (**M.O. = 3,60**) και ο δείκτης αντιληπτής χρησιμότητας θετικός (**M.O. = 3,41**), η πρόθεση υιοθέτησης εμφανίζεται χαμηλότερη, με **M.O. = 2,94**. Αυτό δείχνει την ύπαρξη ενός «χάσματος στάσης–πράξης», όπου οι συμμετέχουσες αναγνωρίζουν την αξία της τεχνολογίας, αλλά δεν είναι ακόμη στον ίδιο βαθμό έτοιμες να επενδύσουν, να πειραματιστούν ή να την ενσωματώσουν συστηματικά στην επιχείρησή τους.

Συνολικά, τα ευρήματα της ενότητας δείχνουν ότι η Generative AI αντιμετωπίζεται από τις συμμετέχουσες ως τεχνολογία με ουσιαστικές δυνατότητες για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Κρήτη. Η μεγαλύτερη αξία εντοπίζεται στο μάρκετινγκ, στο περιεχόμενο, στην παραγωγικότητα και στην επιτάχυνση επιχειρηματικών διαδικασιών. Παρόλα αυτά, η μετάβαση από την αναγνώριση της χρησιμότητας στην πραγματική υιοθέτηση φαίνεται να απαιτεί πρόσθετες προϋποθέσεις, όπως πρακτική εκπαίδευση, καθοδήγηση, μείωση της αβεβαιότητας και ενίσχυση της εμπιστοσύνης στη χρήση των εργαλείων GenAI.

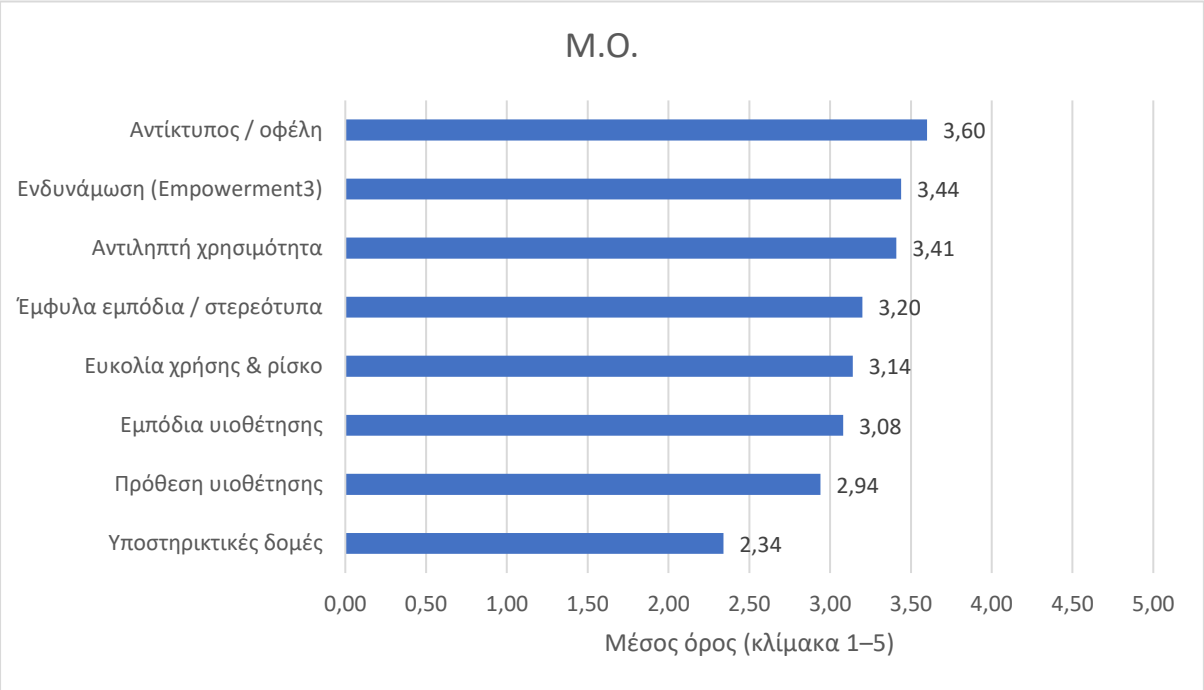
Πίνακας 3 Σύνθετοι δείκτες ανά μπλοκ — M.O., SD, Cronbach α και McDonald's ω

Θεματικό μπλοκ	#Items	M.O.	SD	α	ω
Αντίκτυπος / οφέλη	6	3,60	0,89	0,92	0,93
Αντιληπτή χρησιμότητα	6	3,41	0,93	0,92	0,93
Έμφυλα εμπόδια / στερεότυπα	5	3,20	0,69	0,77	0,78
Ευκολία χρήσης & ρίσκο	5	3,14	0,71	0,80	0,82
Εμπόδια υιοθέτησης	8	3,08	0,79	0,86	0,87
Πρόθεση υιοθέτησης†	2	2,94	1,17	0,86	—

Υποστηρικτικές δομές	4	2,34	0,73	0,88	0,89
Ισότητα & φύλο‡	4	3,22	0,56	0,47	0,49

Πηγή: Statistical_Analysis_GenAI_ENHANCED.xlsx (N=80). † 2-item κλίμακα: αντί α, Spearman-Brown=0,86 (inter-item r=0,75). ‡ α=0,47 < 0,60: μη έγκυρη ως ενιαία κλίμακα — βλ. §4.6

Σχήμα 2 Μέσοι όροι βασικών σύνθετων δεικτών της έρευνας



Πηγή: ιδία έρευνα (N=80). Οι δείκτες αποτυπώνονται σε κλίμακα 1–5.

Σημείωση: *Ο αρχικός δείκτης «Ισότητα & φύλο» παρουσίασε χαμηλή εσωτερική συνοχή (α=0,47, ω=0,49) και δεν ερμηνεύεται ως ενιαία κλίμακα. Για διερευνητική αποτύπωση της διάστασης της ενδυνάμωσης χρησιμοποιείται ο δείκτης Empowerment3 (EQ01, EQ03, EQ04, Μ.Ο.=3,44), ο οποίος παρουσιάζει βελτιωμένη αλλά ακόμη χαμηλή αξιοπιστία (α=0,54, ω=0,57). Τα σχετικά ευρήματα ερμηνεύονται με επιφύλαξη (βλ. §4.6).*

4.4 Εμπόδια υιοθέτησης της Generative AI

Η παρούσα ενότητα εξετάζει τους παράγοντες που δυσχεραίνουν ή καθυστερούν την υιοθέτηση της Generative AI από τις γυναίκες που συμμετείχαν στην έρευνα. Η ανάλυση των εμποδίων είναι κρίσιμη, καθώς επιτρέπει την κατανόηση του χάσματος ανάμεσα στη θετική αντίληψη για τις δυνατότητες της GenAI και στην πραγματική ή προγραμματισμένη ενσωμάτωσή της στις επιχειρηματικές πρακτικές. Όπως φάνηκε στις προηγούμενες ενότητες, οι συμμετέχουσες αναγνωρίζουν τη χρησιμότητα και τον πιθανό επιχειρηματικό αντίκτυπο της τεχνολογίας, ωστόσο η πρόθεση υιοθέτησης παραμένει πιο συγκρατημένη. Αυτό καθιστά αναγκαία τη διερεύνηση των παραγόντων που λειτουργούν ανασταλτικά.

Ο σύνθετος δείκτης **«Εμπόδια υιοθέτησης»** διαμορφώνεται σε μέσο όρο **3,08** σε κλίμακα 1–5, τιμή που υποδηλώνει ότι οι συμμετέχουσες αναγνωρίζουν την ύπαρξη εμποδίων σε μέτριο βαθμό. Η εσωτερική συνοχή του δείκτη είναι υψηλή, καθώς το Cronbach's alpha ανέρχεται σε **0,86**, γεγονός που δείχνει ότι οι επιμέρους ερωτήσεις που τον συγκροτούν μετρούν με συνεκτικό τρόπο την ίδια ευρύτερη διάσταση, δηλαδή τα εμπόδια που συνδέονται με την υιοθέτηση της GenAI.

Το σημαντικότερο εμπόδιο που καταγράφεται είναι οι **ανησυχίες για την ποιότητα, την ακρίβεια και την παραπληροφόρηση**, με μέσο όρο **3,51**. Το εύρημα αυτό δείχνει ότι οι συμμετέχουσες δεν απορρίπτουν απαραίτητα την τεχνολογία, αλλά διατηρούν επιφυλάξεις ως προς την αξιοπιστία των αποτελεσμάτων που παράγει. Η GenAI, αν και μπορεί να υποστηρίξει σημαντικά την παραγωγή περιεχομένου, την επικοινωνία και την ανάλυση πληροφοριών, εξακολουθεί να απαιτεί ανθρώπινο έλεγχο, επιμέλεια και κριτική αξιολόγηση. Επομένως, η εμπιστοσύνη στην ποιότητα των παραγόμενων αποτελεσμάτων αποτελεί βασική προϋπόθεση για την ουσιαστική ενσωμάτωσή της στις επιχειρηματικές διαδικασίες.

Το δεύτερο ισχυρότερο εμπόδιο είναι η **νομική αβεβαιότητα και η συμμόρφωση**, με μέσο όρο **3,35**. Η ανησυχία αυτή συνδέεται με ζητήματα όπως η προστασία δεδομένων, τα πνευματικά δικαιώματα, η ευθύνη για το παραγόμενο περιεχόμενο και η ορθή χρήση εργαλείων AI στο επιχειρηματικό περιβάλλον. Το εύρημα είναι ιδιαίτερα σημαντικό, καθώς δείχνει ότι οι συμμετέχουσες δεν χρειάζονται μόνο τεχνική εκπαίδευση, αλλά και πρακτική καθοδήγηση για το πώς μπορούν να χρησιμοποιούν τη GenAI με ασφαλή, υπεύθυνο και συμβατό τρόπο.

Σημαντικό εμπόδιο αποτελεί επίσης η **έλλειψη κατάλληλων δεδομένων**, με μέσο όρο **3,24**. Η αξιοποίηση της GenAI σε επιχειρησιακό επίπεδο δεν εξαρτάται μόνο από την πρόσβαση σε εργαλεία, αλλά και από την ύπαρξη οργανωμένων, ποιοτικών και αξιοποιήσιμων δεδομένων. Για πολλές μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις, η έλλειψη συστηματικής καταγραφής δεδομένων, η περιορισμένη ψηφιακή οργάνωση και η απουσία δομημένων διαδικασιών ενδέχεται να περιορίζουν τη δυνατότητα ουσιαστικής αξιοποίησης της τεχνολογίας.

Ακολουθούν το **κόστος εργαλείων και υποδομών** με μέσο όρο **3,11**, η **έλλειψη δεξιοτήτων ή εκπαίδευσης** με **3,04** και η **έλλειψη χρόνου ή πόρων για πειραματισμό** με **3,01**. Τα

ευρήματα αυτά είναι ιδιαίτερα συμβατά με το προφίλ του δείγματος, το οποίο αποτελείται κυρίως από γυναίκες που δραστηριοποιούνται σε μικρές ή πολύ μικρές επιχειρήσεις. Σε τέτοιες επιχειρηματικές δομές, η υιοθέτηση νέων τεχνολογιών συχνά περιορίζεται όχι λόγω έλλειψης ενδιαφέροντος, αλλά λόγω έλλειψης χρόνου, ανθρώπινων πόρων, οργανωμένης εκπαίδευσης και διαθέσιμου προϋπολογισμού.

Χαμηλότερα αξιολογείται η **κουλτούρα ή αντίσταση στην αλλαγή**, με μέσο όρο **2,79**. Το εύρημα αυτό δείχνει ότι οι συμμετέχουσες δεν εμφανίζονται έντονα αρνητικές απέναντι στη GenAI ούτε παρουσιάζουν ισχυρή εσωτερική αντίσταση στην τεχνολογική αλλαγή. Αντίθετα, τα εμπόδια που αναδεικνύονται φαίνεται να είναι περισσότερο πρακτικά, θεσμικά και γνωσιακά, παρά καθαρά ψυχολογικά ή στάσης.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει το εύρημα ότι τα **εμπόδια ειδικά λόγω φύλου** εμφανίζουν τον χαμηλότερο μέσο όρο μεταξύ των επιμέρους εμποδίων, με **Μ.Ο. = 2,62**. Αυτό δεν σημαίνει ότι η έμφυλη διάσταση απουσιάζει από τη συζήτηση, αλλά ότι στο συγκεκριμένο σημείο οι συμμετέχουσες φαίνεται να αντιλαμβάνονται ως πιο άμεσα και πιεστικά τα εμπόδια που σχετίζονται με την αξιοπιστία, τη νομική ασφάλεια, τα δεδομένα, το κόστος και την εκπαίδευση. Με άλλα λόγια, τα κυρίαρχα εμπόδια υιοθέτησης της GenAI δεν εμφανίζονται πρωτίστως ως έμφυλα, αλλά ως εμπόδια εμπιστοσύνης, συμμόρφωσης και επιχειρησιακής ετοιμότητας.

Η επαγωγική ανάλυση ενισχύει περαιτέρω αυτή την ερμηνεία, καθώς δείχνει ότι τα εμπόδια λειτουργούν σχετικά ανεξάρτητα από τη θετική στάση ή τον ενθουσιασμό απέναντι στη GenAI. Συγκεκριμένα, τα εμπόδια εμφανίζουν σχεδόν μηδενικές συσχετίσεις με τους περισσότερους δείκτες, ενώ η βασική εξαίρεση αφορά τον χρονικό ορίζοντα υιοθέτησης: όσο περισσότερα εμπόδια αντιλαμβάνονται οι συμμετέχουσες, τόσο πιο μακριά τοποθετούν χρονικά την υιοθέτηση της GenAI. Το εύρημα αυτό δείχνει ότι η θετική στάση από μόνη της δεν αρκεί για να οδηγήσει σε εφαρμογή· απαιτείται παράλληλη αντιμετώπιση των πρακτικών και θεσμικών ανασταλτικών παραγόντων.

Συνολικά, τα αποτελέσματα της ενότητας δείχνουν ότι η υιοθέτηση της GenAI στη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Κρήτη δεν περιορίζεται κυρίως από αρνητική στάση απέναντι στην τεχνολογία, αλλά από ένα σύνολο εμποδίων που σχετίζονται με την εμπιστοσύνη, τη νομική

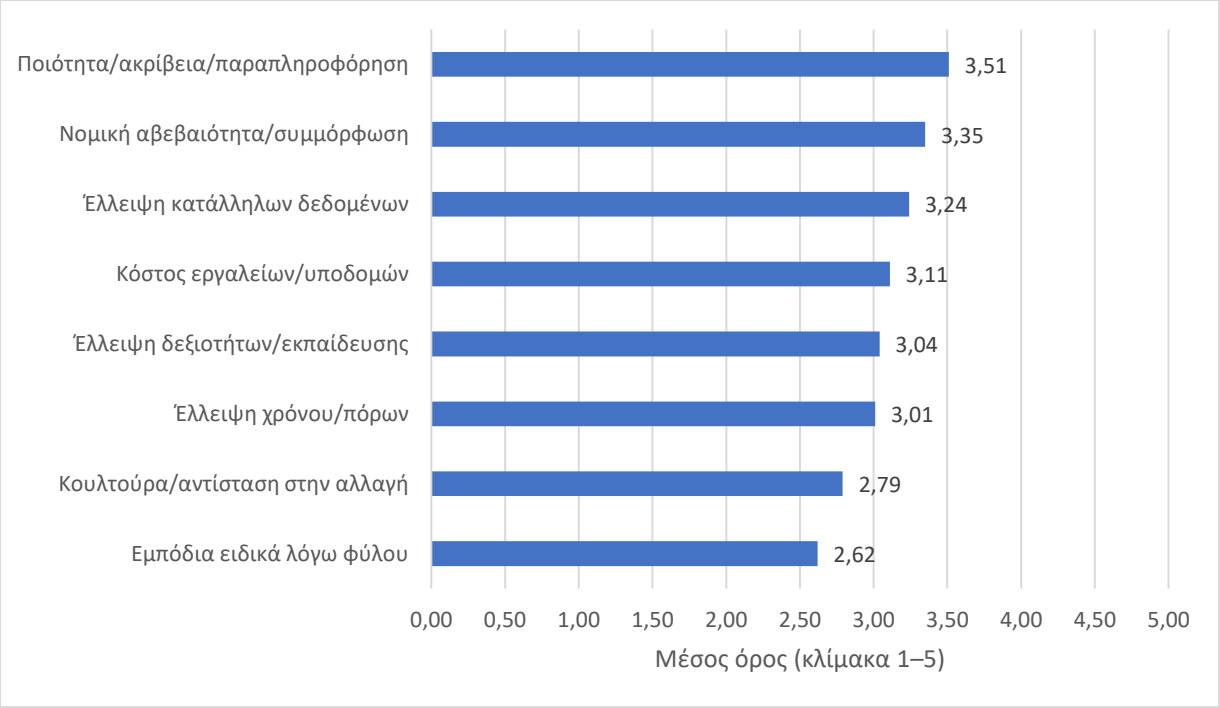
σαφήνεια, την ποιότητα των δεδομένων, το κόστος, την εκπαίδευση και τον διαθέσιμο χρόνο. Επομένως, η μετάβαση από τη θετική αντίληψη στην πραγματική χρήση απαιτεί πρακτικές παρεμβάσεις που θα μειώσουν την αβεβαιότητα και θα ενισχύσουν την επιχειρησιακή ετοιμότητα των γυναικών επαγγελματιών και επιχειρηματιών.

Πίνακας 4 Μέσοι όροι items «Εμπόδια» (1–5)

Στοιχείο	Μ.Ο.
Ανησυχίες για ποιότητα/ακρίβεια/παραπληροφόρηση	3,51
Νομική αβεβαιότητα/συμμόρφωση	3,35
Έλλειψη κατάλληλων δεδομένων	3,24
Κόστος εργαλείων/υποδομών	3,11
Έλλειψη δεξιοτήτων/εκπαίδευσης	3,04
Έλλειψη χρόνου/πόρων	3,01
Κουλτούρα/αντίσταση στην αλλαγή	2,79
Εμπόδια ειδικά λόγω φύλου	2,62

Πηγή: ιδία έρευνα (N=80

Σχήμα 3 Μέσοι όροι επιμέρους εμποδίων υιοθέτησης της Generative AI



Πηγή: ιδία έρευνα (N=80). Κλίμακα 1–5.

4.5 Υποστηρικτικό οικοσύστημα στην Κρήτη

Η παρούσα ενότητα εξετάζει τον βαθμό στον οποίο οι συμμετέχουσες αντιλαμβάνονται ότι υπάρχει στην Κρήτη ένα επαρκές υποστηρικτικό οικοσύστημα για την αξιοποίηση της

Generative AI. Η έννοια του υποστηρικτικού οικοσυστήματος περιλαμβάνει παράγοντες όπως η πρόσβαση σε εκπαιδεύσεις και mentoring, η ύπαρξη δικτύων και φορέων καινοτομίας, η διαθεσιμότητα εξειδικευμένων συνεργατών ή παρόχων, καθώς και οι ευκαιρίες χρηματοδότησης ή συμμετοχής σε προγράμματα ψηφιακού μετασχηματισμού. Η διερεύνηση αυτής της διάστασης είναι ιδιαίτερα σημαντική, καθώς η υιοθέτηση νέων τεχνολογιών, ειδικά από μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις, δεν εξαρτάται μόνο από την ατομική πρόθεση ή το ενδιαφέρον, αλλά και από το κατά πόσο το ευρύτερο περιβάλλον προσφέρει πρακτική υποστήριξη.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, ο σύνθετος δείκτης **«Υποστηρικτικές δομές στην Κρήτη»** καταγράφει τον χαμηλότερο μέσο όρο από όλους τους θεματικούς δείκτες, με **Μ.Ο. = 2,34** σε κλίμακα 1–5. Η τιμή αυτή δείχνει ότι οι συμμετέχουσες αξιολογούν μάλλον αρνητικά ή ανεπαρκώς το υπάρχον οικοσύστημα υποστήριξης για την αξιοποίηση της GenAI στην Κρήτη. Το εύρημα αυτό αποτελεί ένα από τα πιο σημαντικά της έρευνας, καθώς αναδεικνύει ότι, ακόμη και όταν υπάρχει θετική στάση απέναντι στη GenAI, η απουσία κατάλληλων δομών μπορεί να λειτουργήσει ανασταλτικά για την πρακτική εφαρμογή της τεχνολογίας.

Σε επίπεδο επιμέρους παραγόντων, η χαμηλότερη τιμή καταγράφεται στις **ευκαιρίες χρηματοδότησης ή προγραμμάτων**, με **Μ.Ο. = 2,10**. Το εύρημα αυτό δείχνει ότι οι συμμετέχουσες δεν αντιλαμβάνονται ότι υπάρχουν επαρκείς χρηματοδοτικοί μηχανισμοί ή διαθέσιμα προγράμματα που να διευκολύνουν την πρόσβαση σε εργαλεία GenAI, συμβούλους, εκπαιδεύσεις ή πιλοτικές εφαρμογές. Η χρηματοδότηση φαίνεται να αποτελεί, επομένως, ένα από τα πιο αδύναμα σημεία του τοπικού οικοσυστήματος. Αυτό αποκτά ιδιαίτερη σημασία εάν ληφθεί υπόψη ότι μεγάλο μέρος του δείγματος προέρχεται από μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις, οι οποίες συχνά διαθέτουν περιορισμένους πόρους για επενδύσεις σε νέες τεχνολογίες.

Χαμηλές τιμές καταγράφονται επίσης στην **πρόσβαση σε εκπαιδεύσεις και mentoring** (**Μ.Ο. = 2,41**), στη **διαθεσιμότητα συνεργατών ή παρόχων** (**Μ.Ο. = 2,39**) και στην ύπαρξη **δικτύων ή φορέων καινοτομίας** (**Μ.Ο. = 2,45**). Τα αποτελέσματα αυτά δείχνουν ότι οι συμμετέχουσες δεν θεωρούν πως υπάρχει επαρκής τοπική καθοδήγηση για την κατανόηση, αξιολόγηση και εφαρμογή λύσεων GenAI. Η έλλειψη αυτή μπορεί να ενισχύει την αβεβαιότητα και να

περιορίζει τη μετάβαση από την απλή περιέργεια ή θετική στάση προς την ουσιαστική υιοθέτηση της τεχνολογίας.

Η σημασία των υποστηρικτικών δομών επιβεβαιώνεται και από τις απαντήσεις των συμμετεχουσών σχετικά με το είδος υποστήριξης που θα τις βοηθούσε περισσότερο. Η **μικρο-χρηματοδότηση για εργαλεία** αναφέρθηκε από το **65%** των συμμετεχουσών, η **πρόσβαση σε συμβούλους AI** από το **57,5%**, ενώ οι **hands-on εκπαιδεύσεις** από το **52,5%**. Επιπλέον, το **43,8%** ανέφερε την ανάγκη για **δίκτυα γυναικών στην τεχνολογία**. Τα δεδομένα αυτά δείχνουν ότι οι συμμετέχουσες δεν ζητούν απλώς γενική ενημέρωση, αλλά πρακτική και στοχευμένη υποστήριξη που να συνδέεται με την πραγματική χρήση της GenAI στις επιχειρήσεις τους.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι το ενδιαφέρον συμμετοχής σε εργαστήρια ή mentoring για τη GenAI εμφανίζεται υψηλό, καθώς περίπου **57%** των συμμετεχουσών δήλωσε ότι ενδιαφέρεται «πολύ» ή «πάρα πολύ». Το εύρημα αυτό δείχνει ότι υπάρχει ένα κοινό πρόθυμο να εκπαιδευτεί και να εμπλακεί περισσότερο με την τεχνολογία, υπό την προϋπόθεση ότι θα υπάρξουν κατάλληλες ευκαιρίες μάθησης και καθοδήγησης. Επομένως, το πρόβλημα δεν φαίνεται να είναι η απουσία ενδιαφέροντος, αλλά η απουσία ενός οργανωμένου πλαισίου που θα μετατρέψει το ενδιαφέρον σε πρακτική εφαρμογή.

Τα ευρήματα της ενότητας αυτής συνδέονται άμεσα με το προηγούμενο εύρημα περί «χάσματος στάσης–πράξης». Οι συμμετέχουσες αναγνωρίζουν τα πιθανά οφέλη της GenAI και εμφανίζουν θετική προδιάθεση απέναντι στη χρήση της, ωστόσο η αντίληψη ότι το τοπικό οικοσύστημα δεν προσφέρει επαρκή χρηματοδότηση, εκπαίδευση, mentoring και εξειδικευμένη καθοδήγηση μπορεί να περιορίζει την πραγματική υιοθέτηση. Με άλλα λόγια, η GenAI δεν αντιμετωπίζεται μόνο ως ζήτημα ατομικών δεξιοτήτων, αλλά και ως ζήτημα πρόσβασης σε πόρους, δίκτυα και θεσμική υποστήριξη.

Συνολικά, τα αποτελέσματα δείχνουν ότι το υποστηρικτικό οικοσύστημα της Κρήτης γύρω από τη GenAI βρίσκεται ακόμη σε πρώιμο στάδιο. Η χαμηλή αξιολόγηση των υποστηρικτικών δομών, και ειδικά της χρηματοδότησης, αναδεικνύει την ανάγκη για στοχευμένες παρεμβάσεις από φορείς, επιμελητήρια, εκπαιδευτικά ιδρύματα, δίκτυα γυναικείας επιχειρηματικότητας και οργανισμούς καινοτομίας. Τέτοιες παρεμβάσεις θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν πρακτικά

εργαστήρια, προγράμματα mentoring, πρόσβαση σε συμβούλους AI, μικρο-χρηματοδοτικά σχήματα και δημιουργία δικτύων υποστήριξης για γυναίκες που επιθυμούν να αξιοποιήσουν τη GenAI στην επαγγελματική και επιχειρηματική τους δραστηριότητα.

Πίνακας 5 Μέσοι όροι items «Υποστηρικτικές δομές» (1–5)

Στοιχείο	Μ.Ο.
Δίκτυα / φορείς καινοτομίας	2,45
Πρόσβαση σε εκπαιδεύσεις / mentoring	2,41
Διαθεσιμότητα συνεργατών / παρόχων	2,39
Ευκαιρίες χρηματοδότησης / προγραμμάτων	2,10

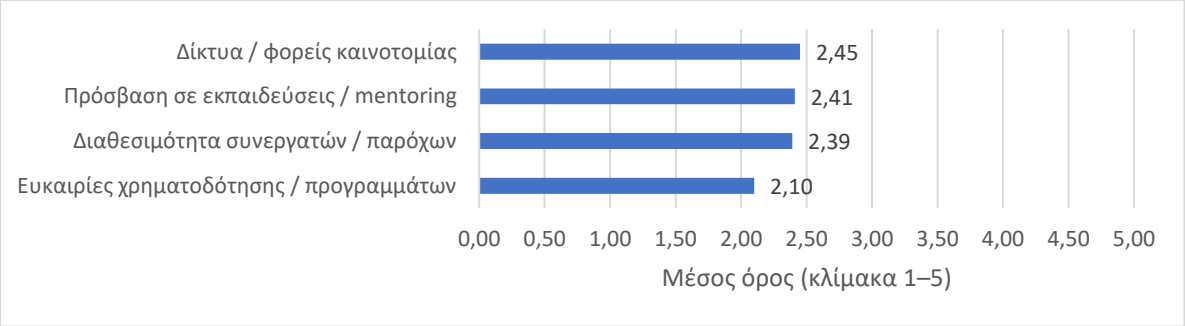
Πηγή: ιδία έρευνα (N=80). Χαμηλότερο όλων: η χρηματοδότηση (2,10).

Πίνακας 6 Ανάγκες υποστήριξης (πολλαπλή επιλογή, % επί N=80)

Επιλογή	Συχνότητα	%
Μικρο-χρηματοδότηση για εργαλεία	52	65,0
Πρόσβαση σε συμβούλους AI	46	57,5
Εκπαιδεύσεις hands-on	42	52,5
Δίκτυα γυναικών στην τεχνολογία	35	43,8
Πρότυπες πολιτικές/κατευθυντήριες	17	21,2

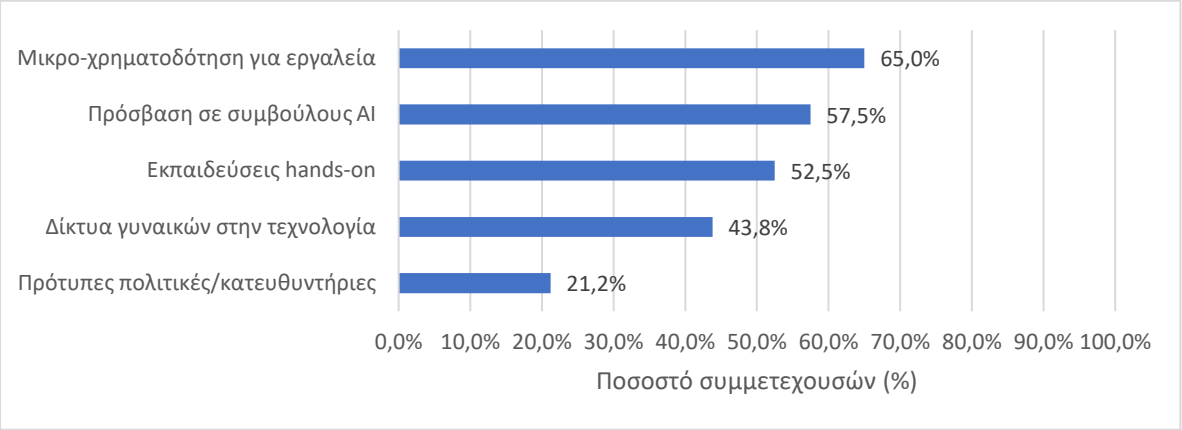
Πηγή: ιδία έρευνα. Αθροίζουν >100% λόγω πολλαπλών επιλογών.

Σχήμα 4 Αξιολόγηση των υποστηρικτικών δομών για τη GenAI στην Κρήτη



Πηγή: ιδία έρευνα (N=80). Κλίμακα 1–5.

Σχήμα 5 Ανάγκες υποστήριξης για την αξιοποίηση της Generative AI (% επί N=80)



Πηγή: ιδία έρευνα (N=80). Τα ποσοστά δεν αθροίζουν σε 100%, λόγω δυνατότητας πολλαπλών επιλογών.

4.6 Ισότητα και φύλο-σχετικές διαστάσεις

Η παρούσα ενότητα εξετάζει τις φύλο-σχετικές διαστάσεις που συνδέονται με την αξιοποίηση της Generative AI από τις συμμετέχουσες. Η διερεύνηση αυτής της διάστασης είναι σημαντική, καθώς η παρούσα εργασία εστιάζει στη γυναικεία επιχειρηματικότητα και, επομένως, δεν αρκεί να μελετηθεί μόνο η τεχνολογική ή επιχειρησιακή ετοιμότητα. Χρειάζεται επίσης να εξεταστεί αν οι γυναίκες αντιλαμβάνονται τη GenAI ως εργαλείο ενδυνάμωσης, αν νιώθουν ότι έχουν ίση πρόσβαση σε σχετική πληροφόρηση και εκπαίδευση, αλλά και αν εντοπίζουν εμπόδια που σχετίζονται με το φύλο, όπως η πρόσβαση σε χρηματοδότηση, δίκτυα ή τεχνολογική καθοδήγηση.

Τα αποτελέσματα δείχνουν μια σύνθετη εικόνα. Από τη μία πλευρά, οι συμμετέχουσες εμφανίζουν θετική στάση ως προς τη δυνατότητα της GenAI να λειτουργήσει υποστηρικτικά για τις γυναίκες επαγγελματίες και επιχειρηματίες. Ειδικότερα, η δήλωση που αφορά τους **ίσους όρους πρόσβασης σε πληροφόρηση και εκπαίδευση για τη GenAI** καταγράφει μέσο όρο **3,51**, ενώ η **ψηφιακή αυτο-αποτελεσματικότητα**, δηλαδή η αίσθηση ότι μπορούν να μάθουν μόνες τους νέα ψηφιακά εργαλεία, καταγράφει μέσο όρο **3,45**. Παράλληλα, η αντίληψη ότι η **GenAI μπορεί να λειτουργήσει ως "εξισωτής" ευκαιριών** για τις γυναίκες επιχειρηματίες καταγράφει μέσο όρο **3,35**. Τα ευρήματα αυτά υποδηλώνουν ότι οι συμμετέχουσες δεν αντιμετωπίζουν τη GenAI αποκλειστικά ως τεχνολογική πρόκληση, αλλά και ως πιθανό μέσο ενδυνάμωσης και μείωσης ορισμένων ανισοτήτων πρόσβασης.

Ωστόσο, η θετική αυτή οπτική συνυπάρχει με την αναγνώριση συγκεκριμένων έμφυλων εμποδίων. Η δήλωση ότι η **κατάρτιση προσαρμοσμένη σε γυναίκες θα επιτάχυνε την υιοθέτηση της GenAI** καταγράφει μέσο όρο **3,52**, γεγονός που δείχνει την ανάγκη για πιο στοχευμένα και πρακτικά εκπαιδευτικά προγράμματα. Επιπλέον, η δήλωση σχετικά με τον **δισταγμό χρηματοδοτών ή τραπεζών απέναντι σε τεχνολογικές επενδύσεις από γυναίκες ιδρύτριες** καταγράφει μέσο όρο **3,22**. Το εύρημα αυτό δείχνει ότι, παρότι τα εμπόδια υιοθέτησης της GenAI δεν εμφανίστηκαν συνολικά ως πρωτίστως έμφυλα, η πρόσβαση σε χρηματοδότηση εξακολουθεί να αποτελεί σημείο προβληματισμού στο πλαίσιο της γυναικείας επιχειρηματικότητας.

Ιδιαίτερη προσοχή απαιτείται στην ερμηνεία του σύνθετου δείκτη **«Ισότητα και φύλο»**. Η στατιστική ανάλυση έδειξε ότι ο δείκτης αυτός είχε χαμηλή εσωτερική συνοχή, με **Cronbach's alpha = 0,47**, τιμή χαμηλότερη από το αποδεκτό όριο. Αυτό σημαίνει ότι οι επιμέρους ερωτήσεις του δείκτη δεν μετρούν όλες την ίδια ενιαία διάσταση. Συγκεκριμένα, η ερώτηση για τα **εμπόδια χρηματοδότησης λόγω φύλου** φαίνεται να διαφοροποιείται από τις υπόλοιπες ερωτήσεις, οι οποίες σχετίζονται περισσότερο με την ενδυνάμωση, την αυτοπεποίθηση και την αντίληψη της GenAI ως εργαλείου εξίσωσης ευκαιριών. Για τον λόγο αυτό, ο δείκτης δεν πρέπει να ερμηνευθεί ως μία ενιαία στάση απέναντι στην ισότητα, αλλά ως δύο επιμέρους διαστάσεις: αφενός την ενδυνάμωση και την ψηφιακή αυτο-αποτελεσματικότητα, και αφετέρου το ειδικό ζήτημα της έμφυλης χρηματοδοτικής δυσκολίας.

Η διορθωμένη ερμηνεία των αποτελεσμάτων ενισχύει αυτή τη διάκριση. Ο εναλλακτικός διερευνητικός δείκτης ενδυνάμωσης, που περιλαμβάνει τις διαστάσεις της ίσης πρόσβασης, της GenAI ως εξισωτή και της ψηφιακής αυτο-αποτελεσματικότητας, εμφανίζει μέσο όρο **3,44**, δηλαδή θετική κατεύθυνση. Αντίθετα, η ερώτηση που αφορά το **έμφυλο εμπόδιο χρηματοδότησης** εξετάζεται χωριστά, με μέσο όρο **2,58**, ενώ συνδέεται με τη δήλωση περί δισταγμού χρηματοδοτών ή τραπεζών απέναντι σε γυναίκες ιδρύτριες. Αυτό δείχνει ότι η χρηματοδότηση δεν εντάσσεται απλώς στη γενική αίσθηση ισότητας, αλλά αποτελεί πιο συγκεκριμένη και διακριτή πρόκληση.

Σημαντικό είναι επίσης ότι η σχέση μεταξύ της πρόθεσης υιοθέτησης και της θετικής διάστασης της ισότητας/ενδυνάμωσης παραμένει ισχυρή ακόμη και μετά τη διόρθωση του δείκτη. Συγκεκριμένα, η σχέση μεταξύ **πρόθεσης υιοθέτησης** και του καθαρότερου δείκτη

Empowerment3 παραμένει υψηλή, με **ρ = 0,67**, ενώ η γνώση της GenAI διαφοροποιεί επίσης σημαντικά τον δείκτη αυτό. Αυτό υποδηλώνει ότι οι συμμετέχουσες που αντιλαμβάνονται τη GenAI ως εργαλείο ενδυνάμωσης και αισθάνονται μεγαλύτερη ψηφιακή αυτοπεποίθηση τείνουν να εμφανίζουν υψηλότερη πρόθεση υιοθέτησης. Ωστόσο, η σχέση αυτή πρέπει να ερμηνευθεί ως συσχέτιση και όχι ως απόδειξη αιτιότητας.

Τα ευρήματα δείχνουν, επομένως, ότι η έμφυλη διάσταση της GenAI δεν είναι μονοδιάστατη. Από τη μία πλευρά, οι συμμετέχουσες βλέπουν στη GenAI μια ευκαιρία ενδυνάμωσης, αυτονομίας και πρόσβασης σε νέες δυνατότητες. Από την άλλη πλευρά, εξακολουθούν να αναγνωρίζουν συγκεκριμένα εμπόδια που αφορούν κυρίως τη χρηματοδότηση, την πρόσβαση σε δίκτυα και την ανάγκη για κατάρτιση προσαρμοσμένη στις ανάγκες των γυναικών. Συνεπώς, η GenAI δεν μπορεί να θεωρηθεί από μόνη της εργαλείο εξάλειψης των έμφυλων ανισοτήτων· μπορεί όμως να λειτουργήσει υποστηρικτικά, εφόσον πλαισιωθεί από κατάλληλες εκπαιδευτικές, χρηματοδοτικές και δικτυωτικές παρεμβάσεις.

Συνολικά, η ενότητα αυτή αναδεικνύει ότι οι γυναίκες του δείγματος αντιμετωπίζουν τη GenAI με συγκρατημένη αισιοδοξία ως προς τον ρόλο της στην ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Η τεχνολογία γίνεται αντιληπτή ως πιθανός «εξισωτής» ευκαιριών, ιδιαίτερα όταν συνδυάζεται με ψηφιακή αυτο-αποτελεσματικότητα και πρόσβαση σε πληροφόρηση. Παράλληλα, όμως, η ανάγκη για έμφυλα ευαίσθητη κατάρτιση και η αναγνώριση χρηματοδοτικών εμποδίων δείχνουν ότι η τεχνολογία από μόνη της δεν αρκεί. Για να αξιοποιηθεί ουσιαστικά η GenAI στη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Κρήτη, απαιτείται ένα ευρύτερο πλαίσιο υποστήριξης που να λαμβάνει υπόψη τόσο τις τεχνολογικές όσο και τις κοινωνικές διαστάσεις της υιοθέτησης.

4.7 Επαγωγική στατιστική ανάλυση

Πέρα από την περιγραφική παρουσίαση των αποτελεσμάτων, πραγματοποιήθηκαν επαγωγικές στατιστικές αναλύσεις με στόχο τη διερεύνηση σχέσεων και διαφορών μεταξύ των βασικών μεταβλητών της έρευνας. Ειδικότερα, χρησιμοποιήθηκαν συσχετίσεις Spearman, ο έλεγχος Kruskal–Wallis, ο έλεγχος χ^2 ανεξαρτησίας με τον δείκτη Cramér's V και ο έλεγχος Mann–Whitney U. Για τον περιορισμό του σφάλματος λόγω πολλαπλών συγκρίσεων εφαρμόστηκε διόρθωση False Discovery Rate (FDR). Επιπλέον, εφαρμόστηκε Firth penalized logistic

regression για την πολυμεταβλητή διερεύνηση των παραγόντων που σχετίζονται με την πραγματική χρήση GenAI.

4.7.1 Συσχετίσεις Spearman

Πίνακας 7 Ισχυρότερες στατιστικά σημαντικές συσχετίσεις Spearman μετά τη διόρθωση FDR (N=80)

Μεταβλητή A	Μεταβλητή B	ρ	p_adj
Εξοικείωση με AI	Γνώση GenAI	0,75	<0,001
Πρόθεση χρήσης	Empowerment3	0,67	<0,001
Πρόθεση χρήσης	Ενδιαφέρον συμμετοχής	0,68	<0,001
Πρόθεση χρήσης	Γνώση GenAI	0,65	<0,001
Αναμενόμενος αντίκτυπος	Ενδιαφέρον συμμετοχής	0,65	<0,001
Πρόθεση χρήσης	Αναμενόμενος αντίκτυπος	0,63	<0,001

Η ανάλυση συσχετίσεων Spearman ανέδειξε ισχυρές θετικές σχέσεις μεταξύ βασικών διαστάσεων της εξοικείωσης και της πρόθεσης αξιοποίησης της GenAI. Η ισχυρότερη συσχέτιση παρατηρήθηκε μεταξύ εξοικείωσης με την AI και επιπέδου γνώσης της GenAI (ρ=0,75, p_adj<0,001). Η πρόθεση χρήσης παρουσίασε επίσης ισχυρή θετική συσχέτιση με το ενδιαφέρον συμμετοχής σε σχετικές δράσεις (ρ=0,68), με τον δείκτη Empowerment3 (ρ=0,67), με το επίπεδο γνώσης της GenAI (ρ=0,65) και με τον αναμενόμενο αντίκτυπο της τεχνολογίας (ρ=0,63), με όλες τις παραπάνω σχέσεις να παραμένουν στατιστικά σημαντικές μετά τη διόρθωση FDR. Τα αποτελέσματα υποδεικνύουν συσχετίσεις μεταξύ των μεταβλητών και δεν τεκμηριώνουν αιτιώδεις σχέσεις.

4.7.2 Kruskal–Wallis

Πίνακας 8 Αποτελέσματα του ελέγχου Kruskal–Wallis ανά επίπεδο γνώσης της GenAI μετά τη διόρθωση FDR (N=80)

Μεταβλητή	H	df	p_adj	ε^2
Πρόθεση	35,58	2	<0,001	0,44
Empowerment	22,46	2	<0,001	0,27
Ενδιαφέρον	21,78	2	<0,001	0,26
Αντίκτυπος	20,23	2	<0,001	0,24
Ευκολία/Ρίσκο	11,61	2	0,004	0,12
Υποστηρικτικές δομές	10,33	2	0,006	0,11

Ο έλεγχος Kruskal–Wallis έδειξε στατιστικά σημαντικές διαφοροποιήσεις μεταξύ των επιπέδων γνώσης της GenAI σε όλους τους εξεταζόμενους δείκτες μετά τη διόρθωση FDR. Η μεγαλύτερη διαφοροποίηση καταγράφηκε στην πρόθεση χρήσης ($H(2)=35,58$, $p_{adj}<0,001$, $\varepsilon^2=0,44$). Ακολούθησαν ο δείκτης ενδυνάμωσης Empowerment3 ($H(2)=22,46$, $p_{adj}<0,001$, $\varepsilon^2=0,27$), το ενδιαφέρον συμμετοχής ($H(2)=21,78$, $p_{adj}<0,001$, $\varepsilon^2=0,26$) και ο αναμενόμενος αντίκτυπος ($H(2)=20,23$, $p_{adj}<0,001$, $\varepsilon^2=0,24$). Μικρότερες αλλά στατιστικά σημαντικές διαφοροποιήσεις παρατηρήθηκαν στην ευκολία χρήσης/αντιλαμβανόμενο ρίσκο ($H(2)=11,61$, $p_{adj}=0,004$, $\varepsilon^2=0,12$) και στις υποστηρικτικές δομές ($H(2)=10,33$, $p_{adj}=0,006$, $\varepsilon^2=0,11$).

4.7.3 Σχέση επιπέδου γνώσης και πραγματικής χρήσης GenAI – χ^2 και Cramér's V

Διαπιστώθηκε στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ του επιπέδου γνώσης της GenAI και της πραγματικής χρήσης της τεχνολογίας ($\chi^2(2)=30,02$, $p<0,001$, Cramér's $V=0,595$). Το μέγεθος της σχέσης ήταν ισχυρό, με τις συμμετέχουσες χαμηλότερου επιπέδου γνώσης να εμφανίζουν σαφώς συχνότερα μη χρήση εργαλείων GenAI. Ενδεικτικά, 16 από τις 20 συμμετέχουσες στην κατηγορία χαμηλής γνώσης δήλωσαν ότι δεν χρησιμοποιούν GenAI. Το αποτέλεσμα καταδεικνύει ισχυρή συσχέτιση μεταξύ γνώσης και χρήσης, χωρίς να τεκμηριώνει αιτιώδη σχέση.

4.7.4 Mann–Whitney U

Πίνακας 9 Διαφορές μεταξύ χρηστριών και μη χρηστριών GenAI με τον έλεγχο Mann–Whitney U μετά τη διόρθωση FDR (N=80)

Μεταβλητή	Χρήστριες Md	Μη χρήστριες Md	U	p_adj	|r|
Γνώση GenAI	3,0	2,0	1116,5	<0,001	0,62
Εξοικείωση με AI	3,0	2,0	1100,5	<0,001	0,60

Η σύγκριση μεταξύ χρηστριών (n=55) και μη χρηστριών (n=25) με τον έλεγχο Mann–Whitney U έδειξε ότι οι δύο ομάδες διέφεραν σημαντικά ως προς το επίπεδο γνώσης της GenAI και την εξοικείωση με την AI. Οι χρήστριες εμφάνισαν υψηλότερη διάμεσο τόσο στη γνώση της GenAI (Md=3,0 έναντι 2,0, |r|=0,62, p_adj<0,001) όσο και στην εξοικείωση με την AI (Md=3,0 έναντι 2,0, |r|=0,60, p_adj<0,001). Αντίθετα, η πρόθεση χρήσης, το ενδιαφέρον και οι υπόλοιποι δείκτες στάσεων δεν παρουσίασαν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ χρηστριών και μη χρηστριών μετά τη διόρθωση FDR.

4.7.5 Πολυμεταβλητή ανάλυση παραγόντων που σχετίζονται με τη χρήση GenAI – Firth regression

Για τη διερεύνηση της προσαρμοσμένης σχέσης μεταξύ του επιπέδου γνώσης της GenAI και της πραγματικής χρήσης εργαλείων GenAI, λαμβάνοντας ταυτόχρονα υπόψη άλλους σχετικούς παράγοντες, εφαρμόστηκε Firth penalized logistic regression. Η εξαρτημένη μεταβλητή ήταν η χρήση εργαλείων GenAI, ενώ στο μοντέλο συμπεριλήφθηκαν το επίπεδο γνώσης της GenAI, η εμπειρία σε τεχνολογίες αυτοματοποίησης και η γεωγραφική περιοχή.

Πίνακας 10 Firth penalized logistic regression για την πραγματική χρήση GenAI (N=80)

Μεταβλητή	OR	95% CI	p
Γνώση GenAI	6,64	2,69–16,40	<0,001
Εμπειρία αυτοματοποίησης	0,71	0,43–1,17	0,18
Ηράκλειο έναντι λοιπής Κρήτης	1,04	0,24–4,43	0,96

Σημείωση: OR = Odds Ratio, CI = Confidence Interval.

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι το επίπεδο γνώσης της GenAI ήταν η μόνη από τις μεταβλητές που συμπεριλήφθηκαν στο μοντέλο η οποία παρουσίασε στατιστικά σημαντική προσαρμοσμένη σχέση με την πραγματική χρήση εργαλείων GenAI. Συγκεκριμένα, κάθε

αύξηση κατά ένα επίπεδο στην κλίμακα γνώσης συνδέθηκε με περίπου 6,6 φορές υψηλότερες odds χρήσης GenAI (OR=6,64, 95% CI: 2,69–16,40, p<0,001), μετά τον ταυτόχρονο έλεγχο της εμπειρίας σε τεχνολογίες αυτοματοποίησης και της γεωγραφικής περιοχής. Αντίθετα, ούτε η εμπειρία αυτοματοποίησης (OR=0,71, p=0,18) ούτε η γεωγραφική περιοχή, με σύγκριση του Ηρακλείου προς τη λοιπή Κρήτη (OR=1,04, p=0,96), παρουσίασαν στατιστικά σημαντική σχέση με τη χρήση GenAI. Το εύρημα ερμηνεύεται ως προσαρμοσμένη συσχέτιση και όχι ως αιτιώδης επίδραση της γνώσης στη χρήση, λόγω του συγχρονικού σχεδιασμού της μελέτης.

4.8 Ποιοτικά ευρήματα από το focus group

Στο πλαίσιο της ποιοτικής διερεύνησης πραγματοποιήθηκε focus group με τη συμμετοχή πέντε γυναικών επιχειρηματιών ή στελεχών που δραστηριοποιούνται στην Κρήτη στους τομείς του μάρκετινγκ, της τεχνολογίας, του πρωτογενούς τομέα και της εκπαίδευσης. Η συζήτηση είχε διάρκεια περίπου μίας ώρας και οργανώθηκε γύρω από βασικούς θεματικούς άξονες που αφορούσαν τη γνώση και χρήση της Generative AI, τις πιθανές εφαρμογές της στην επιχειρηματικότητα, τα οφέλη και τις ανησυχίες που προκύπτουν, τα έμφυλα εμπόδια και τις μορφές υποστήριξης που θεωρούνται απαραίτητες για την αποτελεσματική αξιοποίησή της. Η ανάλυση του υλικού πραγματοποιήθηκε με θεματική προσέγγιση, με στόχο την ανάδειξη επαναλαμβανόμενων μοτίβων, αντιλήψεων και εμπειριών των συμμετεχουσών.

Ένα πρώτο βασικό εύρημα αφορά το γεγονός ότι οι συμμετέχουσες είχαν διαφορετικά επίπεδα εξοικείωσης με τη Generative AI. Ορισμένες δήλωσαν καθημερινή ή συστηματική χρήση εργαλείων όπως το ChatGPT, το Canva AI, το Gemini, το Perplexity, το Copilot και το Gamma, ενώ άλλες ανέφεραν πιο περιορισμένη ή περιστασιακή χρήση, κυρίως μέσα από το ChatGPT. Παρότι υπήρχε διαφοροποίηση ως προς το επίπεδο γνώσης, η γενική στάση απέναντι στην τεχνολογία ήταν θετική και διερευνητική. Η GenAI δεν αντιμετωπίστηκε ως κάτι πλήρως άγνωστο, αλλά ως ένα εργαλείο που έχει ήδη αρχίσει να εισέρχεται στην επαγγελματική καθημερινότητα των συμμετεχουσών, έστω και με διαφορετικούς ρυθμούς και επίπεδα αξιοποίησης.

Η χρήση της GenAI φαίνεται να συνδέεται κυρίως με την παραγωγή περιεχομένου, τη βελτίωση κειμένων, τη δημιουργία υλικού για social media, την υποστήριξη παρουσιάσεων, τη σύνταξη emails, την παραγωγή ιδεών και τη διευκόλυνση της καθημερινής επικοινωνίας.

Οι συμμετέχουσες περιέγραψαν τη GenAI ως εργαλείο που εξοικονομεί χρόνο, οργανώνει σκέψεις και λειτουργεί πολλές φορές ως «συνεργάτης» στη δημιουργική διαδικασία. Ιδιαίτερα στον χώρο του μάρκετινγκ και της επικοινωνίας, η GenAI εμφανίστηκε ως άμεσα χρήσιμη, καθώς μπορεί να υποστηρίξει τη δημιουργία περιεχομένου, την ανάπτυξη καμπανιών, τη διαμόρφωση κειμένων και την προσαρμογή μηνυμάτων σε διαφορετικά κοινά.

Ένα δεύτερο σημαντικό θέμα που αναδείχθηκε ήταν η δυνατότητα της GenAI να λειτουργήσει όχι μόνο ως εργαλείο παραγωγής περιεχομένου, αλλά και ως μέσο στρατηγικής σκέψης και επιχειρησιακής υποστήριξης. Οι συμμετέχουσες αναφέρθηκαν σε πιθανές εφαρμογές στην ανάλυση δεδομένων, στη σύνοψη πληροφοριών, στη σύνταξη μελετών, στον σχεδιασμό τουριστικών ή εκπαιδευτικών προτάσεων, στην οργάνωση αρχείων, στη διαχείριση email, στην αρχειοθέτηση και στην αυτοματοποίηση επαναλαμβανόμενων εργασιών. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον εκφράστηκε για τη μελλοντική χρήση AI agents, δηλαδή πιο εξελιγμένων εργαλείων που θα μπορούν να συνδέονται με τα δεδομένα και τις διαδικασίες μιας επιχείρησης και να προτείνουν τρόπους εξοικονόμησης χρόνου, αναδιοργάνωσης εργασιών και βελτίωσης της αποδοτικότητας.

Παράλληλα, οι συμμετέχουσες τόνισαν ότι η αξιοποίηση της GenAI δεν μπορεί να είναι ίδια για όλες τις επιχειρήσεις. Αντίθετα, αναδείχθηκε η ανάγκη προσαρμογής των εργαλείων στις ιδιαίτερες ανάγκες, τη φιλοσοφία και τη στρατηγική κάθε επιχείρησης. Η τεχνολογία θεωρήθηκε χρήσιμη όταν λειτουργεί υποστηρικτικά και όχι ως αυτόνομος καθοδηγητής. Η ανθρώπινη κρίση, η αυθεντικότητα, η προσωπική εμπειρία και η γνώση του επιχειρηματικού πλαισίου παρουσιάστηκαν ως απαραίτητα στοιχεία για την ορθή χρήση της. Με άλλα λόγια, η GenAI έγινε αντιληπτή ως εργαλείο ενίσχυσης της ανθρώπινης εργασίας και όχι ως πλήρης αντικατάστασή της.

Ένα τρίτο θέμα αφορά τα οφέλη που αποδίδονται στη GenAI. Το πιο συχνά αναφερόμενο όφελος ήταν η εξοικονόμηση χρόνου. Οι συμμετέχουσες περιέγραψαν ότι η GenAI μπορεί να επιταχύνει εργασίες που παλαιότερα απαιτούσαν σημαντική προσπάθεια, όπως η σύνταξη κειμένων, η αναζήτηση ιδεών, η προετοιμασία παρουσιάσεων, η δημιουργία εκπαιδευτικού υλικού και η οργάνωση πληροφοριών. Επιπλέον, αναδείχθηκε η δυνατότητα μείωσης κόστους για τις επιχειρήσεις, ειδικά όταν ορισμένες εργασίες που απαιτούσαν εξωτερική υποστήριξη μπορούν πλέον να εκτελούνται εσωτερικά με τη βοήθεια εργαλείων AI. Ωστόσο, το όφελος

αυτό συνδέθηκε και με προβληματισμό γύρω από τη μείωση ή τον μετασχηματισμό θέσεων εργασίας, κυρίως σε δημιουργικά επαγγέλματα, όπως η κειμενογράφηση και η γραφιστική.

Οι ανησυχίες των συμμετεχουσών αποτέλεσαν έναν ακόμη έντονο θεματικό άξονα. Κεντρική θέση είχε η αξιοπιστία των παραγόμενων αποτελεσμάτων. Οι συμμετέχουσες ανέφεραν ότι τα εργαλεία GenAI μπορεί να κάνουν λάθη, να παραθέτουν ανακριβείς πηγές ή να παρουσιάζουν πληροφορίες που φαίνονται πειστικές αλλά δεν είναι πάντα ορθές. Για τον λόγο αυτό, υπογραμμίστηκε η ανάγκη ελέγχου, διασταύρωσης και ανθρώπινης επιμέλειας. Η GenAI θεωρήθηκε χρήσιμη, αλλά όχι απόλυτα αξιόπιστη χωρίς ανθρώπινη εποπτεία.

Επιπλέον, εκφράστηκαν προβληματισμοί για την παραπληροφόρηση, τα fake news, τη δυνατότητα δημιουργίας παραπλανητικού περιεχομένου και την πιθανή χειραγώγηση της κοινής γνώμης. Οι συμμετέχουσες αναγνώρισαν ότι τα ίδια εργαλεία που μπορούν να αξιοποιηθούν δημιουργικά και παραγωγικά από τις επιχειρήσεις, μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν με αρνητικό τρόπο. Παράλληλα, τέθηκε το ζήτημα της αλγοριθμικής μεροληψίας, με αναφορά στο ότι τα δεδομένα στα οποία εκπαιδεύονται τα συστήματα AI μπορεί να ενσωματώνουν κοινωνικές και έμφυλες προκαταλήψεις. Αυτό ενισχύει την ανάγκη κριτικής χρήσης των εργαλείων και όχι άκριτης αποδοχής των απαντήσεών τους.

Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε επίσης στον κίνδυνο μείωσης της κριτικής σκέψης και της προσωπικής δημιουργικότητας. Ορισμένες συμμετέχουσες εξέφρασαν την ανησυχία ότι η συνεχής χρήση της GenAI μπορεί να οδηγήσει σε υπερβολική εξάρτηση από έτοιμες απαντήσεις, περιορίζοντας την ικανότητα του ατόμου να σκέφτεται, να δημιουργεί και να αξιολογεί αυτόνομα. Η ανησυχία αυτή ήταν εντονότερη σε σχέση με τις νεότερες γενιές, οι οποίες μεγαλώνουν σε ένα περιβάλλον όπου η τεχνητή νοημοσύνη είναι ήδη διαθέσιμη και εύκολα προσβάσιμη. Συνεπώς, η τεχνολογία δεν αντιμετωπίζεται μόνο ως επιχειρηματικό εργαλείο, αλλά και ως παράγοντας που μπορεί να επηρεάσει βαθύτερα τον τρόπο σκέψης, μάθησης και εργασίας.

Σε σχέση με τα έμφυλα στερεότυπα, η συζήτηση ανέδειξε μια πιο σύνθετη εικόνα. Αρχικά, ορισμένες συμμετέχουσες δήλωσαν ότι δεν αντιλαμβάνονται άμεσα το φύλο τους ως εμπόδιο στην τεχνολογική τους εξέλιξη ή στη χρήση εργαλείων GenAI. Ωστόσο, στη συνέχεια η συζήτηση ανέδειξε πιο έμμεσες μορφές έμφυλων περιορισμών, όπως οι κοινωνικές προσδοκίες

γύρω από τα επαγγέλματα, οι διαφορετικές επαγγελματικές διαδρομές των γυναικών, οι πολλαπλοί ρόλοι που αναλαμβάνουν και η δυσκολία διεκδίκησης ίσων ευκαιριών ή αμοιβών. Αναφέρθηκε επίσης ότι οι γυναίκες μπορεί να έχουν πλέον πρόσβαση σε εκπαιδευτικές ευκαιρίες, αλλά αυτό δεν σημαίνει απαραίτητα ότι έχουν ίση πρόσβαση σε επαγγελματική αναγνώριση, χρηματοδότηση ή αμοιβή.

Η ποιοτική συζήτηση ανέδειξε ότι τα έμφυλα εμπόδια δεν βιώνονται πάντα ως άμεσος αποκλεισμός από την τεχνολογία, αλλά συχνά ως διαρθρωτικές και κοινωνικές συνθήκες που επηρεάζουν τον χρόνο, την αυτοπεποίθηση, τη διεκδικητικότητα και τη δυνατότητα επαγγελματικής εξέλιξης των γυναικών. Ιδιαίτερα σημαντική ήταν η αναφορά στους πολλαπλούς ρόλους των γυναικών, όπως επαγγελματίας, μητέρα, κόρη ή σύζυγος, οι οποίοι μπορούν να περιορίζουν τον διαθέσιμο χρόνο για εκπαίδευση, πειραματισμό και τεχνολογική αναβάθμιση. Αυτό συνδέει τη χρήση της GenAI όχι μόνο με τεχνικές δεξιότητες, αλλά και με ζητήματα χρόνου, κοινωνικής οργάνωσης και υποστηρικτικών δομών.

Τέλος, ως προς τις μορφές υποστήριξης που θεωρούνται απαραίτητες, οι συμμετέχουσες ανέδειξαν την ανάγκη για πρακτική καθοδήγηση και εξατομικευμένη συμβουλευτική. Ιδιαίτερα έντονη ήταν η ιδέα ενός εξειδικευμένου συμβούλου ή AI transformation expert, ο οποίος θα μπορούσε να αναλύσει τις ανάγκες κάθε επιχείρησης και να προτείνει συγκεκριμένους τρόπους αξιοποίησης της GenAI. Η ανάγκη αυτή δεν αφορά απλώς γενικά σεμινάρια ενημέρωσης, αλλά πρακτική εφαρμογή: ποια εργαλεία χρειάζεται μια επιχείρηση, πώς θα τα εντάξει στις διαδικασίες της, πώς θα τα εκπαιδεύσει με βάση τη δική της φιλοσοφία και πώς θα διασφαλίσει ότι η χρήση τους παραμένει παραγωγική, ασφαλής και αυθεντική.

Συνολικά, τα ποιοτικά ευρήματα δείχνουν ότι οι γυναίκες του focus group αντιμετωπίζουν τη GenAI με ενδιαφέρον, πρακτικό προσανατολισμό και συγκρατημένη αισιοδοξία. Αναγνωρίζουν σημαντικές δυνατότητες σε επίπεδο εξοικονόμησης χρόνου, δημιουργίας περιεχομένου, ανάλυσης δεδομένων, αυτοματοποίησης και στρατηγικής υποστήριξης. Ταυτόχρονα, διατηρούν ουσιαστικές επιφυλάξεις σχετικά με την αξιοπιστία, την παραπληροφόρηση, την απώλεια κριτικής σκέψης, την αλγοριθμική μεροληψία και τον πιθανό μετασχηματισμό της εργασίας. Η ανάγκη για ανθρώπινη εποπτεία, πρακτική εκπαίδευση, εξατομικευμένη καθοδήγηση και διατήρηση της αυθεντικότητας της επιχείρησης αναδείχθηκε

ως κεντρική προϋπόθεση για την ουσιαστική αξιοποίηση της GenAI στη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Κρήτη.

4.9 Σύνθεση ποσοτικών και ποιοτικών ευρημάτων

Η συνδυαστική ανάλυση των ποσοτικών και ποιοτικών δεδομένων επιτρέπει μια πιο ολοκληρωμένη κατανόηση των δυνατοτήτων και των προοπτικών της Generative AI στη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Κρήτη. Τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου αποτυπώνουν τις βασικές τάσεις σε επίπεδο δείγματος, ενώ τα ευρήματα του focus group προσφέρουν βαθύτερη ερμηνεία των στάσεων, των εμπειριών και των προβληματισμών των συμμετεχουσών. Με αυτόν τον τρόπο, η ποιοτική έρευνα δεν λειτουργεί ανεξάρτητα από την ποσοτική, αλλά τη συμπληρώνει και την ερμηνεύει.

Ένα πρώτο σημείο σύγκλισης αφορά το επίπεδο γνώσης και χρήσης της GenAI. Τα ποσοτικά ευρήματα έδειξαν ότι η γνώση της GenAI είναι κυρίως επιφανειακή, καθώς το μεγαλύτερο μέρος των συμμετεχουσών δήλωσε βασική ή περιορισμένη εξοικείωση, ενώ περίπου μία στις τρεις δεν χρησιμοποιεί προς το παρόν εργαλεία GenAI. Αντίστοιχα, στο focus group διαπιστώθηκε ότι, παρότι οι συμμετέχουσες είχαν ήδη κάποια επαφή με εργαλεία όπως το ChatGPT, το Canva AI, το Gemini, το Perplexity, το Copilot και το Gamma, η χρήση τους διέφερε σημαντικά ως προς τη συχνότητα, το βάθος και τον τρόπο αξιοποίησης. Συνεπώς, και τα δύο σκέλη της έρευνας συγκλίνουν στο ότι η GenAI έχει αρχίσει να εντάσσεται στην επαγγελματική καθημερινότητα των γυναικών, αλλά η χρήση της παραμένει άνιση και όχι πλήρως συστηματοποιημένη.

Το δεύτερο σημείο σύγκλισης αφορά τη χρησιμότητα της GenAI στο μάρκετινγκ, στην παραγωγή περιεχομένου και στην επικοινωνία. Στο ποσοτικό σκέλος, η GenAI αξιολογήθηκε ως περισσότερο χρήσιμη στον τομέα του μάρκετινγκ και του περιεχομένου, ενώ η συχνότερη χρήση της αφορούσε την παραγωγή και επιμέλεια κειμένου. Το εύρημα αυτό επιβεβαιώθηκε έντονα και στο focus group, όπου οι συμμετέχουσες αναφέρθηκαν επανειλημμένα στη χρήση της GenAI για social media, emails, παρουσιάσεις, δημιουργία σεναρίων, βελτίωση κειμένων, ανάπτυξη ιδεών και υποστήριξη καμπανιών. Η σύγκλιση αυτή δείχνει ότι η πρώτη και πιο άμεσα αντιληπτή αξία της GenAI για τις γυναίκες του δείγματος βρίσκεται στις λειτουργίες επικοινωνίας και προβολής.

Παράλληλα, τα ποιοτικά ευρήματα εμπλούτισαν την ποσοτική εικόνα, δείχνοντας ότι οι δυνατότητες της GenAI δεν περιορίζονται μόνο στη δημιουργία περιεχομένου. Στο focus group αναδείχθηκαν πιο σύνθετες προοπτικές χρήσης, όπως η ανάλυση δεδομένων, η σύνοψη πληροφοριών, η οργάνωση αρχείων, η διαχείριση emails, η υποστήριξη στρατηγικής σκέψης, η δημιουργία τουριστικών ή εκπαιδευτικών προτάσεων και η πιθανή αξιοποίηση AI agents για την αυτοματοποίηση επαναλαμβανόμενων εργασιών. Το εύρημα αυτό επεκτείνει την ποσοτική διαπίστωση περί αντιλαμβανόμενης χρησιμότητας, δείχνοντας ότι οι συμμετέχουσες, όταν έχουν χώρο να αναπτύξουν τις σκέψεις τους, αντιλαμβάνονται τη GenAI και ως εργαλείο επιχειρησιακού μετασχηματισμού.

Ένα ακόμη βασικό σημείο σύνδεσης αφορά το χάσμα ανάμεσα στη θετική στάση και στην πραγματική υιοθέτηση. Στο ερωτηματολόγιο, οι συμμετέχουσες αξιολόγησαν θετικά τον αναμενόμενο αντίκτυπο και τη χρησιμότητα της GenAI, ωστόσο η πρόθεση υιοθέτησης εμφανίστηκε πιο συγκρατημένη. Το focus group βοήθησε να εξηγηθεί αυτό το χάσμα, καθώς οι συμμετέχουσες ανέφεραν ότι η GenAI είναι χρήσιμη, αλλά απαιτεί χρόνο, πειραματισμό, σωστή καθοδήγηση, ανθρώπινο έλεγχο και εξατομικευμένη προσαρμογή στις ανάγκες κάθε επιχείρησης. Επομένως, η περιορισμένη υιοθέτηση δεν φαίνεται να οφείλεται σε απόρριψη της τεχνολογίας, αλλά στην απουσία οργανωμένης υποστήριξης και πρακτικής γνώσης.

Ιδιαίτερα σημαντική είναι η σύγκλιση ως προς τα εμπόδια υιοθέτησης. Η ποσοτική ανάλυση έδειξε ότι τα κυριότερα εμπόδια σχετίζονται με την ποιότητα, την ακρίβεια, την παραπληροφόρηση, τη νομική αβεβαιότητα και την έλλειψη κατάλληλων δεδομένων. Αντίστοιχα, στο focus group οι συμμετέχουσες εξέφρασαν έντονες ανησυχίες για τα λάθη των εργαλείων GenAI, τις ανακριβείς πηγές, την ανάγκη διασταύρωσης των πληροφοριών, τα fake news και την πιθανή μεροληψία των δεδομένων. Η ποιοτική έρευνα επομένως επιβεβαιώνει ότι τα εμπόδια δεν είναι μόνο τεχνικά ή οικονομικά, αλλά συνδέονται βαθύτερα με την εμπιστοσύνη, την αξιοπιστία και την υπεύθυνη χρήση της τεχνολογίας.

Ταυτόχρονα, η ποιοτική έρευνα ανέδειξε μια διάσταση που δεν αποτυπώνεται πλήρως μέσα από τις κλίμακες του ερωτηματολογίου: τον φόβο απώλειας της κριτικής σκέψης, της δημιουργικότητας και της αυθεντικής ανθρώπινης επαφής. Οι συμμετέχουσες αναγνώρισαν ότι η GenAI μπορεί να επιταχύνει και να διευκολύνει πολλές εργασίες, αλλά εξέφρασαν προβληματισμό για την υπερβολική εξάρτηση από έτοιμες απαντήσεις. Η ανησυχία αυτή

συνδέεται με τη διατήρηση της ανθρώπινης κρίσης, της προσωπικής φωνής και της αυθεντικότητας κάθε επιχείρησης. Επομένως, η ποιοτική ανάλυση προσθέτει μια πιο βαθιά ερμηνευτική διάσταση στα ποσοτικά ευρήματα περί διαχειρισιμότητας ρίσκων.

Σε σχέση με το υποστηρικτικό οικοσύστημα στην Κρήτη, η ποσοτική έρευνα έδειξε ότι οι συμμετέχουσες αξιολογούν χαμηλά τις υπάρχουσες δομές, ειδικά ως προς τη χρηματοδότηση, την πρόσβαση σε εκπαιδεύσεις, τους συμβούλους και τα δίκτυα καινοτομίας. Το focus group επιβεβαίωσε αυτή την ανάγκη, καθώς οι συμμετέχουσες αναφέρθηκαν στην ανάγκη ύπαρξης εξειδικευμένου συμβούλου ή AI transformation expert που θα μπορεί να κατανοήσει τις ανάγκες κάθε επιχείρησης και να προτείνει πρακτικές λύσεις. Η ανάγκη αυτή δείχνει ότι οι γυναίκες δεν ζητούν μόνο γενικές ενημερώσεις για την AI, αλλά πρακτική, εξατομικευμένη και εφαρμόσιμη καθοδήγηση.

Η σύνθεση των ευρημάτων αναδεικνύει επίσης μια σύνθετη εικόνα ως προς τη διάσταση του φύλου. Στο ποσοτικό σκέλος, τα φύλο-σχετικά εμπόδια δεν εμφανίστηκαν ως το κυρίαρχο εμπόδιο υιοθέτησης της GenAI, ενώ η τεχνολογία αξιολογήθηκε θετικά ως πιθανός «εξισωτής» ευκαιριών. Στο focus group, αρκετές συμμετέχουσες αρχικά δήλωσαν ότι δεν θεωρούν το φύλο άμεσο εμπόδιο στη χρήση της τεχνολογίας. Ωστόσο, στη συνέχεια η συζήτηση ανέδειξε πιο έμμεσες μορφές ανισότητας, όπως οι πολλαπλοί ρόλοι των γυναικών, η δυσκολία διεκδίκησης ίσων ευκαιριών ή αμοιβών, η πίεση της φροντίδας και ο περιορισμένος χρόνος για εκπαίδευση και τεχνολογική εξέλιξη. Έτσι, η ποιοτική έρευνα δείχνει ότι τα έμφυλα εμπόδια δεν γίνονται πάντα αντιληπτά ως άμεσος αποκλεισμός, αλλά συχνά εμφανίζονται ως κοινωνικές και διαρθρωτικές συνθήκες που επηρεάζουν την επαγγελματική πορεία των γυναικών.

Η σύνθεση των δύο μεθόδων δείχνει, επομένως, ότι η GenAI αντιμετωπίζεται από τις συμμετέχουσες με θετική αλλά όχι άκριτη στάση. Υπάρχει ενδιαφέρον, αναγνώριση δυνατοτήτων και διάθεση πειραματισμού, αλλά παράλληλα υπάρχει ανάγκη για γνώση, χρόνο, εμπιστοσύνη, ανθρώπινη εποπτεία και τοπική υποστήριξη. Η ποσοτική έρευνα κατέγραψε τις βασικές τάσεις, ενώ το focus group ανέδειξε το «γιατί» πίσω από αυτές τις τάσεις: οι γυναίκες βλέπουν τις δυνατότητες της GenAI, αλλά χρειάζονται πρακτικά εργαλεία, εκπαίδευση και ασφαλές πλαίσιο για να τις αξιοποιήσουν ουσιαστικά.

Συνολικά, τα ποσοτικά και ποιοτικά ευρήματα συγκλίνουν στο ότι η Generative AI έχει σημαντικές προοπτικές για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Κρήτη, ιδιαίτερα σε πεδία όπως το μάρκετινγκ, το περιεχόμενο, η ανάλυση πληροφοριών, η οργάνωση εργασιών και η εξοικονόμηση χρόνου. Ωστόσο, η μετάβαση από τη δυνατότητα στην πράξη προϋποθέτει την ενίσχυση της γνώσης, τη δημιουργία υποστηρικτικών δομών, την πρόσβαση σε συμβουλευτική καθοδήγηση, τη διαχείριση των κινδύνων και την αναγνώριση των ιδιαίτερων κοινωνικών συνθηκών που επηρεάζουν τις γυναίκες επαγγελματίες και επιχειρηματίες. Η μικτή μεθοδολογική προσέγγιση επιβεβαιώνει ότι η GenAI δεν αποτελεί απλώς ένα τεχνολογικό εργαλείο, αλλά ένα πεδίο όπου διασταυρώνονται η καινοτομία, η επιχειρησιακή ετοιμότητα, η κοινωνική υποστήριξη και η γυναικεία ενδυνάμωση.

5 Συμπεράσματα και Προτάσεις

5.1 Συζήτηση των ευρημάτων

Η παρούσα έρευνα είχε ως στόχο να διερευνήσει τις δυνατότητες και τις προοπτικές της Generative AI στη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Κρήτη, εξετάζοντας τόσο το επίπεδο γνώσης και χρήσης της τεχνολογίας όσο και τα εμπόδια, τις ανάγκες υποστήριξης και τις φύλο-σχετικές διαστάσεις που επηρεάζουν την υιοθέτησή της. Τα ευρήματα δείχνουν ότι η GenAI αντιμετωπίζεται από τις συμμετέχουσες με θετική διάθεση και ενδιαφέρον, ωστόσο η χρήση της παραμένει ακόμη σε σχετικά αρχικό στάδιο. Η εικόνα αυτή είναι συμβατή με τη διεθνή βιβλιογραφία, σύμφωνα με την οποία η GenAI δημιουργεί νέες δυνατότητες για την επιχειρηματική καινοτομία, την παραγωγή περιεχομένου, τη λήψη αποφάσεων και την αυτοματοποίηση, αλλά η ουσιαστική ενσωμάτωσή της στις επιχειρήσεις απαιτεί τεχνογνωσία, οργανωσιακή ετοιμότητα και κατάλληλα υποστηρικτικά πλαίσια (Mariani and Dwivedi, 2024; Patil, Rane and Rane, 2024).

Ένα από τα βασικότερα ευρήματα της έρευνας είναι ότι η γνώση γύρω από τη GenAI παραμένει κυρίως επιφανειακή. Το 58% των συμμετεχουσών δήλωσε βασική ή επιφανειακή γνώση, ενώ περίπου το 31% δεν χρησιμοποιεί ακόμη εργαλεία GenAI. Το εύρημα αυτό δείχνει ότι η τεχνολογία έχει γίνει ορατή και αναγνωρίσιμη, αλλά δεν έχει ακόμη περάσει σε στάδιο ώριμης και συστηματικής αξιοποίησης. Η παρατήρηση αυτή ενισχύεται και από τα ποιοτικά δεδομένα του focus group, όπου οι συμμετέχουσες ανέφεραν διαφορετικά επίπεδα χρήσης,

από καθημερινή επαγγελματική αξιοποίηση μέχρι περιστασιακή χρήση ή πειραματισμό με συγκεκριμένα εργαλεία.

Η σημασία της γνώσης και της εξοικείωσης αναδείχθηκε ως κεντρικός παράγοντας της έρευνας. Η στατιστική ανάλυση έδειξε ότι η γνώση της GenAI συνδέεται ισχυρά με την πρόθεση υιοθέτησης, την πραγματική χρήση και το ενδιαφέρον για περαιτέρω συμμετοχή σε δράσεις κατάρτισης. Αυτό σημαίνει ότι η μετάβαση από την περιέργεια στη χρήση δεν εξαρτάται μόνο από τη θετική στάση απέναντι στην τεχνολογία, αλλά κυρίως από το αν οι γυναίκες αισθάνονται ότι κατανοούν επαρκώς τα εργαλεία και μπορούν να τα εφαρμόσουν πρακτικά στην εργασία τους. Το εύρημα αυτό συνδέεται με τη βιβλιογραφία για την αποδοχή τεχνολογίας, σύμφωνα με την οποία η αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα και η αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης επηρεάζουν σημαντικά την πρόθεση υιοθέτησης νέων τεχνολογιών (Davis, 1989; Venkatesh *et al.*, 2003)

Ιδιαίτερα σημαντικό είναι ότι η GenAI γίνεται αντιληπτή κυρίως ως εργαλείο υποστήριξης του μάρκετινγκ, της επικοινωνίας και της παραγωγής περιεχομένου. Το εύρημα αυτό εμφανίστηκε τόσο στα ποσοτικά όσο και στα ποιοτικά δεδομένα. Στο ερωτηματολόγιο, το μάρκετινγκ και το περιεχόμενο συγκέντρωσαν την υψηλότερη αξιολόγηση χρησιμότητας, ενώ στο focus group οι συμμετέχουσες ανέφεραν συστηματικά τη χρήση εργαλείων AI για social media, emails, άρθρα, παρουσιάσεις, storytelling, εικόνες, ιδέες και διαφημιστικά κείμενα. Η τάση αυτή είναι αναμενόμενη, καθώς η GenAI έχει άμεση εφαρμογή σε εργασίες δημιουργικού περιεχομένου, οι οποίες απαιτούν χρόνο και συνδέονται άμεσα με την καθημερινή λειτουργία μικρών επιχειρήσεων.

Ωστόσο, η συζήτηση δεν περιορίστηκε στο περιεχόμενο. Τα ποιοτικά ευρήματα ανέδειξαν ότι οι συμμετέχουσες αντιλαμβάνονται τη GenAI και ως πιθανό εργαλείο στρατηγικής υποστήριξης, ανάλυσης δεδομένων, εσωτερικής οργάνωσης και αυτοματοποίησης επαναλαμβανόμενων εργασιών. Η αναφορά σε AI agents και σε εξατομικευμένες λύσεις που θα μπορούσαν να «διαβάζουν» τις ανάγκες μιας επιχείρησης δείχνει ότι, όταν οι συμμετέχουσες έχουν χώρο να αναπτύξουν τις σκέψεις τους, βλέπουν τη GenAI όχι μόνο ως εργαλείο παραγωγής περιεχομένου, αλλά και ως μηχανισμό επιχειρησιακής αναδιοργάνωσης. Αυτό συνδέεται με τη διεθνή συζήτηση για τη GenAI ως τεχνολογία που μπορεί να

μετασχηματίσει ευρύτερα τη διαχείριση καινοτομίας και τις επιχειρησιακές διαδικασίες (Cockburn, Henderson and Stern, 2018; Mariani and Dwivedi, 2024).

Παρά τις θετικές προσδοκίες, τα αποτελέσματα αναδεικνύουν ένα εμφανές χάσμα ανάμεσα στη θετική στάση και στην πραγματική υιοθέτηση. Ο δείκτης αναμενόμενου αντίκτυπου ήταν ο υψηλότερος μεταξύ των θεματικών ενοτήτων, ενώ η πρόθεση υιοθέτησης ήταν πιο συγκρατημένη. Αυτό δείχνει ότι οι συμμετέχουσες αναγνωρίζουν την αξία της GenAI, αλλά δεν είναι ακόμη στον ίδιο βαθμό έτοιμες να την ενσωματώσουν συστηματικά. Το focus group βοήθησε να ερμηνευθεί αυτό το χάσμα, καθώς ανέδειξε ότι η ουσιαστική χρήση απαιτεί χρόνο, κατανόηση, σωστή καθοδήγηση, ανθρώπινο έλεγχο και προσαρμογή στις ανάγκες κάθε επιχείρησης.

Τα εμπόδια που αναδείχθηκαν στην έρευνα δεν αφορούν κυρίως την άρνηση της τεχνολογίας, αλλά την εμπιστοσύνη και την ασφαλή χρήση της. Οι συμμετέχουσες ανέφεραν ως σημαντικότερα εμπόδια την ποιότητα, την ακρίβεια, την παραπληροφόρηση, τη νομική αβεβαιότητα και την έλλειψη κατάλληλων δεδομένων. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό, καθώς δείχνει ότι η αποδοχή της GenAI δεν εξαρτάται μόνο από τη χρησιμότητά της, αλλά και από την ικανότητα των χρηστών να αξιολογούν, να ελέγχουν και να διαχειρίζονται τα αποτελέσματά της. Η ποιοτική έρευνα επιβεβαίωσε την ανάγκη αυτή, καθώς οι συμμετέχουσες αναφέρθηκαν σε λάθη, ανακριβείς πηγές, fake news, biased δεδομένα και ανάγκη συνεχούς ανθρώπινης εποπτείας. Το εύρημα αυτό βρίσκεται σε συμφωνία με τη βιβλιογραφία που επισημαίνει τους κινδύνους της GenAI σε σχέση με την παραπληροφόρηση, την αλγοριθμική προκατάληψη, την αδιαφάνεια και τα ζητήματα δεοντολογίας (Chesney and Citron, 2018; Solaiman *et al.*, 2025).

Ένα ακόμη κρίσιμο εύρημα αφορά το υποστηρικτικό οικοσύστημα της Κρήτης. Ο σχετικός δείκτης κατέγραψε τη χαμηλότερη τιμή μεταξύ των θεματικών ενοτήτων, με ιδιαίτερα χαμηλή αξιολόγηση στις ευκαιρίες χρηματοδότησης και στα προγράμματα υποστήριξης. Το εύρημα αυτό υποδηλώνει ότι οι γυναίκες του δείγματος δεν βιώνουν την έλλειψη υποστήριξης ως ατομικό μόνο πρόβλημα γνώσης, αλλά ως διαρθρωτικό κενό του τοπικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Η ανάγκη για μικρο-χρηματοδότηση, πρόσβαση σε συμβούλους AI, hands-on εκπαιδεύσεις και δίκτυα γυναικών στην τεχνολογία αναδείχθηκε έντονα και ποσοτικά και ποιοτικά.

Η διάσταση του φύλου εμφανίζεται επίσης σύνθετη. Από τη μία πλευρά, τα φύλο-σχετικά εμπόδια δεν καταγράφηκαν ως το κυρίαρχο εμπόδιο υιοθέτησης της GenAI. Από την άλλη πλευρά, τόσο τα ποσοτικά όσο και τα ποιοτικά δεδομένα δείχνουν ότι οι έμφυλες διαστάσεις δεν απουσιάζουν. Οι συμμετέχουσες βλέπουν τη GenAI ως πιθανό «εξισωτή» ευκαιριών και εμφανίζουν θετική ψηφιακή αυτο-αποτελεσματικότητα, αλλά ταυτόχρονα αναγνωρίζουν ζητήματα όπως η χρηματοδότηση, η διεκδικητικότητα, οι πολλαπλοί ρόλοι των γυναικών και ο περιορισμένος χρόνος για εκπαίδευση. Αυτό δείχνει ότι τα έμφυλα εμπόδια δεν εκφράζονται πάντα ως άμεσος αποκλεισμός από την τεχνολογία, αλλά συχνά ως έμμεσες κοινωνικές και επαγγελματικές συνθήκες που επηρεάζουν την πρόσβαση, τον χρόνο και την αυτοπεποίθηση των γυναικών.

Συνεπώς, η GenAI μπορεί να λειτουργήσει ενδυναμωτικά για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα, αλλά δεν μπορεί από μόνη της να εξαλείψει υφιστάμενες ανισότητες. Η δυνατότητά της να λειτουργήσει ως εργαλείο ενδυνάμωσης εξαρτάται από το αν θα συνοδευτεί από πρόσβαση σε εκπαίδευση, συμβουλευτική καθοδήγηση, κατάλληλα δίκτυα, χρηματοδοτικά εργαλεία και ένα πλαίσιο υπεύθυνης χρήσης. Η διαπίστωση αυτή είναι συμβατή με τη βιβλιογραφία για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα, η οποία επισημαίνει ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες συχνά αντιμετωπίζουν εμπόδια πρόσβασης σε πόρους, δίκτυα, χρηματοδότηση και υποστήριξη, ιδίως σε κλάδους τεχνολογικής έντασης (Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2022).

Συνολικά, τα ευρήματα δείχνουν ότι οι δυνατότητες της GenAI στη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Κρήτη είναι σημαντικές, αλλά η αξιοποίησή τους βρίσκεται ακόμη σε πρώιμο στάδιο. Η GenAI γίνεται αντιληπτή ως εργαλείο εξοικονόμησης χρόνου, δημιουργίας περιεχομένου, βελτίωσης παραγωγικότητας και υποστήριξης καινοτομίας. Παράλληλα, η χρήση της συνοδεύεται από επιφυλάξεις σχετικά με την αξιοπιστία, τη δεοντολογία, τη νομική ασφάλεια, την απώλεια κριτικής σκέψης και την ανάγκη ανθρώπινης εποπτείας. Η συζήτηση των ευρημάτων οδηγεί στο συμπέρασμα ότι η ουσιαστική αξιοποίηση της GenAI δεν είναι απλώς ζήτημα πρόσβασης σε τεχνολογικά εργαλεία, αλλά ζήτημα γνώσης, εμπιστοσύνης, υποστήριξης και στρατηγικής ενσωμάτωσης στο επιχειρηματικό περιβάλλον.

5.2 Απάντηση στα ερευνητικά ερωτήματα

Στην παρούσα ενότητα επιχειρείται η σύνδεση των αποτελεσμάτων της έρευνας με τα βασικά ερευνητικά ερωτήματα που τέθηκαν στην αρχή της εργασίας. Η απάντηση στα ερωτήματα βασίζεται τόσο στα ποσοτικά δεδομένα του ερωτηματολογίου όσο και στα ποιοτικά ευρήματα του focus group, ώστε να αποτυπωθεί μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα για τις δυνατότητες και τις προοπτικές της Generative AI στη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Κρήτη.

Ερευνητικό ερώτημα 1: Ποιο είναι το επίπεδο γνώσης και εξοικείωσης των γυναικών επιχειρηματιών και επαγγελματιών στην Κρήτη με τη Generative AI;

Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι το επίπεδο γνώσης και εξοικείωσης με τη Generative AI βρίσκεται ακόμη σε αρχικό έως ενδιάμεσο στάδιο. Η πλειονότητα των συμμετεχουσών δήλωσε ότι έχει κυρίως επιφανειακή ή βασική γνώση της έννοιας, ενώ μόνο μικρότερο ποσοστό ανέφερε γνώση σε βάθος. Παράλληλα, περίπου μία στις τρεις συμμετέχουσες δήλωσε ότι δεν χρησιμοποιεί ακόμη εργαλεία GenAI. Το εύρημα αυτό δείχνει ότι η GenAI είναι μεν γνωστή ως έννοια, αλλά δεν έχει ακόμη ενσωματωθεί συστηματικά στην επαγγελματική πρακτική του συνόλου των συμμετεχουσών.

Η ποιοτική έρευνα επιβεβαιώνει αυτή την εικόνα. Στο focus group υπήρχαν συμμετέχουσες με αυξημένη καθημερινή χρήση εργαλείων, αλλά και άλλες που χρησιμοποιούσαν κυρίως το ChatGPT ή είχαν περιορισμένη επαφή με πιο εξειδικευμένες εφαρμογές. Επομένως, η εξοικείωση δεν είναι ομοιογενής. Υπάρχουν γυναίκες που αξιοποιούν τη GenAI ενεργά και δημιουργικά, αλλά και γυναίκες που βρίσκονται ακόμη σε στάδιο πειραματισμού ή διερεύνησης.

Ερευνητικό ερώτημα 2: Σε ποιους τομείς θεωρούν οι γυναίκες ότι μπορεί να αξιοποιηθεί η Generative AI στην επιχειρηματική δραστηριότητα;

Η έρευνα δείχνει ότι η GenAI γίνεται αντιληπτή κυρίως ως εργαλείο υποστήριξης του μάρκετινγκ, της επικοινωνίας και της παραγωγής περιεχομένου. Στο ποσοτικό σκέλος, η παραγωγή και επιμέλεια κειμένου αποτέλεσε τη συχνότερη χρήση, ενώ το μάρκετινγκ και το περιεχόμενο αξιολογήθηκαν ως οι τομείς στους οποίους η GenAI μπορεί να προσφέρει τη μεγαλύτερη χρησιμότητα. Οι συμμετέχουσες συνέδεσαν την τεχνολογία με τη δημιουργία

social media περιεχομένου, emails, παρουσιάσεων, διαφημιστικών κειμένων και ιδεών για καμπάνιες.

Ωστόσο, τα ποιοτικά ευρήματα δείχνουν ότι οι δυνατότητες της GenAI γίνονται αντιληπτές και σε ευρύτερο επιχειρησιακό επίπεδο. Στο focus group αναφέρθηκαν εφαρμογές όπως η ανάλυση δεδομένων, η σύνοψη πληροφοριών, η οργάνωση αρχείων, η εσωτερική τεκμηρίωση, η υποστήριξη στρατηγικής σκέψης, η δημιουργία εκπαιδευτικού υλικού και η αυτοματοποίηση επαναλαμβανόμενων εργασιών. Επομένως, αν και η πρώτη και πιο άμεση χρήση της GenAI εντοπίζεται στο περιεχόμενο και την επικοινωνία, οι συμμετέχουσες αναγνωρίζουν ότι η τεχνολογία μπορεί μελλοντικά να υποστηρίξει και πιο σύνθετες επιχειρησιακές λειτουργίες.

Ερευνητικό ερώτημα 3: Ποια είναι τα βασικά οφέλη που αναγνωρίζουν οι γυναίκες από την αξιοποίηση της GenAI;

Το βασικότερο όφελος που αναδείχθηκε είναι η εξοικονόμηση χρόνου. Η GenAI γίνεται αντιληπτή ως εργαλείο που μπορεί να επιταχύνει εργασίες οι οποίες απαιτούν σημαντική καθημερινή προσπάθεια, όπως η συγγραφή κειμένων, η αναζήτηση ιδεών, η προετοιμασία παρουσιάσεων και η οργάνωση πληροφορίας. Στο ποσοτικό σκέλος, ο αναμενόμενος αντίκτυπος της GenAI συγκέντρωσε τον υψηλότερο μέσο όρο μεταξύ των θεματικών δεικτών, ενώ η μείωση κόστους και η εξοικονόμηση χρόνου αναφέρθηκαν ως πολύ σημαντικά αναμενόμενα οφέλη.

Επιπλέον, οι συμμετέχουσες αναγνωρίζουν ότι η GenAI μπορεί να συμβάλει στη βελτίωση της παραγωγικότητας, στην ενίσχυση του μάρκετινγκ και των πωλήσεων, στη δημιουργία νέων ιδεών και στη βελτίωση της ποιότητας του παραγόμενου περιεχομένου ή των υπηρεσιών. Το focus group εμπλούτισε αυτή την εικόνα, καθώς η GenAI περιγράφηκε όχι μόνο ως εργαλείο ταχύτητας, αλλά και ως «συνεργάτης» στη σκέψη, στην οργάνωση και στη δημιουργική διαδικασία.

Ερευνητικό ερώτημα 4: Ποια εμπόδια περιορίζουν την υιοθέτηση της Generative AI;

Τα κυριότερα εμπόδια δεν σχετίζονται με αρνητική στάση απέναντι στην τεχνολογία, αλλά με ζητήματα εμπιστοσύνης, ποιότητας, γνώσης και θεσμικής ασφάλειας. Στο ποσοτικό σκέλος, τα σημαντικότερα εμπόδια ήταν οι ανησυχίες για ποιότητα, ακρίβεια και παραπληροφόρηση,

η νομική αβεβαιότητα, η έλλειψη κατάλληλων δεδομένων, το κόστος εργαλείων και υποδομών, καθώς και η έλλειψη δεξιοτήτων και εκπαίδευσης. Αυτό δείχνει ότι οι συμμετέχουσες δεν απορρίπτουν τη GenAI, αλλά χρειάζονται περισσότερη σαφήνεια και υποστήριξη για να τη χρησιμοποιήσουν με ασφάλεια.

Η ποιοτική έρευνα επιβεβαίωσε πλήρως αυτή τη διαπίστωση. Οι συμμετέχουσες ανέφεραν ότι τα εργαλεία GenAI μπορεί να κάνουν λάθη, να παρουσιάζουν ανακριβείς πηγές, να δημιουργούν πειστικό αλλά μη αξιόπιστο περιεχόμενο και να χρειάζονται συνεχή ανθρώπινο έλεγχο. Παράλληλα, εξέφρασαν ανησυχία για fake news, μεροληψία δεδομένων, απώλεια κριτικής σκέψης και υπερβολική εξάρτηση από έτοιμες απαντήσεις. Επομένως, το βασικό εμπόδιο δεν είναι η απουσία ενδιαφέροντος, αλλά η ανάγκη για αξιόπιστο πλαίσιο χρήσης, έλεγχο και εκπαίδευση.

Ερευνητικό ερώτημα 5: Πώς επηρεάζουν οι έμφυλες διαστάσεις την πρόσβαση και αξιοποίηση της GenAI;

Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι η σχέση φύλου και GenAI είναι σύνθετη. Στο ποσοτικό σκέλος, τα φύλο-σχετικά εμπόδια δεν αναδείχθηκαν ως το ισχυρότερο εμπόδιο υιοθέτησης. Ωστόσο, οι συμμετέχουσες αναγνώρισαν τη σημασία της στοχευμένης κατάρτισης για γυναίκες, καθώς και την ύπαρξη προβληματισμών γύρω από τη χρηματοδότηση και την πρόσβαση σε τεχνολογικές ευκαιρίες. Παράλληλα, η GenAI αξιολογήθηκε θετικά ως πιθανός «εξισωτής» ευκαιριών, ιδίως όταν συνδέεται με ψηφιακή αυτο-αποτελεσματικότητα και πρόσβαση σε πληροφόρηση.

Το focus group ανέδειξε ότι τα έμφυλα εμπόδια δεν γίνονται πάντα αντιληπτά ως άμεσος αποκλεισμός από την τεχνολογία. Αντίθετα, συχνά εμφανίζονται ως έμμεσοι περιορισμοί που σχετίζονται με τους πολλαπλούς ρόλους των γυναικών, την έλλειψη χρόνου, την ανάγκη διεκδίκησης, την επαγγελματική αναγνώριση και την πρόσβαση σε ίσες αμοιβές ή χρηματοδότηση. Επομένως, η GenAI μπορεί να λειτουργήσει ως εργαλείο ενδυνάμωσης, αλλά μόνο εφόσον πλαισιωθεί από κατάλληλη εκπαίδευση, υποστήριξη και ευαισθησία στις πραγματικές συνθήκες της γυναικείας επιχειρηματικότητας.

Ερευνητικό ερώτημα 6: Τι είδους υποστήριξη χρειάζονται οι γυναίκες για να αξιοποιήσουν αποτελεσματικά τη GenAI;

Τα ευρήματα δείχνουν ότι οι γυναίκες χρειάζονται κυρίως πρακτική, εφαρμόσιμη και εξατομικευμένη υποστήριξη. Στο ποσοτικό σκέλος, οι σημαντικότερες ανάγκες που αναδείχθηκαν ήταν η μικρο-χρηματοδότηση για εργαλεία, η πρόσβαση σε συμβούλους AI, οι hands-on εκπαιδεύσεις και τα δίκτυα γυναικών στην τεχνολογία. Παράλληλα, το υποστηρικτικό οικοσύστημα της Κρήτης αξιολογήθηκε χαμηλά, ιδιαίτερα ως προς τις ευκαιρίες χρηματοδότησης και τα διαθέσιμα προγράμματα.

Η ποιοτική έρευνα ενίσχυσε το εύρημα αυτό, καθώς οι συμμετέχουσες αναφέρθηκαν στην ανάγκη ύπαρξης εξειδικευμένου συμβούλου ή AI transformation expert, ο οποίος θα μπορεί να κατανοήσει τις ανάγκες κάθε επιχείρησης και να προτείνει συγκεκριμένες λύσεις. Αυτό δείχνει ότι η υποστήριξη δεν πρέπει να περιορίζεται σε γενική θεωρητική ενημέρωση, αλλά να έχει πρακτικό χαρακτήρα και να συνδέεται με τις πραγματικές διαδικασίες κάθε επιχείρησης.

Συνολικά, τα ερευνητικά ερωτήματα απαντώνται με έναν κοινό άξονα: η GenAI αναγνωρίζεται ως τεχνολογία με σημαντικές δυνατότητες για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Κρήτη, κυρίως σε επίπεδο περιεχομένου, παραγωγικότητας, εξοικονόμησης χρόνου και επιχειρησιακής υποστήριξης. Ωστόσο, η αξιοποίησή της παραμένει σε πρώιμο στάδιο και εξαρτάται από την ενίσχυση της γνώσης, την ανάπτυξη πρακτικών δεξιοτήτων, τη διαχείριση κινδύνων, την ύπαρξη ανθρώπινης εποπτείας και τη δημιουργία ενός πιο ισχυρού υποστηρικτικού οικοσυστήματος.

5.3 Συμπεράσματα

Η παρούσα έρευνα επιχείρησε να διερευνήσει τις δυνατότητες και τις προοπτικές της Generative AI στη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Κρήτη, αξιοποιώντας μικτή μεθοδολογική προσέγγιση, με ποσοτικό ερωτηματολόγιο και ποιοτική συζήτηση focus group. Τα αποτελέσματα ανέδειξαν μια σύνθετη εικόνα, στην οποία η GenAI αντιμετωπίζεται θετικά από τις συμμετέχουσες, αλλά η υιοθέτησή της βρίσκεται ακόμη σε πρώιμο στάδιο.

Το πρώτο βασικό συμπέρασμα είναι ότι η GenAI έχει αρχίσει να γίνεται γνωστή και να χρησιμοποιείται από γυναίκες επαγγελματίες και επιχειρηματίες στην Κρήτη, αλλά η γνώση

της παραμένει κυρίως επιφανειακή. Παρότι οι συμμετέχουσες αναγνωρίζουν τη χρησιμότητα της τεχνολογίας, η πραγματική χρήση της δεν είναι ακόμη πλήρως συστηματοποιημένη. Το 31% του δείγματος δήλωσε ότι δεν χρησιμοποιεί ακόμη GenAI, ενώ η γνώση της έννοιας είναι κυρίως βασική ή επιφανειακή. Το εύρημα αυτό δείχνει ότι η τεχνολογία βρίσκεται σε στάδιο πρώτης υιοθέτησης και όχι ώριμης ενσωμάτωσης στην επιχειρηματική πρακτική.

Το δεύτερο συμπέρασμα είναι ότι η γνώση και η εξοικείωση αποτελούν τον σημαντικότερο παράγοντα που σχετίζεται με τη χρήση και την πρόθεση υιοθέτησης της GenAI. Η στατιστική ανάλυση έδειξε ότι όσο αυξάνεται η γνώση της GenAI, τόσο ενισχύονται η πρόθεση χρήσης, η πραγματική χρήση και το ενδιαφέρον συμμετοχής σε δράσεις κατάρτισης. Επομένως, η εκπαίδευση και η πρακτική εξοικείωση δεν αποτελούν απλώς συμπληρωματικές δράσεις, αλλά βασική προϋπόθεση για την ουσιαστική υιοθέτηση της τεχνολογίας.

Το τρίτο συμπέρασμα αφορά τις επιχειρηματικές δυνατότητες της GenAI. Οι συμμετέχουσες αντιλαμβάνονται την τεχνολογία κυρίως ως εργαλείο υποστήριξης του μάρκετινγκ, της επικοινωνίας και της παραγωγής περιεχομένου. Η χρήση της για κείμενα, social media, emails, παρουσιάσεις και δημιουργία ιδεών εμφανίζεται ως η πιο άμεση και κατανοητή εφαρμογή. Ωστόσο, τα ποιοτικά ευρήματα έδειξαν ότι οι δυνατότητες της GenAI μπορούν να επεκταθούν και σε πιο σύνθετες λειτουργίες, όπως η ανάλυση δεδομένων, η οργάνωση αρχείων, η εσωτερική τεκμηρίωση, η αυτοματοποίηση εργασιών και η στρατηγική υποστήριξη της επιχείρησης.

Το τέταρτο συμπέρασμα είναι ότι υπάρχει σαφές «χάσμα στάσης–πράξης». Οι συμμετέχουσες αναγνωρίζουν θετικά τις δυνατότητες και τα οφέλη της GenAI, όμως η πρόθεση υιοθέτησης και η συστηματική χρήση παραμένουν πιο περιορισμένες. Αυτό σημαίνει ότι η θετική στάση δεν αρκεί από μόνη της για να οδηγήσει σε πραγματική ενσωμάτωση της τεχνολογίας. Χρειάζονται πρακτικές δεξιότητες, χρόνος, πειραματισμός, εμπιστοσύνη, ανθρώπινη εποπτεία και κατάλληλη καθοδήγηση.

Το πέμπτο συμπέρασμα αφορά τα εμπόδια υιοθέτησης. Τα βασικά εμπόδια που αναδείχθηκαν δεν συνδέονται πρωτίστως με αρνητική στάση ή απόρριψη της τεχνολογίας, αλλά με ζητήματα εμπιστοσύνης, ποιότητας, νομικής αβεβαιότητας και δεδομένων. Οι συμμετέχουσες εκφράζουν ανησυχίες για την ακρίβεια των αποτελεσμάτων, την παραπληροφόρηση, τις

ανακριβείς πηγές και την ανάγκη συνεχούς ελέγχου. Αυτό δείχνει ότι η GenAI μπορεί να αξιοποιηθεί αποτελεσματικά μόνο εφόσον υπάρχει κριτική χρήση και ανθρώπινη επιμέλεια.

Το έκτο συμπέρασμα αφορά το υποστηρικτικό οικοσύστημα της Κρήτης. Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι οι υπάρχουσες υποστηρικτικές δομές αξιολογούνται ως ανεπαρκείς, με χαμηλότερο σημείο τις ευκαιρίες χρηματοδότησης και τα προγράμματα υποστήριξης. Η ανάγκη για hands-on εκπαιδεύσεις, πρόσβαση σε συμβούλους AI, μικρο-χρηματοδότηση και δίκτυα γυναικών στην τεχνολογία αναδείχθηκε έντονα. Επομένως, η υιοθέτηση της GenAI δεν είναι μόνο ζήτημα ατομικής διάθεσης ή δεξιοτήτων, αλλά και ζήτημα ύπαρξης τοπικών δομών στήριξης.

Το έβδομο συμπέρασμα αφορά τη φύλο-σχετική διάσταση. Τα ευρήματα δείχνουν ότι οι συμμετέχουσες δεν βιώνουν απαραίτητα το φύλο ως άμεσο εμπόδιο στη χρήση της GenAI. Ωστόσο, η ποιοτική έρευνα ανέδειξε πιο έμμεσες μορφές έμφυλων περιορισμών, όπως οι πολλαπλοί ρόλοι των γυναικών, η έλλειψη χρόνου, η ανάγκη μεγαλύτερης διεκδίκησης, η πρόσβαση σε χρηματοδότηση και η επαγγελματική αναγνώριση. Παράλληλα, η GenAI εκλαμβάνεται ως πιθανός «εξισωτής» ευκαιριών, υπό την προϋπόθεση ότι συνοδεύεται από κατάλληλη κατάρτιση και υποστήριξη.

Συνολικά, η έρευνα καταλήγει στο ότι η Generative AI παρουσιάζει σημαντικές δυνατότητες για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Κρήτη, κυρίως ως εργαλείο εξοικονόμησης χρόνου, παραγωγής περιεχομένου, βελτίωσης παραγωγικότητας και υποστήριξης καινοτομίας. Παρόλα αυτά, η πλήρης αξιοποίησή της προϋποθέτει περισσότερα από την απλή πρόσβαση σε εργαλεία. Απαιτείται εκπαίδευση, πρακτική καθοδήγηση, αξιόπιστο πλαίσιο χρήσης, χρηματοδοτική υποστήριξη και ενίσχυση της ψηφιακής αυτοπεποίθησης των γυναικών. Με βάση τα ευρήματα, η GenAI μπορεί να αποτελέσει εργαλείο ενδυνάμωσης και επιχειρηματικού μετασχηματισμού, εφόσον ενταχθεί σε ένα οργανωμένο πλαίσιο γνώσης, υποστήριξης και υπεύθυνης χρήσης.

5.4 Πρακτικές προτάσεις για γυναίκες επιχειρηματίες

Με βάση τα ευρήματα της έρευνας, η αξιοποίηση της Generative AI από γυναίκες επιχειρηματίες και επαγγελματίες στην Κρήτη μπορεί να ξεκινήσει σταδιακά, με πρακτικό και

ρεαλιστικό τρόπο. Δεδομένου ότι η γνώση και η εξοικείωση αναδείχθηκαν ως βασικοί παράγοντες που επηρεάζουν τη χρήση και την πρόθεση υιοθέτησης της GenAI, είναι σημαντικό οι γυναίκες επιχειρηματίες να μην αντιμετωπίζουν την τεχνολογία ως κάτι σύνθετο ή απρόσιτο, αλλά ως ένα εργαλείο που μπορεί να ενταχθεί βήμα-βήμα στην καθημερινή λειτουργία της επιχείρησης.

Μια πρώτη πρακτική πρόταση είναι η έναρξη από απλές και άμεσα εφαρμόσιμες χρήσεις. Οι γυναίκες επιχειρηματίες μπορούν να αξιοποιήσουν εργαλεία GenAI για τη σύνταξη και βελτίωση κειμένων, τη δημιουργία ιδεών για social media, την προετοιμασία emails, τη διαμόρφωση παρουσιάσεων, τη δημιουργία περιγραφών προϊόντων ή υπηρεσιών και την οργάνωση βασικού επικοινωνιακού υλικού. Οι χρήσεις αυτές είναι ιδιαίτερα κατάλληλες για μικρές επιχειρήσεις, καθώς δεν απαιτούν υψηλό τεχνικό υπόβαθρο και μπορούν να προσφέρουν άμεσα οφέλη σε επίπεδο χρόνου και παραγωγικότητας.

Παράλληλα, είναι σημαντικό η χρήση της GenAI να συνδέεται με συγκεκριμένες ανάγκες της επιχείρησης. Πριν από την υιοθέτηση ενός εργαλείου, κάθε επιχειρηματίας θα πρέπει να εντοπίζει ποιες εργασίες καταναλώνουν περισσότερο χρόνο, ποιες διαδικασίες επαναλαμβάνονται συχνά και σε ποια σημεία υπάρχει ανάγκη υποστήριξης. Για παράδειγμα, μια επιχείρηση που βασίζεται έντονα στην επικοινωνία με πελάτες μπορεί να αξιοποιήσει τη GenAI για προσχέδια απαντήσεων, συχνές ερωτήσεις ή ενημερωτικά κείμενα. Αντίστοιχα, μια επιχείρηση που παράγει συστηματικά περιεχόμενο μπορεί να τη χρησιμοποιήσει για ιδέες, θεματικά πλάνα, captions και προσαρμογή κειμένων σε διαφορετικά κοινά.

Ιδιαίτερη σημασία έχει η εκπαίδευση στο σωστό prompting. Τα αποτελέσματα του focus group έδειξαν ότι οι συμμετέχουσες που χρησιμοποιούν πιο αποτελεσματικά τη GenAI δεν περιορίζονται σε γενικές ερωτήσεις, αλλά δίνουν πλαίσιο, στόχο, ύφος, κοινό, παραδείγματα και επιπλέον οδηγίες. Επομένως, μια βασική πρακτική δεξιότητα είναι η ικανότητα διατύπωσης σαφών και ολοκληρωμένων οδηγιών προς το εργαλείο. Όσο πιο συγκεκριμένο είναι το αίτημα, τόσο πιο χρήσιμο και εφαρμόσιμο είναι συνήθως το αποτέλεσμα.

Ωστόσο, η GenAI δεν θα πρέπει να χρησιμοποιείται άκριτα. Μια από τις σημαντικότερες προτάσεις που προκύπτει από την έρευνα είναι η ανάγκη ανθρώπινου ελέγχου σε κάθε αποτέλεσμα που παράγεται. Οι γυναίκες επιχειρηματίες θα πρέπει να ελέγχουν την ακρίβεια

των πληροφοριών, να διασταυρώνουν πηγές, να προσαρμόζουν το περιεχόμενο στη δική τους επαγγελματική φωνή και να αποφεύγουν τη δημοσίευση ή αποστολή υλικού χωρίς επιμέλεια. Η GenAI μπορεί να λειτουργήσει ως βοηθός, αλλά η τελική ευθύνη για το περιεχόμενο, την ποιότητα και την επικοινωνία παραμένει στην επιχείρηση.

Επιπλέον, είναι απαραίτητο να διατηρείται η αυθεντικότητα της επιχείρησης. Η ποιοτική έρευνα ανέδειξε ότι οι συμμετέχουσες αντιλαμβάνονται τη GenAI ως συνεργάτη και όχι ως αντικαταστάτη της ανθρώπινης κρίσης. Για τον λόγο αυτό, οι γυναίκες επιχειρηματίες θα πρέπει να χρησιμοποιούν την τεχνολογία με τρόπο που ενισχύει τη δική τους ταυτότητα, το δικό τους ύφος και τη δική τους στρατηγική. Η GenAI μπορεί να προτείνει, να οργανώνει και να επιταχύνει, αλλά δεν θα πρέπει να αφαιρεί το προσωπικό στοιχείο που διαφοροποιεί κάθε επιχείρηση.

Μια ακόμη πρακτική πρόταση είναι η δημιουργία εσωτερικών κανόνων χρήσης της GenAI, ακόμη και σε πολύ μικρές επιχειρήσεις. Οι κανόνες αυτοί μπορούν να περιλαμβάνουν τι είδους δεδομένα επιτρέπεται να εισάγονται σε εργαλεία AI, ποιος ελέγχει το παραγόμενο περιεχόμενο, σε ποιες περιπτώσεις απαιτείται διασταύρωση πληροφοριών και ποια εργαλεία θεωρούνται ασφαλή ή κατάλληλα για χρήση. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό όταν η επιχείρηση διαχειρίζεται προσωπικά δεδομένα, οικονομικές πληροφορίες, στοιχεία πελατών ή ευαίσθητο επαγγελματικό υλικό.

Η GenAI μπορεί επίσης να αξιοποιηθεί ως εργαλείο μάθησης και ενδυνάμωσης. Οι γυναίκες επιχειρηματίες μπορούν να τη χρησιμοποιούν για να κατανοούν καλύτερα νέες έννοιες, να προετοιμάζονται για συναντήσεις, να οργανώνουν επιχειρηματικές ιδέες, να αναλύουν ανταγωνιστές, να βελτιώνουν παρουσιάσεις ή να δομούν προτάσεις συνεργασίας. Με αυτόν τον τρόπο, η τεχνολογία δεν περιορίζεται στην παραγωγή περιεχομένου, αλλά μπορεί να συμβάλει στην ενίσχυση της αυτοπεποίθησης και της στρατηγικής σκέψης.

Σημαντική πρόταση είναι και η σταδιακή μετάβαση από απλές σε πιο σύνθετες χρήσεις. Αφού μια επιχειρηματίας εξοικειωθεί με βασικές εφαρμογές, μπορεί στη συνέχεια να εξετάσει πιο προχωρημένες δυνατότητες, όπως η ανάλυση δεδομένων, η αυτοματοποίηση επαναλαμβανόμενων εργασιών, η δημιουργία προτύπων εγγράφων, η υποστήριξη εσωτερικής οργάνωσης ή η χρήση εργαλείων που συνδέονται με ημερολόγια, emails και αρχεία. Η

μετάβαση αυτή θα πρέπει να γίνεται με προσοχή, ώστε η τεχνολογία να εντάσσεται ομαλά στις υπάρχουσες διαδικασίες της επιχείρησης.

Η συμμετοχή σε εκπαιδευτικές δράσεις και δίκτυα υποστήριξης αποτελεί επίσης βασική πρακτική πρόταση. Τα ευρήματα της έρευνας δείχνουν ότι οι γυναίκες δεν χρειάζονται μόνο θεωρητική ενημέρωση για το τι είναι η GenAI, αλλά πρακτική εκπαίδευση με παραδείγματα, εφαρμογές και καθοδήγηση. Επομένως, η συμμετοχή σε hands-on workshops, mentoring προγράμματα και επαγγελματικά δίκτυα μπορεί να βοηθήσει τις γυναίκες επιχειρηματίες να αποκτήσουν μεγαλύτερη σιγουριά και να εφαρμόσουν την τεχνολογία πιο αποτελεσματικά.

Τέλος, οι γυναίκες επιχειρηματίες είναι σημαντικό να παρακολουθούν την επίδραση της GenAI στην επιχείρησή τους. Η χρήση της τεχνολογίας θα πρέπει να αξιολογείται με βάση πρακτικά κριτήρια, όπως η εξοικονόμηση χρόνου, η βελτίωση της ποιότητας του περιεχομένου, η μείωση επαναλαμβανόμενων εργασιών, η αύξηση της συνέπειας στην επικοινωνία και η καλύτερη οργάνωση της καθημερινής λειτουργίας. Με αυτόν τον τρόπο, η GenAI δεν αντιμετωπίζεται ως τάση ή πειραματικό εργαλείο, αλλά ως μέρος μιας συνειδητής επιχειρηματικής στρατηγικής.

Συνολικά, οι πρακτικές προτάσεις προς τις γυναίκες επιχειρηματίες συνοψίζονται στην ανάγκη σταδιακής, κριτικής και στοχευμένης αξιοποίησης της GenAI. Η τεχνολογία μπορεί να προσφέρει ουσιαστικά οφέλη, ιδιαίτερα σε επίπεδο χρόνου, παραγωγικότητας, περιεχομένου και οργάνωσης, αλλά η αποτελεσματική χρήση της προϋποθέτει γνώση, ανθρώπινη κρίση, σαφείς κανόνες και διαρκή προσαρμογή στις ανάγκες κάθε επιχείρησης. Μέσα από αυτή την προσέγγιση, η GenAI μπορεί να λειτουργήσει ως εργαλείο ενδυνάμωσης και όχι ως πηγή εξάρτησης ή απώλειας ελέγχου.

5.5 Προτάσεις για φορείς, επιμελητήρια και εκπαιδευτικά ιδρύματα

Με βάση τα ευρήματα της έρευνας, η ουσιαστική αξιοποίηση της Generative AI από γυναίκες επιχειρηματίες και επαγγελματίες στην Κρήτη δεν μπορεί να στηριχθεί αποκλειστικά στην ατομική προσπάθεια. Παρότι οι συμμετέχουσες εμφανίζουν ενδιαφέρον και θετική στάση απέναντι στην τεχνολογία, τα αποτελέσματα δείχνουν ότι υπάρχουν σημαντικά κενά σε επίπεδο γνώσης, καθοδήγησης, χρηματοδότησης και τοπικής υποστήριξης. Για τον λόγο αυτό,

οι φορείς επιχειρηματικότητας, τα επιμελητήρια, τα εκπαιδευτικά ιδρύματα και οι οργανισμοί καινοτομίας μπορούν να διαδραματίσουν καθοριστικό ρόλο στη μετάβαση από την απλή ενημέρωση στην πρακτική και ασφαλή υιοθέτηση της GenAI.

Μια πρώτη πρόταση αφορά τη δημιουργία πρακτικών εκπαιδευτικών προγραμμάτων για τη GenAI, ειδικά σχεδιασμένων για μικρές επιχειρήσεις και γυναίκες επαγγελματίες. Τα ευρήματα έδειξαν ότι η γνώση και η εξοικείωση είναι καθοριστικοί παράγοντες για την υιοθέτηση της τεχνολογίας. Επομένως, οι εκπαιδεύσεις δεν θα πρέπει να περιορίζονται σε γενικές παρουσιάσεις για το τι είναι η τεχνητή νοημοσύνη, αλλά να έχουν εφαρμοσμένο χαρακτήρα. Θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν παραδείγματα χρήσης σε πραγματικές επιχειρηματικές ανάγκες, όπως δημιουργία περιεχομένου, επικοινωνία με πελάτες, emails, παρουσιάσεις, social media, ανάλυση δεδομένων, οργάνωση αρχείων και αυτοματοποίηση επαναλαμβανόμενων εργασιών.

Ιδιαίτερη σημασία έχει η ανάπτυξη hands-on workshops. Οι γυναίκες επιχειρηματίες χρειάζονται πρακτική εξάσκηση, όχι μόνο θεωρητική ενημέρωση. Τα workshops θα μπορούσαν να οργανώνονται ανά επίπεδο γνώσης, ώστε να καλύπτουν τόσο αρχάριες χρήστριες όσο και επαγγελματίες που ήδη χρησιμοποιούν εργαλεία GenAI και θέλουν να περάσουν σε πιο προχωρημένες εφαρμογές. Για παράδειγμα, ένα βασικό επίπεδο θα μπορούσε να εστιάζει στο ChatGPT, στο Canva AI και στη δημιουργία περιεχομένου, ενώ ένα πιο προχωρημένο επίπεδο θα μπορούσε να περιλαμβάνει εργαλεία για ανάλυση δεδομένων, αυτοματοποίηση εργασιών, σύνδεση με επιχειρησιακές διαδικασίες και ανάπτυξη εσωτερικών οδηγιών χρήσης AI.

Μια δεύτερη πρόταση αφορά τη δημιουργία συμβουλευτικών υπηρεσιών ή μηχανισμών AI mentoring. Τα ευρήματα του focus group έδειξαν ότι οι συμμετέχουσες δεν χρειάζονται μόνο πρόσβαση σε εργαλεία, αλλά κάποιον που να μπορεί να κατανοήσει την επιχείρησή τους και να τις καθοδηγήσει στο πώς να αξιοποιήσουν τη GenAI με βάση τις δικές τους ανάγκες. Οι φορείς θα μπορούσαν να δημιουργήσουν υπηρεσίες εξατομικευμένης συμβουλευτικής, όπου ειδικοί στην AI και στον ψηφιακό μετασχηματισμό θα βοηθούν μικρές επιχειρήσεις να εντοπίσουν ποιες διαδικασίες μπορούν να βελτιωθούν, ποια εργαλεία είναι κατάλληλα και πώς μπορεί να γίνει ασφαλής ενσωμάτωση της τεχνολογίας.

Στο πλαίσιο αυτό, ιδιαίτερα χρήσιμος θα ήταν ο ρόλος ενός AI advisor ή AI transformation consultant για μικρές επιχειρήσεις. Ο ρόλος αυτός θα μπορούσε να υποστηριχθεί από επιμελητήρια, πανεπιστήμια, κόμβους καινοτομίας ή αναπτυξιακούς φορείς. Ο σύμβουλος δεν θα λειτουργεί ως αντικαταστάτης της επιχειρηματία, αλλά ως καθοδηγητής που βοηθά την επιχείρηση να αξιολογήσει τις ανάγκες της, να επιλέξει κατάλληλα εργαλεία, να εκπαιδεύσει την ομάδα της και να δημιουργήσει ένα ασφαλές πλαίσιο χρήσης. Με αυτόν τον τρόπο, η GenAI μπορεί να ενταχθεί στρατηγικά και όχι αποσπασματικά.

Μια τρίτη πρόταση αφορά την ενίσχυση της πρόσβασης σε χρηματοδότηση για εργαλεία και υπηρεσίες GenAI. Η έρευνα ανέδειξε ότι οι συμμετέχουσες θεωρούν σημαντική τη μικρο-χρηματοδότηση για εργαλεία AI, ειδικά σε μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις. Η χρήση πολλών εργαλείων απαιτεί συνδρομές, τεχνική υποστήριξη ή εκπαίδευση, στοιχεία που μπορεί να λειτουργήσουν αποτρεπτικά για επιχειρήσεις με περιορισμένους πόρους. Για τον λόγο αυτό, θα μπορούσαν να δημιουργηθούν μικρά προγράμματα επιδότησης για αγορά εργαλείων, συμμετοχή σε εκπαιδεύσεις ή πρόσβαση σε εξειδικευμένη συμβουλευτική.

Παράλληλα, οι φορείς μπορούν να αναπτύξουν ειδικά προγράμματα για γυναίκες επιχειρηματίες στην τεχνολογία και την ψηφιακή μετάβαση. Τα προγράμματα αυτά θα μπορούσαν να συνδυάζουν εκπαίδευση, mentoring, δικτύωση και χρηματοδότηση. Η στόχευση στις γυναίκες δεν σημαίνει ότι οι γυναίκες έχουν χαμηλότερη ικανότητα τεχνολογικής προσαρμογής, αλλά ότι συχνά αντιμετωπίζουν διαφορετικές συνθήκες πρόσβασης σε χρόνο, πόρους, χρηματοδότηση και δίκτυα. Επομένως, οι παρεμβάσεις θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη αυτές τις πραγματικές συνθήκες και να σχεδιάζονται με τρόπο ευέλικτο, πρακτικό και προσαρμοσμένο στις ανάγκες τους.

Μια τέταρτη πρόταση είναι η δημιουργία δικτύων γυναικών γύρω από την τεχνολογία και την επιχειρηματικότητα. Τα δίκτυα αυτά μπορούν να λειτουργήσουν ως χώροι ανταλλαγής γνώσης, εμπειριών και πρακτικών παραδειγμάτων. Μέσα από κοινότητες μάθησης, συναντήσεις, mentoring circles και συνεργατικά εργαστήρια, οι γυναίκες μπορούν να μοιράζονται τρόπους χρήσης της GenAI, δυσκολίες που αντιμετωπίζουν, εργαλεία που αξιοποιούν και λύσεις που έχουν εφαρμόσει στις επιχειρήσεις τους. Η δικτύωση αυτή μπορεί να ενισχύσει όχι μόνο τις τεχνικές δεξιότητες, αλλά και την αυτοπεποίθηση, τη διεκδικητικότητα και την επαγγελματική ορατότητα των γυναικών.

Επιπλέον, τα εκπαιδευτικά ιδρύματα της Κρήτης μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στη σύνδεση της ακαδημαϊκής γνώσης με την επιχειρηματική πράξη. Πανεπιστήμια, ερευνητικά κέντρα και δομές καινοτομίας θα μπορούσαν να σχεδιάσουν προγράμματα σύντομης κατάρτισης, σεμινάρια, bootcamps και εφαρμοσμένα projects σε συνεργασία με τοπικές επιχειρήσεις. Με αυτόν τον τρόπο, η γνώση γύρω από τη GenAI μπορεί να μεταφερθεί από το ακαδημαϊκό περιβάλλον στην πραγματική οικονομία, ενισχύοντας τη δυνατότητα των γυναικών επιχειρηματιών να αξιοποιήσουν την τεχνολογία με πρακτικό και άμεσο τρόπο.

Σημαντική είναι επίσης η ανάγκη δημιουργίας κατευθυντήριων οδηγιών για υπεύθυνη χρήση της GenAI. Οι φορείς θα μπορούσαν να αναπτύξουν απλούς και κατανοητούς οδηγούς για μικρές επιχειρήσεις, οι οποίοι να περιλαμβάνουν βασικές αρχές για την προστασία δεδομένων, τη διασταύρωση πληροφοριών, τη χρήση περιεχομένου που παράγεται από AI, τα πνευματικά δικαιώματα, τη νομική συμμόρφωση και τη διαχείριση κινδύνων. Οι οδηγοί αυτοί θα ήταν ιδιαίτερα χρήσιμοι για επιχειρήσεις που δεν διαθέτουν νομικά ή τεχνικά τμήματα, αλλά θέλουν να χρησιμοποιούν την τεχνολογία με ασφάλεια.

Μια ακόμη σημαντική πρόταση αφορά την ενσωμάτωση της GenAI σε ευρύτερες στρατηγικές ψηφιακού μετασχηματισμού. Η GenAI δεν θα πρέπει να αντιμετωπίζεται ως μεμονωμένο εργαλείο ή προσωρινή τάση, αλλά ως μέρος μιας συνολικότερης μετάβασης προς πιο ψηφιακές, ευέλικτες και καινοτόμες επιχειρηματικές πρακτικές. Οι φορείς μπορούν να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις να συνδέσουν τη χρήση της GenAI με υπάρχουσες ανάγκες, όπως η ψηφιακή παρουσία, η εξυπηρέτηση πελατών, η ανάλυση αγοράς, η εσωτερική οργάνωση και η ανάπτυξη νέων υπηρεσιών.

Τέλος, είναι σημαντικό οι παρεμβάσεις να αξιολογούνται συστηματικά. Τα προγράμματα εκπαίδευσης, mentoring ή χρηματοδότησης θα πρέπει να συνοδεύονται από μηχανισμούς παρακολούθησης, ώστε να εξετάζεται αν πράγματι αυξάνουν τη χρήση της GenAI, την αυτοπεποίθηση των γυναικών, την παραγωγικότητα και την επιχειρηματική καινοτομία. Η αξιολόγηση αυτή θα βοηθήσει τους φορείς να βελτιώνουν τις δράσεις τους και να προσαρμόζουν τις παρεμβάσεις στις πραγματικές ανάγκες της τοπικής επιχειρηματικής κοινότητας.

Συνολικά, οι προτάσεις προς φορείς, επιμελητήρια και εκπαιδευτικά ιδρύματα εστιάζουν στην ανάγκη δημιουργίας ενός πιο ισχυρού και πρακτικά προσανατολισμένου οικοσυστήματος υποστήριξης. Η GenAI μπορεί να προσφέρει σημαντικές δυνατότητες για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Κρήτη, αλλά η αξιοποίησή της απαιτεί συντονισμένη δράση. Εκπαίδευση, mentoring, χρηματοδότηση, δικτύωση, κατευθυντήριες οδηγίες και σύνδεση με την επιχειρηματική πράξη αποτελούν βασικές προϋποθέσεις για να περάσει η τεχνολογία από τη θεωρητική δυνατότητα στην ουσιαστική εφαρμογή.

5.6 Περιορισμοί της έρευνας

Όπως κάθε εμπειρική έρευνα, έτσι και η παρούσα μελέτη υπόκειται σε ορισμένους περιορισμούς, οι οποίοι πρέπει να ληφθούν υπόψη κατά την ερμηνεία των αποτελεσμάτων. Οι περιορισμοί αυτοί δεν αναιρούν τη σημασία των ευρημάτων, αλλά καθορίζουν το πλαίσιο μέσα στο οποίο μπορούν να αξιολογηθούν και να αξιοποιηθούν. Δεδομένου ότι η έρευνα εξετάζει ένα σύγχρονο και ταχέως εξελισσόμενο φαινόμενο, όπως η Generative AI, τα αποτελέσματα θα πρέπει να αντιμετωπιστούν ως ενδεικτικά και διερευνητικά.

Ένας πρώτος περιορισμός αφορά το μέγεθος και τη σύνθεση του δείγματος. Η ποσοτική έρευνα βασίστηκε σε 80 έγκυρες απαντήσεις, αριθμός που επιτρέπει την εξαγωγή χρήσιμων ενδείξεων, αλλά δεν επαρκεί για ασφαλείς γενικεύσεις στο σύνολο των γυναικών επιχειρηματιών και επαγγελματιών της Κρήτης. Επιπλέον, το δείγμα δεν ήταν τυχαίο, αλλά δείγμα ευκολίας, καθώς οι συμμετέχουσες προσεγγίστηκαν μέσα από διαθέσιμα δίκτυα, επαγγελματικές επαφές και κανάλια επικοινωνίας. Συνεπώς, είναι πιθανό να συμμετείχαν περισσότερο γυναίκες που είχαν ήδη κάποιο ενδιαφέρον για την τεχνολογία, την επιχειρηματικότητα, την καινοτομία ή τη χρήση ψηφιακών εργαλείων.

Ένας δεύτερος σημαντικός περιορισμός αφορά τη γεωγραφική κατανομή του δείγματος. Παρότι η έρευνα εστίασε στην Κρήτη συνολικά, η πλειονότητα των απαντήσεων προήλθε από την Περιφερειακή Ενότητα Ηρακλείου. Αυτό περιορίζει τη δυνατότητα σύγκρισης μεταξύ των διαφορετικών περιοχών του νησιού, όπως τα Χανιά, το Ρέθυμνο και το Λασίθι. Επομένως, τα αποτελέσματα αποτυπώνουν σε μεγαλύτερο βαθμό την εικόνα του Ηρακλείου και λιγότερο την πλήρη περιφερειακή διαφοροποίηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Κρήτη.

Η γεωγραφική αυτή ανισορροπία δεν οφείλεται μόνο στη διαδικασία διανομής του ερωτηματολογίου, αλλά και στη δυσκολία εντοπισμού και προσέγγισης γυναικών από τις υπόλοιπες Περιφερειακές Ενότητες της Κρήτης, οι οποίες να βρίσκονται σε θέσεις ευθύνης, να διοικούν επιχειρήσεις ή να έχουν ενεργό ρόλο στη λήψη επιχειρηματικών αποφάσεων. Κατά τη διαδικασία αναζήτησης συμμετεχουσών για το ποιοτικό σκέλος της έρευνας, διαπιστώθηκε ότι ήταν δυσκολότερο να εντοπιστούν γυναίκες με τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά στους νομούς Χανίων, Ρεθύμνου και Λασιθίου. Παράλληλα, ορισμένες γυναίκες που προσεγγίστηκαν αρνήθηκαν να συμμετάσχουν, αναφέροντας ότι δεν γνώριζαν καθόλου ή γνώριζαν ελάχιστα για την τεχνητή νοημοσύνη και φοβήθηκαν ότι δεν θα μπορούσαν να συμβάλουν ουσιαστικά στη συζήτηση.

Το γεγονός αυτό αποτελεί σημαντικό περιορισμό, καθώς ενδέχεται να έχει επηρεάσει τη σύνθεση τόσο του ποιοτικού όσο και του ποσοτικού δείγματος. Από τη μία πλευρά, στο focus group συμμετείχαν γυναίκες που είχαν τουλάχιστον ένα επίπεδο εξοικείωσης, ενδιαφέροντος ή επαγγελματικής επαφής με την τεχνολογία, γεγονός που μπορεί να σημαίνει ότι οι απόψεις τους δεν αντικατοπτρίζουν πλήρως τις γυναίκες που βρίσκονται σε μεγαλύτερη απόσταση από τη GenAI. Από την άλλη πλευρά, η ίδια τάση φάνηκε και στο ποσοτικό σκέλος της έρευνας, καθώς δεν συγκεντρώθηκε μεγάλο δείγμα γυναικών σε ρόλους ευθύνης από τις υπόλοιπες τρεις Περιφερειακές Ενότητες της Κρήτης. Συνεπώς, τα ευρήματα αποτυπώνουν σε μεγαλύτερο βαθμό τις αντιλήψεις και εμπειρίες γυναικών που δραστηριοποιούνται στο Ηράκλειο και λιγότερο την πλήρη εικόνα των γυναικών επιχειρηματιών ή στελεχών σε ολόκληρη την Κρήτη.

Ένας τρίτος περιορισμός σχετίζεται με τον αυτοαναφορικό χαρακτήρα των δεδομένων. Οι απαντήσεις βασίστηκαν στις προσωπικές εκτιμήσεις, αντιλήψεις και εμπειρίες των συμμετεχουσών. Αυτό σημαίνει ότι τα δεδομένα δεν αποτυπώνουν απαραίτητα την πραγματική χρήση της GenAI με αντικειμενικό τρόπο, αλλά τον τρόπο με τον οποίο οι ίδιες οι συμμετέχουσες αντιλαμβάνονται τη γνώση, τη χρήση, τα οφέλη και τα εμπόδια της τεχνολογίας. Είναι πιθανό ορισμένες συμμετέχουσες να υπερεκτίμησαν ή να υποεκτίμησαν το επίπεδο εξοικείωσής τους ή την πραγματική έκταση χρήσης των εργαλείων GenAI.

Ένας τέταρτος περιορισμός αφορά τον συγχρονικό χαρακτήρα της έρευνας. Η μελέτη αποτυπώνει τις αντιλήψεις και τις πρακτικές των συμμετεχουσών σε μια συγκεκριμένη χρονική στιγμή. Ωστόσο, η Generative AI εξελίσσεται με ιδιαίτερα γρήγορο ρυθμό, ενώ νέα

εργαλεία, δυνατότητες και ρυθμιστικά πλαίσια εμφανίζονται συνεχώς. Συνεπώς, οι στάσεις και οι πρακτικές που καταγράφηκαν ενδέχεται να μεταβληθούν σημαντικά σε σύντομο χρονικό διάστημα, καθώς οι χρήστριες εξοικειώνονται περισσότερο με την τεχνολογία και οι επιχειρήσεις αποκτούν μεγαλύτερη εμπειρία στην αξιοποίησή της.

Ένας πέμπτος περιορισμός αφορά το ποιοτικό σκέλος της έρευνας. Το focus group πραγματοποιήθηκε με πέντε γυναίκες επιχειρηματίες ή στελέχη που δραστηριοποιούνται στην Κρήτη στους τομείς του μάρκετινγκ, της τεχνολογίας, του πρωτογενούς τομέα και της εκπαίδευσης. Το μικρό μέγεθος της ομάδας επέτρεψε εις βάθος συζήτηση και ανάδειξη σημαντικών εμπειριών, αλλά δεν επιτρέπει γενίκευση των ποιοτικών ευρημάτων. Τα αποτελέσματα του focus group λειτουργούν κυρίως ερμηνευτικά και συμπληρωματικά προς τα ποσοτικά δεδομένα, βοηθώντας στην κατανόηση των στάσεων, των επιφυλάξεων και των αναγκών που αναδείχθηκαν.

Ένας ακόμη περιορισμός αφορά τη διαφοροποίηση των κλάδων δραστηριοποίησης των συμμετεχουσών. Η έρευνα περιλαμβάνει γυναίκες από διαφορετικά επαγγελματικά πεδία, γεγονός που προσφέρει ευρύτερη εικόνα, αλλά ταυτόχρονα περιορίζει τη δυνατότητα εξαγωγής εξειδικευμένων συμπερασμάτων ανά κλάδο. Για παράδειγμα, οι ανάγκες μιας γυναίκας που δραστηριοποιείται στο μάρκετινγκ μπορεί να διαφέρουν σημαντικά από τις ανάγκες μιας γυναίκας στον πρωτογενή τομέα, στην εκπαίδευση ή στην τεχνολογία. Επομένως, τα ευρήματα αποτυπώνουν γενικές τάσεις και όχι πλήρη κλαδική ανάλυση.

Σε μεθοδολογικό επίπεδο, ένας επιπλέον περιορισμός αφορά ορισμένους σύνθετους δείκτες που χρησιμοποιήθηκαν στην ποσοτική ανάλυση. Παρότι οι περισσότεροι δείκτες εμφάνισαν ικανοποιητική αξιοπιστία, ο δείκτης που αφορούσε την ισότητα και τις έμφυλες διαστάσεις εμφάνισε χαμηλότερη εσωτερική συνοχή. Για τον λόγο αυτό, τα σχετικά ευρήματα ερμηνεύθηκαν με προσοχή και σε ορισμένες περιπτώσεις εξετάστηκαν περισσότερο σε επίπεδο επιμέρους ερωτήσεων παρά ως ενιαίος δείκτης. Αυτό δείχνει ότι οι έμφυλες διαστάσεις της GenAI είναι σύνθετες και πιθανόν δεν μπορούν να αποτυπωθούν επαρκώς μέσα από έναν μόνο συγκεντρωτικό δείκτη.

Τέλος, πρέπει να σημειωθεί ότι η παρούσα έρευνα εξετάζει τη GenAI σε ένα περιβάλλον όπου η τεχνολογία βρίσκεται ακόμη σε φάση ταχείας διάδοσης και κοινωνικής διαπραγμάτευσης.

Οι συμμετέχουσες δεν είχαν όλες την ίδια πρόσβαση σε εργαλεία, γνώσεις ή εμπειρίες, ενώ οι αντιλήψεις τους ενδέχεται να επηρεάζονται από τη δημόσια συζήτηση γύρω από την τεχνητή νοημοσύνη, τις προσωπικές τους εμπειρίες και το επίπεδο ψηφιακής ετοιμότητας της επιχείρησής τους. Επιπλέον, το γεγονός ότι ορισμένες γυναίκες απέφυγαν να συμμετάσχουν λόγω έλλειψης γνώσης γύρω από την τεχνητή νοημοσύνη δείχνει ότι η ίδια η θεματική της έρευνας μπορεί να λειτουργήσει αποτρεπτικά για άτομα με χαμηλή εξοικείωση. Αυτό πιθανόν να οδήγησε σε μερική υποεκπροσώπηση γυναικών που βρίσκονται ακόμη πιο μακριά από την τεχνολογία και των οποίων οι ανάγκες θα μπορούσαν να είναι διαφορετικές ή ακόμη πιο έντονες.

Συνολικά, οι περιορισμοί της έρευνας δείχνουν ότι τα αποτελέσματα πρέπει να ερμηνευθούν ως ενδεικτικά και διερευνητικά. Η μελέτη προσφέρει χρήσιμη εικόνα για τις αντιλήψεις, τις δυνατότητες και τα εμπόδια που σχετίζονται με τη GenAI στη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Κρήτη, αλλά δεν επιδιώκει στατιστική γενίκευση στο σύνολο του πληθυσμού. Αντίθετα, λειτουργεί ως βάση για περαιτέρω έρευνα και για τον σχεδιασμό πιο στοχευμένων παρεμβάσεων εκπαίδευσης, υποστήριξης και ενδυνάμωσης, ιδιαίτερα σε περιοχές και ομάδες γυναικών που εμφανίζονται λιγότερο εκπροσωπημένες στην παρούσα μελέτη.

5.7 Προτάσεις για μελλοντική έρευνα

Με βάση τα ευρήματα και τους περιορισμούς της παρούσας μελέτης, προκύπτουν ορισμένες κατευθύνσεις για μελλοντική έρευνα. Η Generative AI αποτελεί ένα πεδίο που εξελίσσεται με ιδιαίτερα γρήγορο ρυθμό, ενώ η αξιοποίησή της στην επιχειρηματικότητα βρίσκεται ακόμη σε φάση διαμόρφωσης. Για τον λόγο αυτό, απαιτούνται περαιτέρω μελέτες που θα εξετάσουν πιο αναλυτικά τόσο την πορεία υιοθέτησης της τεχνολογίας όσο και τις ιδιαίτερες ανάγκες διαφορετικών ομάδων επιχειρηματιών και επαγγελματιών.

Μια πρώτη πρόταση αφορά τη διεξαγωγή έρευνας με μεγαλύτερο και πιο αντιπροσωπευτικό δείγμα γυναικών από όλες τις Περιφερειακές Ενότητες της Κρήτης. Η παρούσα έρευνα συγκέντρωσε περισσότερες απαντήσεις από το Ηράκλειο, γεγονός που περιορίζει τη δυνατότητα εξαγωγής συμπερασμάτων για το σύνολο του νησιού. Μελλοντικές έρευνες θα μπορούσαν να επιδιώξουν πιο ισόρροπη συμμετοχή από τα Χανιά, το Ρέθυμνο και το Λασίθι,

ώστε να διερευνηθεί αν οι ανάγκες, οι στάσεις και τα εμπόδια διαφοροποιούνται ανάλογα με την περιοχή δραστηριοποίησης.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον θα είχε επίσης η εστίαση σε γυναίκες που βρίσκονται σε θέσεις ευθύνης ή διοικούν επιχειρήσεις στις λιγότερο εκπροσωπημένες περιοχές της Κρήτης. Δεδομένου ότι στην παρούσα έρευνα υπήρξε δυσκολία εντοπισμού και προσέγγισης τέτοιων συμμετεχουσών εκτός Ηρακλείου, μια πιο στοχευμένη μελλοντική μελέτη θα μπορούσε να εξετάσει αν η πρόσβαση σε τεχνολογία, εκπαίδευση, δίκτυα και υποστήριξη είναι διαφορετική στις υπόλοιπες περιοχές του νησιού. Με αυτόν τον τρόπο, θα μπορούσε να αποτυπωθεί πιο καθαρά αν υπάρχουν ενδοπεριφερειακές ανισότητες στην πρόσβαση και αξιοποίηση της GenAI.

Μια δεύτερη πρόταση αφορά τη διεξαγωγή συγκριτικής έρευνας μεταξύ γυναικών και ανδρών επιχειρηματιών. Η παρούσα μελέτη εστίασε αποκλειστικά στις γυναίκες, καθώς στόχος της ήταν η διερεύνηση της GenAI στο πλαίσιο της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Ωστόσο, μια μελλοντική συγκριτική έρευνα θα μπορούσε να εξετάσει αν υπάρχουν διαφορές ανάμεσα σε γυναίκες και άνδρες ως προς τη γνώση, τη χρήση, την πρόθεση υιοθέτησης, την αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα και τα εμπόδια της GenAI. Μια τέτοια σύγκριση θα βοηθούσε να αποσαφηνιστεί καλύτερα ποιες διαφορές σχετίζονται με το φύλο και ποιες με άλλους παράγοντες, όπως ο κλάδος, το μέγεθος της επιχείρησης, η ηλικία ή η προηγούμενη τεχνολογική εμπειρία.

Μια τρίτη πρόταση αφορά την κλαδική διερεύνηση της χρήσης της GenAI. Η παρούσα έρευνα συμπεριέλαβε γυναίκες από διαφορετικούς κλάδους, γεγονός που επέτρεψε την αποτύπωση μιας γενικής εικόνας. Ωστόσο, οι ανάγκες μιας επιχείρησης στον τουρισμό, στην εκπαίδευση, στο μάρκετινγκ, στην τεχνολογία, στο εμπόριο ή στον πρωτογενή τομέα μπορεί να διαφέρουν σημαντικά. Μελλοντικές έρευνες θα μπορούσαν να εστιάσουν σε συγκεκριμένους κλάδους, ώστε να αναδειχθούν πιο εξειδικευμένες εφαρμογές, εμπόδια και ανάγκες υποστήριξης. Για παράδειγμα, στον τουρισμό η GenAI μπορεί να συνδέεται περισσότερο με την επικοινωνία με πελάτες και την εξατομίκευση εμπειριών, ενώ στον πρωτογενή τομέα μπορεί να σχετίζεται με ανάλυση δεδομένων, προβολή προϊόντων ή πρόσβαση σε νέες αγορές.

Μια τέταρτη πρόταση αφορά τη διεξαγωγή περισσότερων focus groups ή ατομικών συνεντεύξεων. Το focus group της παρούσας έρευνας παρείχε σημαντικές ερμηνευτικές

πληροφορίες, ωστόσο ο περιορισμένος αριθμός συμμετεχουσών δεν επιτρέπει την πλήρη κάλυψη όλων των εμπειριών και απόψεων. Μελλοντικές ποιοτικές έρευνες θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν περισσότερες ομάδες συζήτησης, χωρισμένες ανά περιοχή, κλάδο ή επίπεδο εξοικείωσης με τη GenAI. Παράλληλα, οι ατομικές συνεντεύξεις θα μπορούσαν να βοηθήσουν στην πιο εις βάθος διερεύνηση προσωπικών εμπειριών, δυσκολιών, φόβων και πρακτικών υιοθέτησης.

Επιπλέον, θα ήταν χρήσιμο να μελετηθούν ειδικά οι γυναίκες που δεν χρησιμοποιούν καθόλου εργαλεία GenAI ή που αποφεύγουν να συμμετάσχουν σε σχετικές συζητήσεις λόγω χαμηλής εξοικείωσης. Στην παρούσα έρευνα διαπιστώθηκε ότι ορισμένες γυναίκες αρνήθηκαν να συμμετάσχουν στο focus group επειδή ένιωθαν ότι δεν γνώριζαν αρκετά για την τεχνητή νοημοσύνη. Μελλοντική έρευνα θα μπορούσε να εστιάσει ακριβώς σε αυτή την ομάδα, ώστε να κατανοηθεί καλύτερα τι προκαλεί δισταγμό, φόβο ή αίσθημα μη επάρκειας απέναντι στη GenAI. Η κατανόηση αυτής της ομάδας είναι ιδιαίτερα σημαντική για τον σχεδιασμό εκπαιδευτικών παρεμβάσεων που δεν απευθύνονται μόνο σε ήδη εξοικειωμένες χρήστριες.

Μια πέμπτη πρόταση αφορά τη διεξαγωγή διαχρονικής έρευνας. Επειδή η GenAI εξελίσσεται γρήγορα, θα είχε ενδιαφέρον να μελετηθεί πώς αλλάζουν οι στάσεις, οι δεξιότητες και οι πρακτικές χρήσης σε βάθος χρόνου. Μια διαχρονική μελέτη θα μπορούσε να εξετάσει αν η εξοικείωση αυξάνεται, αν οι επιχειρήσεις περνούν από απλές σε πιο σύνθετες χρήσεις και αν τα εμπόδια που σήμερα φαίνονται σημαντικά μειώνονται με την εμπειρία και την εκπαίδευση. Με αυτόν τον τρόπο, θα μπορούσε να αποτυπωθεί η πορεία μετάβασης από την αρχική περιέργεια στην ώριμη επιχειρηματική αξιοποίηση της GenAI.

Μια έκτη πρόταση αφορά την αξιολόγηση εκπαιδευτικών παρεμβάσεων. Μελλοντική έρευνα θα μπορούσε να εξετάσει τις στάσεις και τις δεξιότητες των γυναικών πριν και μετά από ένα πρακτικό workshop GenAI. Για παράδειγμα, θα μπορούσε να μετρηθεί αν μετά από μια hands-on εκπαίδευση αυξάνεται η αυτοπεποίθηση, η πρόθεση χρήσης, η πραγματική χρήση και η ικανότητα αξιολόγησης των αποτελεσμάτων που παράγονται από εργαλεία AI. Μια τέτοια προσέγγιση θα είχε ιδιαίτερη πρακτική αξία, καθώς θα έδειχνε ποιες μορφές εκπαίδευσης είναι περισσότερο αποτελεσματικές.

Μια ακόμη πρόταση αφορά τη διερεύνηση του ρόλου των συμβούλων AI και των μηχανισμών υποστήριξης μικρών επιχειρήσεων. Τα ευρήματα της παρούσας έρευνας ανέδειξαν την ανάγκη για εξατομικευμένη καθοδήγηση και πρακτική υποστήριξη. Μελλοντικές μελέτες θα μπορούσαν να εξετάσουν πώς θα μπορούσε να λειτουργήσει στην πράξη ένας AI advisor ή AI transformation consultant για μικρές επιχειρήσεις, ποιες υπηρεσίες θα ήταν περισσότερο χρήσιμες και ποιοι φορείς θα μπορούσαν να αναλάβουν έναν τέτοιο ρόλο. Αυτό θα συνέβαλε στον σχεδιασμό πιο αποτελεσματικών πολιτικών και προγραμμάτων υποστήριξης.

Τέλος, μελλοντική έρευνα θα μπορούσε να εξετάσει πιο αναλυτικά τις ηθικές, νομικές και κοινωνικές διαστάσεις της χρήσης GenAI από μικρές επιχειρήσεις. Ζητήματα όπως η προστασία προσωπικών δεδομένων, η αξιοπιστία των πληροφοριών, τα πνευματικά δικαιώματα, η μεροληψία των αλγορίθμων και η διατήρηση της ανθρώπινης κρίσης αναδείχθηκαν ως σημαντικά στην παρούσα έρευνα. Ωστόσο, απαιτείται περαιτέρω διερεύνηση για το πώς αντιλαμβάνονται και διαχειρίζονται αυτά τα ζητήματα οι μικρές επιχειρήσεις στην καθημερινή τους πρακτική.

Συνολικά, οι προτάσεις για μελλοντική έρευνα εστιάζουν στην ανάγκη διεύρυνσης, εμβάθυνσης και εξειδίκευσης της παρούσας μελέτης. Η GenAI αποτελεί ένα δυναμικό πεδίο με σημαντικές δυνατότητες για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα, αλλά η κατανόηση της υιοθέτησής της απαιτεί μεγαλύτερα δείγματα, περισσότερες ποιοτικές προσεγγίσεις, κλαδικές αναλύσεις, συγκριτικές μελέτες και αξιολόγηση πρακτικών παρεμβάσεων. Μέσα από τέτοιες μελλοντικές έρευνες θα μπορέσει να διαμορφωθεί μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα για το πώς η GenAI μπορεί να αξιοποιηθεί ουσιαστικά, υπεύθυνα και συμπεριληπτικά από τις γυναίκες επιχειρηματίες και επαγγελματίες στην Κρήτη και ευρύτερα.

5.8 Τελική καταληκτική παράγραφος

Η παρούσα εργασία ανέδειξε ότι η Generative AI δεν αποτελεί απλώς ένα ακόμη ψηφιακό εργαλείο, αλλά μια τεχνολογία με τη δυνατότητα να επηρεάσει ουσιαστικά τον τρόπο με τον οποίο οι γυναίκες επιχειρηματίες και επαγγελματίες οργανώνουν, επικοινωνούν, δημιουργούν και αναπτύσσουν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα. Στην περίπτωση της Κρήτης, τα ευρήματα δείχνουν ότι υπάρχει ενδιαφέρον, θετική στάση και αναγνώριση των δυνατοτήτων της GenAI, αλλά η αξιοποίησή της παραμένει ακόμη σε πρώιμο στάδιο και εξαρτάται σε

μεγάλο βαθμό από το επίπεδο γνώσης, την πρόσβαση σε κατάλληλη εκπαίδευση, την ύπαρξη υποστηρικτικών δομών και την εμπιστοσύνη στη χρήση της τεχνολογίας.

Η GenAI μπορεί να προσφέρει σημαντικά οφέλη στη γυναικεία επιχειρηματικότητα, ιδιαίτερα σε επίπεδο εξοικονόμησης χρόνου, παραγωγής περιεχομένου, βελτίωσης παραγωγικότητας, οργάνωσης πληροφοριών και ενίσχυσης της καινοτομίας. Ωστόσο, τα οφέλη αυτά δεν προκύπτουν αυτόματα. Η ουσιαστική αξιοποίησή της απαιτεί κριτική σκέψη, ανθρώπινη εποπτεία, δεοντολογική χρήση και προσαρμογή στις πραγματικές ανάγκες κάθε επιχείρησης. Η τεχνολογία μπορεί να λειτουργήσει ως συνεργάτης και επιταχυντής της επιχειρηματικής δραστηριότητας, αλλά δεν μπορεί να αντικαταστήσει την ανθρώπινη κρίση, την εμπειρία, τη δημιουργικότητα και την αυθεντικότητα.

Παράλληλα, η έρευνα έδειξε ότι η GenAI μπορεί να λειτουργήσει ως εργαλείο ενδυνάμωσης για τις γυναίκες, μόνο εφόσον συνοδευτεί από ένα κατάλληλο πλαίσιο υποστήριξης. Η πρόσβαση σε πρακτική εκπαίδευση, mentoring, συμβουλευτική καθοδήγηση, χρηματοδότηση και δίκτυα γυναικών στην τεχνολογία αποτελεί καθοριστική προϋπόθεση για τη μετάβαση από την απλή εξοικείωση στην ουσιαστική χρήση. Χωρίς αυτές τις δομές, υπάρχει ο κίνδυνος η GenAI να αξιοποιηθεί περισσότερο από όσες έχουν ήδη γνώσεις, χρόνο και πόρους, αφήνοντας εκτός γυναίκες που θα μπορούσαν να ωφεληθούν σημαντικά από αυτήν.

Συνεπώς, το βασικό συμπέρασμα της εργασίας είναι ότι η Generative AI μπορεί να αποτελέσει έναν σημαντικό μηχανισμό επιχειρηματικής ενδυνάμωσης, ψηφιακής μετάβασης και καινοτομίας για τις γυναίκες στην Κρήτη, εφόσον η υιοθέτησή της γίνει με τρόπο στοχευμένο, υπεύθυνο και συμπεριληπτικό. Η πρόκληση δεν είναι μόνο να χρησιμοποιηθούν περισσότερα εργαλεία AI, αλλά να δημιουργηθούν οι συνθήκες ώστε περισσότερες γυναίκες να μπορούν να τα κατανοήσουν, να τα εμπιστευτούν, να τα προσαρμόσουν στις δικές τους ανάγκες και να τα αξιοποιήσουν ως μέσο επαγγελματικής ανάπτυξης και επιχειρηματικής αυτονομίας.

6 Βιβλιογραφικές Αναφορές

AI Strategy, Trends & Insights | Gartner AI Hub (2023) *Gartner*. Available at: https://www.gartner.com/en/ai (Accessed: 23 August 2026).

Badmus *et al.* (2024) 'AI-driven business analytics and decision making', *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 24(1), pp. 616–633. Available at: https://doi.org/10.30574/wjarr.2024.24.1.3093.

Chatterjee, S. *et al.* (2021) 'Adoption of artificial intelligence-integrated CRM systems in agile organizations in India', *Technological Forecasting and Social Change*, 168, p. 120783. Available at: https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120783.

Chesney, R. and Citron, D.K. (2018) 'Deep Fakes: A Looming Challenge for Privacy, Democracy, and National Security', *SSRN Electronic Journal* [Preprint]. Available at: https://doi.org/10.2139/ssrn.3213954.

Cockburn, I., Henderson, R. and Stern, S. (2018) *The Impact of Artificial Intelligence on Innovation*. w24449. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research, p. w24449. Available at: https://doi.org/10.3386/w24449.

Creswell, J.W. (2014) *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. 4. ed. Los Angeles, Calif.: SAGE.

Davis, F.D. (1989) 'Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology', *MIS Quarterly*, 13(3), pp. 319–340. Available at: https://doi.org/10.2307/249008.

Dörr, K.N. (2016) 'Mapping the field of Algorithmic Journalism', *Digital Journalism*, 4(6), pp. 700–722. Available at: https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1096748.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2022) *Global Entrepreneurship Monitor 2021/22 Women's Entrepreneurship Report: From Crisis to Opportunity*. London: Global Entrepreneurship Research Association (GERA). Available at: https://www.gemconsortium.org/report/gem-202122-womens-entrepreneurship-report-from-crisis-to-opportunity

Grisoni, F. *et al.* (2021) 'Combining generative artificial intelligence and on-chip synthesis for de novo drug design', *Science Advances*, 7(24), p. eabg3338. Available at: https://doi.org/10.1126/sciadv.abg3338.

Kim, Y., Blazquez, V. and Oh, T. (2024) 'Determinants of Generative AI System Adoption and Usage Behavior in Korean Companies: Applying the UTAUT Model', *Behavioral Sciences*, 14(11), p. 1035. Available at: https://doi.org/10.3390/bs14111035.

Lee, S. *et al.* (2024) 'Who is using ChatGPT and why? Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) model', *Information Research an*

international electronic journal, 29(1), pp. 54–72. Available at: https://doi.org/10.47989/ir291647.

Likert, R. (1932) 'A Technique for the Measurement of Attitudes', *Archives of Psychology*, 22(140), pp. 1–55.

Mannuru, N.R. *et al.* (2025) 'Artificial intelligence in developing countries: The impact of generative artificial intelligence (AI) technologies for development', *Information Development*, 41(3), pp. 1036–1054. Available at: https://doi.org/10.1177/02666669231200628.

Marconi, F. (2020) *Newsmakers: Artificial Intelligence and the Future of Journalism*. Columbia University Press. Available at: https://doi.org/10.7312/marc19136.

Mariani, M. and Dwivedi, Y.K. (2024) 'Generative artificial intelligence in innovation management: A preview of future research developments', *Journal of Business Research*, 175, p. 114542. Available at: https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114542.

Merk, D. *et al.* (2018) 'Tuning artificial intelligence on the de novo design of natural-product-inspired retinoid X receptor modulators', *Communications Chemistry*, 1(1), p. 68. Available at: https://doi.org/10.1038/s42004-018-0068-1.

Okatan, K. (2024) 'Exploring Generative Artificial Intelligence Models and Their Applications in Business', *EJONS 17th International Congress: "Artificial Intelligence and Society: Theory to Practice"*. *EJONS 17th International Congress*, Konya, Türkiye, pp. 374–385. Available at: https://www.researchgate.net/publication/384063532.

Patil, D., Rane, N.L. and Rane, J. (2024) 'Emerging and future opportunities with ChatGPT and generative artificial intelligence in various business sectors', in D. Patil, N. L. Rane, and J. Rane, *The Future Impact of ChatGPT on Several Business Sectors*. Deep Science Publishing. Available at: https://doi.org/10.70593/978-81-981367-8-7_6.

Sengar, S.S. *et al.* (2024) 'Generative artificial intelligence: a systematic review and applications', *Multimedia Tools and Applications*, 84(21), pp. 23661–23700. Available at: https://doi.org/10.1007/s11042-024-20016-1.

Solaiman, I. *et al.* (2024) 'Evaluating the Social Impact of Generative AI Systems in Systems and Society'. arXiv. Available at: https://doi.org/10.48550/arXiv.2306.05949.

Solaiman, I. *et al.* (2025) 'Evaluating the Social Impact of Generative AI Systems', in P. Hacker et al. (eds) *The Oxford Handbook of the Foundations and Regulation of Generative AI*. 1st edn. Oxford University Press, pp. 461–515. Available at: https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780198940272.013.0025.

Venkatesh, V. *et al.* (2003) 'User Acceptance of Information Technology: Toward A Unified View1', *MIS Quarterly*, 27(3), pp. 425–478. Available at: https://doi.org/10.2307/30036540.

Παρατηρητήριο της Γενικής Γραμματείας Ισότητας των Φύλων (2017) *13ο Ενημερωτικό Σημείωμα: Γυναικεία Επιχειρηματικότητα*. Ενημερωτικό Σημείωμα 13. Γενική Γραμματεία Ισότητας των Φύλων. Available at: paratiritirio.isotita.gr (Accessed: 17 January 2025).

Πετράκη, Μ. (2022) *Γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία*. Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία. Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο Τόπος: Αθήνα. Available at: https://apothesis.eap.gr/archive/item/178314.

7 Παραρτήματα

7.1 ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α: Ερωτηματολόγιο

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΟΣΟΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

«Generative AI και γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Κρήτη: Δυνατότητες και προοπτικές»

Το περιεχόμενο αναπαράγει την ηλεκτρονική φόρμα της έρευνας. Έχουν αφαιρεθεί μόνο στοιχεία του περιβάλλοντος εκτύπωσης της Google Forms και έχουν αποκατασταθεί οι οδηγίες επιλογής για λόγους αναγνωσιμότητας.

Σας ευχαριστούμε που αφιερώνετε χρόνο να συμμετάσχετε στην έρευνα. Σκοπός του ερωτηματολογίου είναι να διερευνήσει τον βαθμό ενημέρωσης και εξοικείωσης με την Τεχνητή Νοημοσύνη και ειδικά τη Generative AI (GenAI), τις τρέχουσες ή δυνητικές εφαρμογές της στις επιχειρήσεις της Κρήτης, τα εμπόδια υιοθέτησης και τις προοπτικές, καθώς και τυχόν φύλο-σχετικές διαστάσεις που επηρεάζουν την αξιοποίησή της από γυναίκες.
Ποια μπορεί να συμμετάσχει: Ενήλικη γυναίκα (18+) που δραστηριοποιείται επαγγελματικά στην Κρήτη σε οποιονδήποτε κλάδο.
Ανώνυμη και εθελοντική συμμετοχή: Η συμμετοχή είναι απολύτως εθελοντική. Μπορείτε να αποχωρήσετε οποιαδήποτε στιγμή πριν από την υποβολή. Το ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο· δεν συλλέγονται ονόματα, emails ή άλλα άμεσα αναγνωριστικά στοιχεία, εκτός αν επιλέξετε προαιρετικά να τα μοιραστείτε (π.χ. για ενημέρωση/mentoring). Τα δεδομένα θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για ακαδημαϊκούς/ερευνητικούς σκοπούς, σε συγκεντρωτική μορφή.
Προστασία δεδομένων (GDPR): Τα δεδομένα αποθηκεύονται με ασφαλή τρόπο, σε μορφή που δεν επιτρέπει την ταυτοποίησή σας, και θα διατηρηθούν μόνο για όσο απαιτείται από τους σκοπούς της έρευνας. Έχετε δικαίωμα ανάκλησης της συμμετοχής σας πριν από την υποβολή. Μετά την ανώνυμη υποβολή δεν είναι δυνατή η διαγραφή μεμονωμένων απαντήσεων λόγω αδυναμίας ταυτοποίησης.
Δυνητικοί κίνδυνοι/οφέλη: Δεν αναμένονται κίνδυνοι πέραν της συνήθους συμπλήρωσης ενός ερωτηματολογίου. Τα ευρήματα ενδέχεται να συνεισφέρουν σε πρακτικές προτάσεις για την ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας και του ψηφιακού μετασχηματισμού στην Κρήτη.
Υπεύθυνη έρευνας και επικοινωνία: Χριστοδουλάκη Δέσποινα (ΜΔΕ «Διοίκηση & Ψηφιακός Μετασχηματισμός», ΕΛΜΕΠΑ) - christodoulakidespoina@gmail.com

Με την επιλογή «Συμφωνώ» στην παρακάτω δήλωση συγκατάθεσης, επιβεβαιώνετε ότι ενημερωθήκατε για τον σκοπό και τους όρους της έρευνας και συμφωνείτε να συμμετάσχετε ανώνυμα.
** Υποδεικνύει υποχρεωτική ερώτηση.*

1. Δήλωση συγκατάθεσης *

Επιλέξτε μία απάντηση.

- ○ Συμφωνώ

Δημογραφικά και επιχειρηματικά χαρακτηριστικά

Η ενότητα περιλαμβάνει βασικές ερωτήσεις σχετικά με το προφίλ των συμμετεχουσών και τα χαρακτηριστικά των επιχειρήσεών τους. Οι πληροφορίες αξιοποιούνται για τη σύνδεση των απαντήσεων με το επιχειρηματικό πλαίσιο.

2. Ηλικία *

Επιλέξτε μία απάντηση.

- ○ <25
- ○ 25-34
- ○ 35-44
- ○ 45-54
- ○ 55+

3. Περιφερειακή ενότητα *

Επιλέξτε μία απάντηση.

- ○ Ηρακλείου
- ○ Χανίων
- ○ Ρεθύμνου
- ○ Λασιθίου

4. Τομέας δραστηριότητας *

Επιλέξτε μία απάντηση.

- ○ Αγροδιατροφή/Τρόφιμα/Ποτά (1)
- ○ Μεταποίηση/Βιομηχανία (2)
- ○ Εμπόριο (λιανικό/χονδρικό) (3)
- ○ Τουρισμός/Εστίαση/Φιλοξενία (4)
- ○ Τεχνολογία/Ψηφιακές Υπηρεσίες/Software (5)
- ○ Δημιουργικές και Πολιτιστικές Βιομηχανίες (design, media, τέχνες) (6)
- ○ Υγεία/Ευεξία/Ομορφιά (7)
- ○ Εκπαίδευση/Συμβουλευτικές Υπηρεσίες (8)
- ○ Κατασκευές/Ακίνητα (9)
- ○ Οικονομικά/Λογιστικά (10)
- ○ Άλλο: _____

5. Ρόλος/Θέση στην επιχείρηση *

Επιλέξτε μία απάντηση.

- ○ Ιδιοκτήτρια/Συνιδιοκτήτρια (με προσωπικό)
- ○ Αυτοαπασχολούμενη (χωρίς προσωπικό)
- ○ Στέλεχος/Διευθύντρια
- ○ Μισθωτή εργαζόμενη
- ○ Άλλο: _____

6. Έτη λειτουργίας επιχείρησης *

Επιλέξτε μία απάντηση.

- ○ <1
- ○ 1-3
- ○ 4-7
- ○ 8-15
- ○ >15

7. Μέγεθος επιχείρησης στην οποία εργάζεστε ή είστε ιδιοκτήτρια (αριθμός εργαζομένων) *

Επιλέξτε μία απάντηση.

- ○ 0-1
- ○ 2-9
- ○ 10-49
- ○ 50-249
- ○ 250+

8. Ετήσιος κύκλος εργασιών 2024 (κατά προσέγγιση) *

Επιλέξτε μία απάντηση.

- ○ <50.000€
- ○ 50.000-250.000€
- ○ 250.000-2.000.000€
- ○ >2.000.000€
- ○ Δ/Α

9. Έχετε εμπειρία από προηγούμενα έργα αυτοματοποίησης (π.χ. CRM/ERP, RPA, analytics); *

Επιλέξτε έναν αριθμό από το 1 έως το 5.

1 = Καμία προηγούμενη εμπειρία | 5 = Πάρα πολύ καλή εμπειρία

Δήλωση / στοιχείο	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Βαθμός εμπειρίας	○	○	○	○	○

Γνώση, εξοικείωση και ετοιμότητα για AI/GenAI

Η ενότητα διερευνά το επίπεδο ενημέρωσης, κατανόησης και ετοιμότητας για την αξιοποίηση της Τεχνητής Νοημοσύνης και ειδικότερα της Generative AI, καθώς και τις υφιστάμενες δυνατότητες των επιχειρήσεων στην Κρήτη για την υιοθέτηση τέτοιων τεχνολογιών.

AI: Μηχανές που «μαθαίνουν» από δεδομένα και μας βοηθούν να παίρνουμε αποφάσεις.
GenAI: Μηχανές που όχι μόνο μαθαίνουν, αλλά και δημιουργούν καινούργιο περιεχόμενο, όπως κείμενα, εικόνες ή βίντεο.

10. Εξοικείωση με Τεχνητή Νοημοσύνη (AI) *

Επιλέξτε έναν αριθμό από το 1 έως το 5.

1 = Δεν είμαι καθόλου εξοικειωμένη | 5 = Είμαι απόλυτα εξοικειωμένη

Δήλωση / στοιχείο	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Βαθμός εξοικείωσης	○	○	○	○	○

11. Γνώση της έννοιας Generative AI *

Επιλέξτε μία απάντηση.

- ○ Σε βάθος (με πρακτική ενασχόληση)
- ○ Επιφανειακά (βασική εικόνα)
- ○ Έχω ακούσει μόνο τον όρο
- ○ Δεν γνωρίζω

12. Τρέχουσα χρήση GenAI *

Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.

- ☐ Παραγωγή/επιμέλεια κειμένου (email, προσφορές, social posts)
- ☐ Οπτικό/βίντεο περιεχόμενο (εικόνες, video, mockups)
- ☐ Υποστήριξη πελατών (chatbots, scripts)
- ☐ Έρευνα αγοράς/αναλύσεις (συνοψίσεις, ιδεοπαραγωγή)
- ☐ Εσωτερική τεκμηρίωση/διαδικασίες
- ☐ Κώδικας/no-code/low-code βοήθεια
- ☐ Καμία προς το παρόν
- ☐ Άλλο: _____

13. Πόσο χρήσιμη θεωρείτε τη GenAI για τα παρακάτω; *

Επιλέξτε μία απάντηση ανά σειρά.

1 = Καθόλου | 2 = Λίγο | 3 = Μέτρια | 4 = Πολύ | 5 = Πάρα πολύ

Δήλωση / στοιχείο	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Μάρκετινγκ και περιεχόμενο	○	○	○	○	○
Πωλήσεις και εξυπηρέτηση	○	○	○	○	○
Καινοτομία/νέα προϊόντα	○	○	○	○	○
Λειτουργική αποδοτικότητα	○	○	○	○	○
Λήψη αποφάσεων/αναλύσεις	○	○	○	○	○
Εκπαίδευση προσωπικού	○	○	○	○	○

14. Σε ποιο βαθμό συμφωνείτε με τις παρακάτω δηλώσεις σχετικά με την ευκολία χρήσης και τη διαχείριση ρίσκων της GenAI; *

Επιλέξτε μία απάντηση ανά σειρά.

1 = Καθόλου | 2 = Λίγο | 3 = Μέτρια | 4 = Πολύ | 5 = Πάρα πολύ

Δήλωση / στοιχείο	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Τα εργαλεία GenAI είναι εύχρηστα	○	○	○	○	○
Μπορούμε να τα ενσωματώσουμε γρήγορα	○	○	○	○	○
Οι κίνδυνοι είναι διαχειρίσιμοι	○	○	○	○	○
Υπάρχει σαφήνεια σε IP/δεδομένα	○	○	○	○	○
Νιώθω σιγουριά με ανθρώπινο έλεγχο	○	○	○	○	○

15. Σε ποιο βαθμό αποτελούν εμπόδιο για εσάς οι παρακάτω παράγοντες σχετικά με την αξιοποίηση της GenAI; *

Επιλέξτε μία απάντηση ανά σειρά.

1 = Καθόλου εμπόδιο | 2 = Μικρό εμπόδιο | 3 = Μέτριο εμπόδιο | 4 = Μεγάλο εμπόδιο | 5 = Πολύ μεγάλο εμπόδιο

Δήλωση / στοιχείο	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Έλλειψη χρόνου ή πόρων για πειραματισμό	○	○	○	○	○
Έλλειψη δεξιοτήτων ή εκπαίδευσης	○	○	○	○	○
Κόστος εργαλείων ή υποδομών	○	○	○	○	○
Νομική αβεβαιότητα/συμμόρφωση	○	○	○	○	○
Ανησυχίες για ποιότητα, ακρίβεια ή παραπληροφόρηση	○	○	○	○	○
Έλλειψη κατάλληλων δεδομένων	○	○	○	○	○
Κουλτούρα/αντίσταση στην αλλαγή	○	○	○	○	○
Εμπόδια που σχετίζονται ειδικά με το φύλο (π.χ. περιορισμένη πρόσβαση σε δίκτυα, χρηματοδότηση)	○	○	○	○	○

16. Σε ποιο βαθμό ισχύουν οι παρακάτω δηλώσεις για την πρόθεσή σας να υιοθετήσετε GenAI; *

Επιλέξτε μία απάντηση ανά σειρά.

1 = Καθόλου | 2 = Λίγο | 3 = Μέτρια | 4 = Πολύ | 5 = Πάρα πολύ

Δήλωση / στοιχείο	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Πρόθεση υιοθέτησης GenAI τους επόμενους 12 μήνες	○	○	○	○	○
Προθυμία επένδυσης (σε χρήμα/ώρες εκπαίδευσης)	○	○	○	○	○

17. Ποιον χρονικό ορίζοντα θεωρείτε πιο ρεαλιστικό για ουσιαστική εφαρμογή GenAI στην επιχείρησή σας; *

Επιλέξτε μία απάντηση.

- ○ 0-3 μήνες
- ○ 3-6 μήνες
- ○ 6-12 μήνες
- ○ >12 μήνες
- ○ Δεν γνωρίζω - Δ/Α

18. Ποιον αντίκτυπο θα περιμένατε αν εφαρμόζατε εργαλεία GenAI στην επιχείρησή σας; *

Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις.

- ☐ Μείωση κόστους/εξοικονόμηση χρόνου
- ☐ Αύξηση εσόδων/νέοι πελάτες
- ☐ Ταχύτερη καινοτομία/νέα προϊόντα
- ☐ Βελτίωση ποιότητας περιεχομένου/υπηρεσιών
- ☐ Ενδυνάμωση προσωπικού (upskilling/reskilling)
- ☐ Ενίσχυση ανταγωνιστικότητας στην Κρήτη/εξαγωγές
- ☐ Άλλο: _____

19. Σε ποιον βαθμό θεωρείτε ότι υπάρχουν οι παρακάτω υποστηρικτικές δομές στην Κρήτη για την αξιοποίηση της GenAI; *

Επιλέξτε μία απάντηση ανά σειρά.

1 = Καθόλου | 2 = Λίγο | 3 = Μέτρια | 4 = Πολύ | 5 = Πάρα πολύ

Δήλωση / στοιχείο	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Πρόσβαση σε εκπαιδεύσεις/mentoring	○	○	○	○	○
Δίκτυα/φορείς καινοτομίας	○	○	○	○	○
Διαθεσιμότητα συνεργατών/παρόχων	○	○	○	○	○
Ευκαιρίες χρηματοδότησης/προγραμμάτων	○	○	○	○	○

20. Σε ποιον βαθμό συμφωνείτε με τις παρακάτω δηλώσεις σχετικά με την ισότητα και τις φύλο-σχετικές διαστάσεις στη χρήση της GenAI; *

Επιλέξτε μία απάντηση ανά σειρά.

1 = Διαφωνώ απόλυτα | 2 = Διαφωνώ | 3 = Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ | 4 = Συμφωνώ | 5 = Συμφωνώ απόλυτα

Δήλωση / στοιχείο	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Έχω ίσους όρους πρόσβασης σε πληροφόρηση και εκπαίδευση για GenAI	○	○	○	○	○
Αντιμετωπίζω εμπόδια στη χρηματοδότηση λόγω φύλου	○	○	○	○	○
Πιστεύω ότι η GenAI μπορεί να λειτουργήσει ως «εξισωτής» ευκαιριών για γυναίκες επιχειρηματίες	○	○	○	○	○
Νιώθω ψηφιακή αυτο-αποτελεσματικότητα (π.χ. «μπορώ να μάθω μόνη μου νέα εργαλεία»)	○	○	○	○	○

Επιχειρηματικός αντίκτυπος και καινοτομία

Η ενότητα διερευνά τον τρόπο με τον οποίο η GenAI μπορεί να επηρεάσει την επιχείρηση, με έμφαση στην παραγωγικότητα, το μάρκετινγκ, τις πωλήσεις, τη λήψη αποφάσεων, την ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών και το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

21. Σε ποιον βαθμό πιστεύετε ότι η χρήση της GenAI (τρέχουσα ή μελλοντική) μπορεί να έχει τον παρακάτω αντίκτυπο στην επιχείρησή σας; *

Επιλέξτε μία απάντηση ανά σειρά.

1 = Καθόλου | 2 = Λίγο | 3 = Μέτρια | 4 = Πολύ | 5 = Πάρα πολύ

Δήλωση / στοιχείο	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Βελτίωση παραγωγικότητας	○	○	○	○	○
Ενίσχυση μάρκετινγκ και πωλήσεων	○	○	○	○	○
Υποστήριξη στη λήψη αποφάσεων και αναλύσεων	○	○	○	○	○
Επιτάχυνση time-to-market νέων ιδεών	○	○	○	○	○
Δημιουργία/βελτίωση νέων προϊόντων ή υπηρεσιών	○	○	○	○	○
Απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος στον κλάδο	○	○	○	○	○

22. Σε ποιον βαθμό συμφωνείτε με τις παρακάτω δηλώσεις; *

Επιλέξτε μία απάντηση ανά σειρά.

1 = Διαφωνώ απόλυτα | 2 = Διαφωνώ | 3 = Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ | 4 = Συμφωνώ | 5 = Συμφωνώ απόλυτα

Δήλωση / στοιχείο	1	2	3	4	5
Σκεπτικισμός σε ανδροκρατούμενα περιβάλλοντα	○	○	○	○	○
Περιορισμένη πρόσβαση σε δίκτυα/μέντορες τεχνολογίας	○	○	○	○	○
Μικρότερη αυτοπεποίθηση σε τεχνολογικά θέματα λόγω στερεοτύπων	○	○	○	○	○
Δισταγμός χρηματοδοτών/τραπεζών απέναντι σε γυναίκες ιδρύτριες	○	○	○	○	○
Κατάρτιση προσαρμοσμένη σε γυναίκες θα επιτάχυνε την υιοθέτηση GenAI	○	○	○	○	○

23. Έχετε βιώσει συγκεκριμένο περιστατικό ή εμπόδιο σχετικό με τα παραπάνω; Αν ναι, περιγράψτε το.

24. Ποια υποστήριξη θα σας βοηθούσε περισσότερο; *

Επιλέξτε έως 3 επιλογές.

- ☐ Μικρο-χρηματοδότηση για εργαλεία
- ☐ Εκπαιδεύσεις hands-on
- ☐ Πρόσβαση σε συμβούλους AI
- ☐ Πρότυπες πολιτικές/κατευθυντήριες
- ☐ Δίκτυα γυναικών στην τεχνολογία
- ☐ Άλλο: _____

25. Σε ποιο βαθμό θα σας ενδιέφερε να συμμετάσχετε σε εργαστήρια ή mentoring για την εφαρμογή GenAI στην επιχείρησή σας; *

Επιλέξτε μία απάντηση.

- ○ Δεν με ενδιαφέρει καθόλου
- ○ Με ενδιαφέρει λίγο
- ○ Ούτε με ενδιαφέρει ούτε δεν με ενδιαφέρει
- ○ Με ενδιαφέρει πολύ
- ○ Με ενδιαφέρει πάρα πολύ

26. Έχετε κάποιο επιπλέον σχόλιο ή ανάγκη σε σχέση με την υποστήριξη/κατάρτιση για GenAI;

Ευχαριστούμε θερμά για τη συμμετοχή σας!

Η συμβολή σας είναι πολύτιμη για την έρευνα σχετικά με τις δυνατότητες και τις προοπτικές της GenAI στη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Κρήτη. Οι απαντήσεις σας θα βοηθήσουν στην καλύτερη κατανόηση των αναγκών, των προκλήσεων και των ευκαιριών που προκύπτουν από τη χρήση της τεχνολογίας αυτής. Όλα τα δεδομένα θα παραμείνουν αυστηρά ανώνυμα και εμπιστευτικά.

Με εκτίμηση,
Η ερευνητική ομάδα

7.2 ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β : Οδηγός Focus Group

Θεματικές Ενότητες Συζήτησης (Guide Topics)

1. Ψηφιακή Ετοιμότητα & Εμπειρία

- Ποια είναι η σχέση σας με την τεχνολογία γενικά;
- Χρησιμοποιείτε τεχνολογικά εργαλεία στην καθημερινή λειτουργία της επιχείρησής σας;

2. Γνώση & Εξοικείωση με Generative AI

- Έχετε ακούσει ή χρησιμοποιήσει εργαλεία Generative AI; Ποια;
- Πώς θα ορίζατε ή θα περιγράφατε τι είναι Generative AI;
- Ποιες εφαρμογές της θεωρείτε πιο χρήσιμες στην επιχειρηματικότητα;

3. Ευκαιρίες – Δυνατότητες

- Σε ποιους τομείς της επιχείρησής σας θα μπορούσε να φανεί χρήσιμη;
- Πώς πιστεύετε ότι μπορεί να ενισχύσει την καινοτομία ή την ανταγωνιστικότητά σας;
- Θεωρείτε ότι μπορεί να ενδυναμώσει τη θέση σας ως γυναίκα επιχειρηματίας;

4. **Προκλήσεις – Περιορισμοί**

- Ποια εμπόδια βλέπετε για την εφαρμογή αυτής της τεχνολογίας;
- Ποιες είναι οι προσωπικές ή επαγγελματικές σας ανησυχίες;
- Υπάρχουν δυσκολίες σχετικές με χρόνο, χρήμα, εκπαίδευση, εμπιστοσύνη;

5. **Έμφυλα Στερεότυπα & Τεχνολογία**

- Πιστεύετε ότι η θέση σας ως γυναίκα επηρεάζει τον τρόπο με τον οποίο προσεγγίζετε την τεχνολογία;
- Έχετε βιώσει έμμεσα ή άμεσα εμπόδια λόγω φύλου στον χώρο της επιχειρηματικότητας;
- Πώς νομίζετε ότι τα στερεότυπα επηρεάζουν τη χρήση νέων τεχνολογιών από γυναίκες;

6. **Προτάσεις & Επιθυμίες**

- Τι θα σας βοηθούσε να αξιοποιήσετε την Generative AI στην επιχείρησή σας;
- Υπάρχει κάτι που θα προτείνατε σε άλλες γυναίκες επιχειρηματίες;
- Τι περιμένετε από την Πολιτεία, τα Επιμελητήρια ή τα εκπαιδευτικά ιδρύματα;

Θα θέσουμε κάποια ερωτήματα προς συζήτηση. Δεν είναι απαραίτητο να απαντάτε ατομικά· στόχος είναι να γίνει ένας ανοιχτός διάλογος που θα μας βοηθήσει να διαμορφώσουμε το πλαίσιο της έρευνας σχετικά με τη χρήση της τεχνητής νοημοσύνης από γυναίκες επιχειρηματίες στην Κρήτη. Έχουμε στη διάθεσή μας περίπου 1,5 ώρα. Για να μπορέσει η συζήτηση να είναι παραγωγική και να ακουστούν όλες οι απόψεις, θα θέλαμε οι παρεμβάσεις να διαρκούν έως 1–2 λεπτά η καθεμία, ώστε να προλάβουμε να ολοκληρώσουμε μέσα στον διαθέσιμο χρόνο. Εμείς θα αξιοποιήσουμε τα συμπεράσματα που θα προκύψουν από τη σημερινή συζήτηση για τις ανάγκες της έρευνάς μας. Θα θέλαμε, πριν ξεκινήσουμε, να κάνετε μια σύντομη σύσταση: να μας πείτε το όνομά σας και με τι ασχολείστε επαγγελματικά.

Ενδεικτικές Ερωτήσεις (Εμπλουτισμένος Οδηγός)
Για την ημιδομημένη συζήτηση:
Γνώση της τεχνολογίας

- Τι γνωρίζετε για τη Generative AI; Έχετε χρησιμοποιήσει κάποια εργαλεία όπως ChatGPT, Canva AI, DALL-E, MidJourney;

Εφαρμογή

- Πώς φαντάζεστε ότι θα μπορούσε να εφαρμοστεί στην επιχείρησή σας; Σε ποιον τομέα;

Οφέλη

- Ποια θα ήταν τα μεγαλύτερα οφέλη για εσάς προσωπικά και για την επιχείρησή σας;

Φόβοι

- Ποιες είναι οι επιφυλάξεις ή ανησυχίες σας;

Έμφυλα Εμπόδια

- Πιστεύετε ότι τα έμφυλα στερεότυπα επηρεάζουν τις τεχνολογικές επιλογές σας και πως;

Στήριξη

- Τι είδους στήριξη θα χρειαζόσασταν για να εντάξετε την AI στην εργασία σας;

8 ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1 Προφίλ δείγματος: ηλικία, περιφερειακή ενότητα, μέγεθος επιχείρησης, κύκλος εργασιών και ρόλος (N=80) 31
Πίνακας 2 Τρέχουσα χρήση εργαλείων Generative AI (πολλαπλή επιλογή, N=80) 34
Πίνακας 3 Σύνθετοι δείκτες ανά μπλοκ — M.O., SD, Cronbach α και McDonald's ω 36
Πίνακας 4 Μέσοι όροι items «Εμπόδια» (1–5) 40
Πίνακας 5 Μέσοι όροι items «Υποστηρικτικές δομές» (1–5) 43
Πίνακας 6 Ανάγκες υποστήριξης (πολλαπλή επιλογή, % επί N=80) 43
Πίνακας 7 Ισχυρότερες στατιστικά σημαντικές συσχετίσεις Spearman μετά τη διόρθωση FDR (N=80) 47
Πίνακας 8 Αποτελέσματα του ελέγχου Kruskal–Wallis ανά επίπεδο γνώσης της GenAI μετά τη διόρθωση FDR (N=80) 48
Πίνακας 9 Διαφορές μεταξύ χρηστριών και μη χρηστριών GenAI με τον έλεγχο Mann–Whitney U μετά τη διόρθωση FDR (N=80) 49
Πίνακας 10 Firth penalized logistic regression για την πραγματική χρήση GenAI (N=80) ... 49

9 ΛΙΣΤΑ ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Σχήμα 1 Τρέχουσα χρήση εργαλείων Generative AI (% επί N=80) 34
Σχήμα 2 Μέσοι όροι βασικών σύνθετων δεικτών της έρευνας 37
Σχήμα 3 Μέσοι όροι επιμέρους εμποδίων υιοθέτησης της Generative AI 40
Σχήμα 4 Αξιολόγηση των υποστηρικτικών δομών για τη GenAI στην Κρήτη 43
Σχήμα 5 Ανάγκες υποστήριξης για την αξιοποίηση της Generative AI (% επί N=80) 44

10 ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

AI — Artificial Intelligence (Τεχνητή Νοημοσύνη)

CI — Confidence Interval (Διάστημα Εμπιστοσύνης)

FDR — False Discovery Rate

GenAI — Generative Artificial Intelligence / Generative AI (Παραγωγική Τεχνητή Νοημοσύνη)

GDPR — General Data Protection Regulation (Γενικός Κανονισμός Προστασίας Δεδομένων)

GPT — Generative Pre-trained Transformer

LLM / LLMs — Large Language Model / Large Language Models (Μεγάλο Γλωσσικό Μοντέλο / Μεγάλα Γλωσσικά Μοντέλα)

OR — Odds Ratio (Λόγος Πιθανοτήτων)

SD — Standard Deviation (Τυπική Απόκλιση)

TAM — Technology Acceptance Model

UTAUT — Unified Theory of Acceptance and Use of Technology