

**ΕΘΝΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΑΚΟ ΔΙΚΤΥΟ ΕΛΛΗΝΙΔΩΝ ΓΥΝΑΙΚΩΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ ΚΑΙ ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΦΟΡΕΩΝ
Ε.Ε.Δ.Ε.Γ.Ε**

**Η ΕΥΡΩΠΗ ΔΙΚΤΥΩΝΕΤΑΙ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙ
ΕΙΣΗΓΗΣΗ ΤΗΣ ΠΡΟΕΔΡΟΥ ΤΟΥ ΕΕΔΕΓΕ ΣΟΦΙΑΣ ΟΙΚΟΝΟΜΑΚΟΥ
ΣΕ ΕΚΔΗΛΩΣΗ ΤΟΥ ΕΟΜΜΕΧ**

Τον Ιούνιο του 2008, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, με πρωτοβουλία του Επιτρόπου Spidla, συνέστησε το ανώτατο Δεκαπενταμελές Συμβούλιο Γυναικών Ευρώπης. Το ονόμασε Δίκτυο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την προώθηση των γυναικών σε θέσεις ευθύνης, στην οικονομία και την πολιτική. Ως Πρόεδρος του Δικτύου Γυναικών του Ευρωπαϊκού Επιμελητηρίου έχω την τιμή να μετέχω στο Συμβούλιο αυτού του Δικτύου, μαζί με άλλες διακεκριμένες γυναίκες, εκπροσώπους μεγάλων φορέων και Δικτύων της Ευρώπης.

Βασικός στόχος του Δικτύου είναι η επίλυση των προβλημάτων που εμποδίζουν την γυναίκα από την πλήρη ένταξή της στην αγορά εργασίας.

Το Δίκτυο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής επιθυμεί να λειτουργήσει σαν μια μεγάλη Ευρωπαϊκή Πλατφόρμα για ανταλλαγή ιδεών, εκπαίδευσης, γνώσεων και καλών πρακτικών για την ουσιαστική και ενεργό προώθηση των γυναικών σε θέσεις ευθύνης και στην πολιτική.

Επιθυμεί ακόμη να αναδείξει τις στρατηγικές εκείνες που θα βοηθήσουν στην άρση της υποεκπροσώπησης των γυναικών σε θέσεις ευθύνης, να συλλέξει, να ανταλλάξει και να επικοινωνήσει πληροφορίες για τον σκοπό αυτό, να δημιουργήσει συνεργασίες και να ενδυναμώσει συνέργειες και ανταλλαγή εμπειριών μεταξύ υπαρχόντων Ευρωπαϊκών Δικτύων και Κέντρων Αποφάσεων.

Γιατί όμως δίνεται τόσο μεγάλη έμφαση στην Δικτύωση; Απλά διότι η δικτύωση θεωρήθηκε σαν το εργαλείο για την ανέλιξη των ανδρών. Ο Ντρεϊβερ Ρινέκι στο έργο του, συμφωνίες στο πράσινο, (deals on the green) αναπτύσσει με αριστουργηματικό τρόπο στις σχέσεις που δημιουργούνται μεταξύ των γκόλφερς, κατά την διάρκεια της εξάσκησης του συγκεκριμένου σπορ.

Επίσης, η πανευρωπαϊκή έρευνα που διεξήγαγε το Ευρωπαϊκό Επιμελητήριο για να δικαιολογήσει την μικρή συμμετοχή των γυναικών στα Διοικητικά Συμβούλια των Επιμελητηρίων, ανέδειξε ότι αυτή οφείλεται στην έλλειψη σχετικής δικτύωσης και πληροφόρησης.

Είναι γεγονός ότι ακόμη δεν υπάρχει επίσημη χαρτογράφηση των υπαρχόντων γυναικείων δικτύων και των αποτελεσμάτων που έχουν φέρει, εκτός του ότι αποτελούνται και διοικούνται από εθελόντριες. Στην πατρίδα μας όμως, εμείς οι γυναίκες των Επιμελητηρίων, είμαστε ιδιαίτερα υπερήφανες να πληροφορήσουμε ότι λειτουργεί ένα από τα πιο αξιόπιστα και ενεργά δίκτυα της Ευρώπης, το ΕΕΔΕΓΕ. Ένα Δίκτυο που έχει ενώσει τις εκλεγμένες συμβούλους των Επιμελητηρίων και δι' αυτών, όλες τις γυναίκες επιχειρηματίες μέλη των Επιμελητηρίων της Ελλάδος.

Ένα επιτυχημένο δίκτυο μπορεί να βελτιώσει τις ευκαιρίες απασχόλησης, την λειτουργία του ατόμου στην εργασία και την ικανοποίησή του από αυτή, την πολιτική του άποψη, την πληροφόρησή του, το κοινωνικό του προφίλ, την επικοινωνία του γενικά, την επαγγελματική του στήριξη, την επιλογή του σε ανώτερες θέσεις και την εκλογική του νίκη ακόμη, εάν ασχολείται με την πολιτική.

Σύμφωνα με την επιθεώρηση «Διοικητική Ανάπτυξη των Γυναικών της Ευρώπης», οι γυναίκες που εντάχθηκαν σε Δίκτυα για να βελτιώσουν τις προσωπικές τους δεξιότητες, συνάντησαν άλλες γυναίκες που τις βοήθησαν στην καριέρα τους ποικιλοτρόπως, ακόμη και μέσω ψυχολογικής στήριξης, ή με ουσιαστικές παρεμβάσεις στο χώρο εργασίας τους. Το παράδοξο είναι ότι παρόλο ότι είναι αποδεδειγμένο ότι οι γυναίκες λειτουργούν καλλίτερα κοινωνικά και δίνουν έμφαση στην κοινωνική δικτύωση, πολλές φορές εξαιρούνται από κοινωνικά γεγονότα που συμβαίνουν στο χώρο της εργασίας τους και αντικαθίστανται από άρρενες συναδέλφους τους.

Μια σειρά Δικτύων με αποδεδειγμένα θετικά αποτελέσματα είναι και τα ακόλουθα;

Δίκτυα που έχουν σχέση με μέλη αθλητικών και κοινωνικών ομάδων.

Δίκτυα που έχουν σχέση με εκπαίδευση που γίνεται σε τακτά χρονικά διαστήματα, όπου γυναίκες συναντώνται και εκπαιδεύονται.

Πολιτικά δίκτυα, φιλανθρωπικά και Δίκτυα Αλληλεγγύης.

Γιατί όμως οι γυναίκες Δικτυώνονται; Η έρευνα που διεξήχθη από τον Μάρτιο μέχρι τον Μάιο του 2008 από το Δίκτυο των Ευρωπαϊών Γυναικών Επαγγελματιών, σε δείγμα 310 συμμετεχουσών και δημοσιεύετε σήμερα επίσημα στο Παρίσι, έδειξε, κατά σειρά προτεραιότητας ότι:

το 80 % των γυναικών δικτυώνονται για να έρθουν σε επαφή με κόσμο,

το 70% για την προσωπική τους ανάπτυξη,

το 65% για να αποκτήσουν μια κοινωνική επαφή,

το 60% για να πάρουν πληροφόρηση,

το 50 % για να έρθουν σε επαφή με γυναίκες με τα ίδια ενδιαφέροντα,

το 45% για να κάνουν αισθητή την παρουσία τους,

το 44% για να αναπτύξουν την δουλειά τους,

το 42% για να αποκτήσουν περισσότερους πελάτες,

το 40% για να προωθήσουν την καριέρα τους,

το 25% για να βρουν δουλειά και το

23% για να ανελιχτούν στην δουλειά τους,

Η έρευνα έδειξε ακόμη ότι η γυναίκα έχει μια ατζέντα 95 επαφών, 398 επαφές στην ηλεκτρονική της διεύθυνση και 170 επαφές μέσω κοινωνικής δικτύωσης. Επικοινωνεί με τα σημεία επαφής της περίπου πέντε φορές τον χρόνο, κυρίως μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Οι περισσότερες επαφές της προέρχονται από τον χώρο εργασίας και ακολουθεί το σχολείο ή το Πανεπιστήμιο και οι διάφορες λέσχες.

Η Ευρωπαϊά είναι μάλλον αντιδραστική, δηλαδή ανταποκρίνεται μάλλον στα ερεθίσματα και καλέσματα παρά ενεργητική, δηλαδή να είναι αυτή που παίρνει τις πρωτοβουλίες. Παρόλα αυτά τις αρέσει πάντα να έρχεται σε επαφή με κόσμο. Συμμετέχει ενεργά σε 2 έως και 18 γυναικείες ενώσεις και μπορεί να συμμετέχει παθητικά μέχρι και σε 98 οργανώσεις.

Τι πρέπει όμως να κάνει μια γυναίκα για να είναι σωστή, ως μέλος ενός δικτύου.

Να έχει ανοικτούς ορίζοντες και να είναι πρόθυμη να βοηθήσει, με θετική ενέργεια, να είναι διπλωμάτισσα και ευέλικτη.

Να είναι έτοιμη να προσφέρει, (συμβουλές, βοήθεια, ιδέες, να ανταλλάξει καλές πρακτικές, κτλ.) Να θέλει να δώσει περισσότερο παρά να πάρει. Να σκέφτεται πρώτα τους άλλους και μετά τον εαυτόν της. Να μπορεί να μοιράζεται τις γνώσεις και την εμπειρία της. Ότι δίνει επανέρχεται σε αυτή με χίλιους τρόπους.

Να είναι δραστήρια και να αναλαμβάνει ευθύνες. Να συμμετέχει στις δραστηριότητες του Δικτύου της, να ενημερώνει και να φέρνει και άλλες γυναίκες στο Δίκτυο, να σκέπτεται πως μπορεί να συμβάλει στην ανάπτυξη του Δικτύου της, να έρχεται σε επαφή με κόσμο, να ενδιαφέρεται πραγματικά για τους άλλους, να σέβεται, να είναι φιλική και γενναιόδωρη, υπομονετική, να συναναστρέφεται άτομα όλων των ηλικιών και να τους στηρίζει. Να μπορεί να ακούει, να θυμάται και να είναι ανοικτή σε κάθε τι νέο και καινοτόμο. Να έρχεται σε επαφή με κόσμο, να εστιάζει τις προτεραιότητες της, να τηρεί τις υποσχέσεις της και να είναι διακριτική.

Εδώ θα μου επιτρέψετε να προσθέσω το δικό μου στοιχείο εκτός της έρευνας.

Να υπάρχει συσπείρωση και ενότητα, σεβασμός, συλλογικότητα και κοινός αγώνας προς τον κοινό στόχο. Είναι αυτό που λείπει από τα Ελληνικά Δίκτυα και Οργανώσεις.

Άλλη έρευνα που έγινε στην Αμερική και αφορά την δικτύωση των γυναικών ανέδειξε ότι η δικτύωση πρέπει να αρχίζει από το εργασιακό περιβάλλον της γυναίκας. Ότι οι γυναίκες δικτυώνονται μεταξύ 35 και 50 ετών και ότι οι νέες γυναίκες δεν δικτυώνονται εύκολα. Συμπέρασμα είναι ότι οι ηγεσίες των γυναικείων οργανισμών γηράσκουν και αυτό είναι κάτι που πρέπει ιδιαίτερα να προσέξουμε. Έδειξε ακόμη ότι οι γυναίκες σε θέσεις ευθύνης προωθούν άλλες γυναίκες, μόνον που αυτές είναι πολύ λίγες.

Κανένας άνδρας δεν είναι διατεθειμένος να μας δώσει δύναμη, πρέπει να την αρπάξουμε, λέει η Πρόεδρος του GLOBAL SUMMIT OF WOMEN της παγκόσμιας κορυφαίας οργάνωσης γυναικών, Η IRENE NATIVIDAL μια από τις κυρίες που ηγήθηκαν της εκστρατείας της HILARY KLINTON. Λέει και κάτι ακόμη, ότι η Ευρώπη σκοτώνει τις γυναίκες της με ευγένεια και καλοσύνη.

Ενώ η Ευρωπαϊκή έρευνα έδειξε ότι το 80% των Ευρωπαίων Δικτυώνονται για να έρθουν σε επαφή με κόσμο, οι γυναίκες τις Αμερικής δικτυώνονται για να βρουν δουλειά. Αναφέρθηκε επίσης στα επιστημονικά δίκτυα και την επιτυχία που έχουν παγκοσμίως, στις σοροπτιμίστριες, και επικέντρωσε το πρόβλημα των δικτύων στην έλλειψη δυνατών γυναικείων προτύπων καθώς και στην έλλειψη χρημάτων.

Αξίζει να σας αναφέρω ότι, σύμφωνα με έρευνα που έγινε τον Μάρτιο του 2007, οι γυναίκες κατέχουν μόνον το 11.2% των διευθυντικών θέσεων στις 200 μεγαλύτερες εταιρείες του κόσμου. Μερικές μάλιστα από τις δυνατότερες στον κόσμο, όπως η αυτοκινητοβιομηχανία της Chrysler, στην Γερμανία, η Toyota, η Honda, η Nissan, η Samsung electronics, η Mitsubishi, η canon δεν έχουν καθόλου γυναίκες.