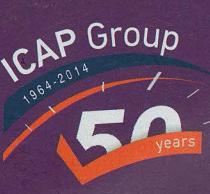
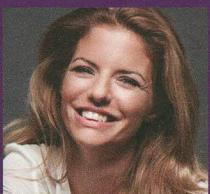
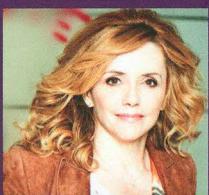


2013

LWB

leading women in business

οι γυναίκες Ηγέτες των επιχειρήσεων στην Ελλάδα





Μετάφραση αποσπασμάτων από την έρευνα «ΓΥΝΑΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ:

Δεν μπορούμε να έχουμε αλλαγή
αν δεν συμμετέχουν και οι άνδρες»,
Journal of Innovation and Entrepreneurship 2013,
a Springer Open Journal.

Δρ. Ειρήνη Καμπερίδου
Επίκουρης Καθηγήτρια Κοινωνιολογίας
Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστημίου Αθηνών (ΕΚΠΑ)

Women entrepreneurs: 'we cannot have change unless we have men in the room'

Θέματα φύλου και ισότητας (gender issues) δεν αφορούν μόνο στις γυναίκες, αλλά και στους άνδρες, οι οποίοι επίσης αντιμετωπίζουν κοινωνικές ανισότητες και διακρίσεις. Για παράδειγμα, άνδρες μετανάστες-επιχειρηματίες διαφόρων εθνικών μετανοτήτων ή κοινωνικών ομάδων, που αποτελούν μια άλλη σημαντική ομάδα επιχειρηματιών στην Ευρώπη, έρχονται αντιμέτωποι με πρακτικές αποκλεισμού όπως: κοινωνικές διακρίσεις, περιορισμένη πρόσβαση στη χρηματοδότηση και σε υπηρεσίες υποστήριξης, ανεπαρκή γνώση διαχείρισης επιχειρήσεων και μάρκετινγκ, μεταξύ άλλων (Kamberidou and Fabry 2011).

Η εισαγωγή της διάστασης του φύλου (gender integration) αναφέρεται στη διαδικασία αξιολόγησης και επαναξιολόγησης των συνεπειών, τόσο για τις γυναίκες όσο και για τους άνδρες, για κάθε πρόγραμμα ή σχέδιο δράσης, σε όλα τα επίπεδα: κοινωνικό, οικονομικό και πολιτικό. Η εισαγωγή της έμφυλης προσέγγισης-διάστασης απαιτεί συγκεκριμένες παρεμβάσεις, πολιτικές και πρακτικές, που μπορεί να στοχεύουν αποκλειστικά στις γυναίκες, άλλες που στοχεύουν αποκλειστικά στους άνδρες και άλλες που αφορούν και στους δύο. Στην πραγματικότητα, ο στόχος της ενσωμάτωσης της διάστασης του φύλου είναι να μετατρέψει τις πρακτικές αποκλεισμού, ή τις άνισες κοινωνικές και θεσμικές δομές, σε ισότιμες για τις γυναίκες και για τους άνδρες. Για παράδειγμα, παρέμβαση που αφορά γυναίκες και άνδρες αποτελεί η πανευρωπαϊκή εκστρατεία ευαισθητοποίησης **Get Online Week 2013**, που στηρίζει και ενθαρρύνει τους ανθρώπους να χρησιμοποιούν τις νέες τεχνολογίες και το διαδίκτυο περισσότερο. Αυτή η εκστρατεία συνδέεται με την Grand Coalition for Digital Jobs -που ξεκίνησε επίσημα σε συνέδριο στις Βρυξέλλες, στις αρχές Μαρτίου 2013- καθώς πάνω από το 20% των

Ευρωπαίων είναι νέοι, άνεργοι και δεν γνωρίζουν ότι από το 2015 θα υπάρχουν έως και 900.000 θέσεις εργασίας που σχετίζονται με ICT, που θα παραμείνουν κενές εάν οι άνεργοι (άνδρες και γυναίκες) δεν αποκτήσουν τις σωστές ψηφιακές δεξιότητες (Ευρωπαϊκή Επιτροπή 2013).

Η ενσωμάτωση της διάστασης του φύλου συνεισφέρει στην εξασφάλιση της έμφυλης ισορροπίας (gender balance) και, ως επακόλουθο, στην αύξηση της «δεξαμενής ταλέντων» (talent pool) δηλαδή, παρέχοντας έτσι τη δυνατότητα σε όλους (άνδρες και γυναίκες). Όσον αφορά στις γυναίκες, η ενσωμάτωση της διάστασης του φύλου σημαίνει την εξάπλευση της έμφυλης υποτίμησης (gender devaluation), αναφορικά με διαδικασίες, στο πλαίσιο των οποίων οι συνεισφορές ή οι επιτυχίες των γυναικών είλαχιστοποιούνται και υποτιμούνται (Kamberidou and Fabry 2012, Kelan 2010). Πρόκειται για μία κοινωνική, πολιτιστική και τεχνική διαδικασία, η οποία απαιτεί αιλλαγές, όχι μόνο στις οργανωτικές πρακτικές, στις συμπεριφορές ή στους τρόπους σκέψης, αλλά και στην κατανομή των πόρων, στους στόχους, στις δομές και στις διαδικασίες ελέγχου.

Αναρίθμητες έρευνες επιβεβαίων ούτι οι επιχειρήσεις και οι εταιρείες που επωφελούνται, ή χρησιμοποιούν και το γυναικείο ταλέντο, έχουν σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, μεγαλύτερα ποσοστά επιτυχίας, κέρδη και βιωσιμότητα (CEW 2009, Kamberidou and Fabry 2012).

ladybizIT: η ισορροπία μεταξύ προσωπικής / οικογενειακής και επαγγελματικής ζωής

Το Νοέμβριο του 2013, κατά τη διάρκεια συζήτησης στρογγυλής τραπέζης, στην Αθήνα, στο πλαίσιο του Ευρωπαϊκού Έργου **ladybizIT: Women Entrepreneurship on the Verge of Information Communication Technologies (ICT)**, οι συμμετέχοντες επικεντρώθηκαν στα κοινωνικά στερεότυπα, τις συμπεριφορές και τα εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες. Η συζήτηση ξεκίνησε με

παρατηρήσεις όπως: οι γυναίκες τείνουν να εργάζονται σε ομάδες, έχουν διάθεση συνεργασίας και ομαδικό πνεύμα. Ωστόσο, τα κοινωνικά στερεότυπα και τα κοινωνικοποίηση έχουν δημιουργήσει τσχυρά εμπόδια, όσον αφορά στις πρωτοβουλίες για επιχειρηματική σταδιοδρομία.

Συγκεκριμένα, όλοι οι συμμετέχοντες επανειλημμένα υπογράμιζαν τις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες να διατηρήσουν την ισορροπία μεταξύ της προσωπικής/ οικογενειακής και της επαγγελματικής ζωής, και ειδικά στις παραδοσιακές κοινωνίες που παρατηρείται ακόμα το φαινόμενο «*sandwich generation or sandwich woman*» (που ορισμένοι υποστήριξαν ότι τσχύει ακόμα και στην Ελλάδα), που αναφέρεται σε γυναίκες που, ενώ εργάζονται, πρέπει να φροντίζουν ταυτόχρονα παιδιά, γυνείς και πεθερικά. Μία συμμετέχουσα (mentor), υπεύθυνη ενός προγράμματος καθοδήγησης (mentoring), ανέφερε ότι οι γυναίκες (mentees), που είχε αναλάβει και συμμετείχαν στο πρόγραμμα, ήταν αναξιόπιστες επειδή είχαν άλλες προτεραιότητες (οικογενειακές υποχρεώσεις), ακύρωνταν τα ραντεβού τους, ήταν πολύ απασχολημένες κλπ. Όλοι οι συμμετέχοντες συμφώνησαν ότι όταν οι άνδρες αποφασίζουν να ξεκινήσουν μια επαγγελματική σταδιοδρομία, να ανοίξουν τη δική τους επιχείρηση και να γίνουν επιχειρηματίες, έχουν την πλήρη στήριξη των θεσμών, της οικογένειας και του κοινωνικού περιβάλλοντος, σε αντίθεση με τις γυναίκες.

Από την άλλη πλευρά, υποστήριξαν ότι αυτά τα κοινωνικό- πολιτιστικά εμπόδια θα μειωθούν ή μάλλον μεταβάλλονται εξαιτίας των νέων τεχνολογιών, των social media, της πρόσβασης στη γήση και στην πληροφόρηση, και ούτω καθεξής. Αυτό οδήγησε σε μια συζήτηση για το τι σημαίνει παραγωγικότητα, τι σημαίνει γνώση, τι είναι πληροφορία, και όσον αφορά στην ταχύτητα και στην ερμηνεία, πώς μπορούμε να τα μετρήσουμε; Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων επισήμανε επανειλημμένα ότι **χρειαζόμαστε εκπαίδευση και θα πρέπει να εκπαίδευμαστε εκ νέου, για να κατανοήσουμε την πληθώρα των πληροφοριών της κοινωνίας μας, που αποτελεί πλέον κοινωνία υπηρεσιών και όχι κοινωνία παραγωγής γνώσης**, έννοια η οποία αλλάζει ανάλογα με κοινωνικό χώρο και χρόνο. Πολλοί παρατήρησαν ότι πρέπει να διερευνηθούν επίσης οι τρόποι με τους οποίους η συνδεδεμένη γενιά (connected generation) θα συνεργάζεται και θα εργάζεται, λαμβάνοντας υπόψη τις αναδυόμενες τάσεις και πώς μπορούν να μετατραπούν σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, π.χ. οι επιχειρήσεις σήμερα είναι διαφορετικές απ' ότι ήταν πριν 20 ή 30 χρόνια, χάρη στις νέες τεχνολογίες, και ως επακόλουθο αλλάζει και η εργασιακή κουλτούρα. Τα social media, η ψηφιακή κουλτούρα, για πολλούς ένα νέο και ενθαρρυντικό περιβάλλον, έχουν γίνει αναπόσπαστο κομμάτι των καθημερινών δραστηριοτήτων μας. Ωστόσο, έχουμε μόλις αρχίσει να καταλαβαίνουμε σε ποιο βαθμό τα νέα μέσα μαζικής ενημέρωσης έχουν αλλάξει την καθημερινή μας ζωή,

τις πρακτικές, τις συνήθειες και την κουλτούρα μας.

Όλοι συμφώνησαν ότι πρέπει να επικεντρωθούμε στον εντοπισμό νέων ευκαιριών και βέλτιστων πρακτικών, διερευνώντας ιδιαίτερα εάν περισσότερη τεχνολογία σημαίνει πράγματι μεγαλύτερη πρόοδο, αποτελεσματικότητα και γνώση.

Οι συζητήσεις επικεντρώθηκαν, επίσης, στην ανάγκη για καθοδήγηση και βοήθεια στην υποβοήθη προτάσεων για Ευρωπαϊκά έργα ή προγράμματα, δεδομένου ότι οι γυναίκες (και οι άνδρες) αντιμετωπίζουν πολλά εμπόδια, όπως εχθρική γλώσσα ή άγνωστη ορολογία. Δηλαδή, υπογραμμίστηκε ότι τα Ευρωπαϊκά προγράμματα απευθύνονται κατά κύριο λόγο σε άτομα εξειδικευμένα, με εμπειρία και τεχνογνωσία. Η Ευρωπαϊκή Ένωση χρησιμοποιεί δύσκολη γλώσσα και, κατά συνέπεια, μόνο εκείνοι με την κατάληξη τεχνογνωσία μπορούν να υποβάλλουν προτάσεις και να συμμετέχουν.

Το πώς οι νέες τεχνολογίες μπορούν να διευκολύνουν, να προωθήσουν και να υποστηρίξουν τη γυναικεία επιχειρηματικότητα φαίνεται, καθαρά, στα αποτελέσματα του ευρωπαϊκού συνεδρίου: «Περισσότερες Τεχνολογίες; Περισσότερες γυναίκες επιχειρηματίες!» που πραγματοποιήθηκε στην Αθήνα στις 6/11/2012. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι γυναίκες του 21ου αιώνα δεν αποτελούν πλέον μια παραδοσιακή πηγή που περιορίζεται στην έμφυλη σφαίρα του νοικοκυριού, αλλά αποτελούν ένα κατινοτόμο και αξιόλιγο μέρος του πληθυσμού, που συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη. Είναι ανταγωνιστικές και συμβάλλουν στη μετατροπή της εργασιακής κουλτούρας. Η επιχειρηματικότητα συμβάλλει στην χειραφέτηση των γυναικών. Αναδείχθηκε ότι αποτελεί κινητήρια δύναμη για την οικονομική ανάπτυξη, τη δημιουργία θέσεων εργασίας και την προσωπική ανάπτυξη και αυτό-ενδυνάμωση. Ωστόσο, οι δυνατότητες αυτές παραμένουν ανεκμετάλληστες, μολονότι η γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι απαραίτητη για τη μακροπρόθεσμη οικονομική ανάπτυξη. Για παράδειγμα, πολλές έρευνες έχουν δείξει ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες επικεντρώνονται στη δημιουργία ενός περιβάλλοντος συνεργασίας, ανταλλάσσουν και μοιράζονται πληροφορίες, μοιράζονται την εξουσία, διαθέτουν μια δημοκρατική διοικητική προσέγγισην και προτιμούν την ομαδική εργασία. Όπως ήδη αναφέρθηκε, ο στόχος της ενσωμάτωσης της διάστασης του φύλου στην εξίσωση είναι να μετατρέψει αποκλεισμένες ή άντισες κοινωνικές και θεσμικές δομές σε ίσες ή ισότιμες, τόσο για τις γυναίκες όσο και για τους άνδρες. Η πλήρης αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού, ανεξάρτητα από το φύλο, τη φυλή, τη θρησκεία κλπ., είναι μία από τις μεγαλύτερες προκλήσεις και ζωτικής σημασίας για τη βιώσιμη ανάπτυξη. Ως εκ τούτου, είναι ζωτικής σημασίας να ενθαρρυνθεί η γυναικεία επιχειρηματική συμμετοχή, προκειμένου να προωθηθεί η κοινωνικο-οικονομική ανάπτυξη.

LadybizIT, Women Entrepreneurship on the Verge of ICT: Συμβουλές από Γυναίκες Επιχειρηματίες

- Μη φοβάστε την τεχνολογία, μάθετε περισσότερα.
- Επενδύστε σε μια καλή σύνδεση στο Internet.
- Επωφεληθείτε από τα διαθέσιμα online ευρωπαϊκά προγράμματα που παρέχουν εκπαιδευτικό και παιδαγωγικό υλικό χωρίς κόστος.
- Βάζετε πρακτικούς και ρεαλιστικούς στόχους.
- Επιδιώξει συνεργασία και δουλέψτε πάνω σε κοινές ιδέες.
- Βρείτε online ομάδες, φόρουμ και ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης που δημιουργούνται από γυναίκες για γυναίκες, δεδομένου ότι αυτές συνήθως προσφέρουν υποστήριξη, συνδέσεις, πληροφορίες, ευκαιρίες μάρκετινγκ, και πολλά άλλα.
- Παρουσιάστε/προβάλλητε επιτυχημένες γυναίκες επιχειρηματίες σαν πρότυπο και μάθετε από την εμπειρία τους (storytelling).
- Επικοινωνήστε με ανθρώπους από όλο τον κόσμο, με τους οποίους δεν θα είχατε την ευκαιρία να μιλήσετε χωρίς τα social media.
- Τα social media συμπληρώνουν ή προσθέτουν στις προσπάθειες marketing. Για παράδειγμα, το Twitter είναι ιδανικό για «δοκιμές και λάθο» επειδή, ότι βγάζετε ή αναρτάτε εκεί, διαρκεί μόνο 15 λεπτά, έτσι μπορείτε να πειραματιστείτε, χωρίς να ανησυχείτε ότι θα παραμείνουν στον κυβερνοχώρο να σας στοιχειώνουν για πάντα.
- Μη δημιουργείτε απλά μια ήστα πελατών. Μείνετε συγκεκριμένες σε πελάτες και στόχους και επικεντρωθείτε σε πληροφορίες που κτίζουν την εμπιστοσύνη των πελατών στα social media.
- Οτιδήποτε δημοσιεύσετε στα social media πρέπει να έχει αξία για την εμπειρία των αναγνωστών και να τους ενθαρρύνετε να επιστρέψουν για περισσότερες πληροφορίες. Έτσι, όταν εσείς ή η επιχείρηση «αναγνωριστεί» στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τότε θα γίνουν πιο εύκολες οι παραδοσιακές επικοινωνίες μέσω email.
- Αποφύγετε να είστε ένας από εκείνους που κουράζουν τους φίλους των social media με πολλαπλές δημοσιεύσεις.
- Δημιουργήστε μια κυκλική ροή επικοινωνίας, έτσι ώστε οι πελάτες σας να επιστρέφουν στην ιστοσελίδα σας, και χρησιμοποιείστε τα social media ως αναπόσπαστο μέρος της προσέγγισης marketing της επιχείρησής σας.