

Opinia Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego w sprawie: „Kobiety przedsiębiorcy – konkretne strategie zwiększające unijny wzrost i zatrudnienie” (opinia z inicjatywy własnej)

(2012/C 299/05)

Sprawozdawca: **Madi SHARMA**

Dnia 19 stycznia 2012 r. Europejski Komitet Ekonomiczno-Społeczny postanowił, zgodnie z art. 29 ust. 2 regulaminu wewnętrznego, sporządzić opinię z inicjatywy własnej w sprawie:

„Kobiety przedsiębiorcy – konkretne strategie zwiększające unijny wzrost i zatrudnienie”.

Sekcja Zatrudnienia, Spraw Społecznych i Obywatelstwa, której powierzono przygotowanie prac Komitetu w tej sprawie, przyjęła swoją opinię 28 czerwca 2012 r.

Na 482. sesji plenarnej w dniach 11–12 lipca 2012 r. (posiedzenie z 11 lipca) Europejski Komitet Ekonomiczno-Społeczny stosunkiem głosów 121 do 7 – 4 osoby wstrzymały się od głosu – przyjął następującą opinię:

1. Zalecenia i wnioski dotyczące promowania przedsiębiorczości kobiet w Europie

1.1 W niniejszej opinii zawarto **cztery kluczowe i konkretne propozycje** działań politycznych mających na celu promowanie i rozwijanie przedsiębiorczości kobiet, aby wesprzeć trwały wzrost gospodarczy w Europie. Poruszono w niej wyłącznie zagadnienie przedsiębiorczości kobiet, a szersze zagadnienie udziału kobiet w rynku pracy czy też w procesie decyzyjnym zostało pominięte.

1.2 Zalecenia polityczne wiążą się z kosztami, lecz zwrot z inwestycji wynikający z dodatkowych korzyści gospodarczych związanych ze wzrostem liczby przedsiębiorstw kierowanych przez kobiety w gospodarce i z tworzeniem miejsc pracy w tych przedsiębiorstwach przeważa nad niewielkimi inwestycjami, które muszą ponieść Komisja i państwa członkowskie.

1.3 Ponadto przedstawione zalecenia polityczne nie wymagają żadnych nowych struktur i mogą zostać uwzględnione w obecnych ministerstwach ds. rozwoju gospodarczego, lecz nie należy ich włączać do ministerstw ds. równouprawnienia płci, **gdyż przedsiębiorczość kobiet jest kwestią gospodarczą**.

1.4 Zalecenia te można poprzeć argumentem dotyczącym zwrotu z inwestycji, jaki odnotowano, podejmując podobne działania w USA – stanowiły one gospodarczy wkład w rozwój społeczeństwa, doprowadziły do podwojenia liczby kobiet przedsiębiorców i utworzenia większej ilości miejsc pracy. Obowiązek gromadzenia danych i polityka zamówień to elementy, które wywarły największy wpływ⁽¹⁾.

1.5 **Utworzenie biura ds. działalności gospodarczej kobiet** w Europie w ramach Komisji Europejskiej oraz właściwych ministerstw (najlepiej niebędących ministerstwami ds. równouprawnienia płci, co sprzyjałoby rozróżnieniu między

działaniami gospodarczymi a odpowiedzialnością w zakresie równouprawnienia płci) na szczeblu państw członkowskich, bez ustanawiania nowych struktur.

1.6 **Wyznaczenie dyrektora/wysłannika lub przedstawiciela wysokiego szczebla ds. przedsiębiorczości kobiet** w Komisji Europejskiej i w ministerstwach ds. przedsiębiorczości państw członkowskich, który działałby w obrębie wielu ministerstw na rzecz zwiększenia poziomu świadomości na temat korzyści gospodarczych wynikających z zachęcania kobiet do prowadzenia i rozwijania działalności gospodarczej.

1.7 **Gromadzenie danych i redagowanie dorocznych sprawozdań politycznych i badawczych** w sprawie przedsiębiorczości kobiet we wszystkich regionach Europy, przy zwiększeniu dostępu do segregowanych ze względu na płeć danych statystycznych z różnych wydziałów i agencji rządowych.

1.8 **Egzekwowanie przepisów obowiązujących** w dziedzinie równości płci – m.in. ze szczególnym uwzględnieniem tego, że przydział środków i funduszy odbywa się z poszanowaniem równości płci w imię przejrzystości, odpowiedzialności i należytej staranności, czyli wartości stanowiących dowód rzeczywistego przestrzegania równości płci.

1.9 Aby stworzyć środowisko sprzyjające aktywności kobiet przedsiębiorców konieczne jest także uwzględnienie następujących aspektów:

- uczestnictwo mężczyzn w debatach i komunikacji;
- likwidacja stereotypów dotyczących płci, szczególnie w odniesieniu do kariery zawodowej i edukacji;
- promowanie kierunków studiów, które mogą pomóc kobietom w zakładaniu nowych przedsiębiorstw;
- zapewnienie uczciwego, opartego o równe zasady, dostępu do funduszy i środków;
- poprawa ochrony socjalnej dla osób pracujących na własny rachunek.

⁽¹⁾ 1988: Women's Business Ownership Act (HR5050) <http://www.nwbc.gov/sites/default/files/nwbc05.pdf>.

2. Wprowadzenie

2.1 Wzrost w UE i MŚP

2.1.1 W rezolucji Parlamentu Europejskiego w sprawie przedsiębiorczości kobiet w małych i średnich przedsiębiorstwach⁽²⁾ uznaje się, że „pomiędzy państwami członkowskimi występują duże różnice w liczbie kobiet-przedsiębiorców” oraz zauważa co następuje: „mając na uwadze, że mniej kobiet niż mężczyźni postrzegają prowadzenie działalności gospodarczej jako realną ścieżkę zawodową i że pomimo wzrostu w ostatnim dziesięcioleciu liczby kobiet prowadzących MŚP, w Unii Europejskiej kobiety stanowią zaledwie jedną dziesiątą przedsiębiorców, w porównaniu z jedną czwartą wśród mężczyzn; mając na uwadze, że kobiety stanowią około 60 % wszystkich absolwentów uczelni wyższych, a na rynku pracy, w szczególności w dziedzinie biznesu, w pełnym wymiarze czasu pracy wciąż pracuje niedostateczna liczba kobiet; mając na uwadze podstawowe znaczenie zachęcania kobiet do prowadzenia działalności gospodarczej w celu zmniejszenia nierówności istniejących między płciami oraz umożliwienia im tego”.

2.1.2 W kontekście kryzysu finansowego w Europie ograniczenie wydatków publicznych stało się kluczowym pojęciem mającym zapewnić wyjście z kryzysu. Jedynie w ostatnim czasie obok cięć budżetowych zaczęto mówić o inwestycjach. Należy się skupić przede wszystkim na polityce na rzecz promowania wzrostu.

2.1.3 W zmieniającej się sytuacji na całym świecie, którą charakteryzuje niepewność, ciągłe zmiany i o wiele bardziej nasiloną konkurencyjność globalną, uznanie roli przedsiębiorców w ukierunkowywaniu inwestycji na ożywienie gospodarcze jest jednym z najważniejszych elementów zapewnienia konkurencyjnej i dynamicznej gospodarki europejskiej. Uznawszy rolę małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP) w społeczeństwie, Komisja Europejska koncentruje się obecnie głównie na wykorzystywaniu potencjału MŚP.

2.1.4 Przedsiębiorcy stali się jeszcze bardziej istotni, ponieważ tworzą miejsca pracy, a także odgrywają kluczową rolę z punktu widzenia dobrobytu społeczności lokalnych i regionalnych⁽³⁾. UE poprzez strategię lizbońską na rzecz wzrostu i zatrudnienia, program „Small Business Act”, strategię „Europa 2020”, a także nowy program na rzecz konkurencyjności przedsiębiorstw oraz małych i średnich przedsiębiorstw⁽⁴⁾, zdecydowanie dowiodła, że wspieranie MŚP stanowi oś jej działań i przynosi pozytywne rezultaty.

2.1.5 Warunki krajowe i lokalne w UE, w jakich działają MŚP, bardzo się między sobą różnią, tak samo więc różni się charakter samych MŚP. Strategie polityczne nakierowane na potrzeby MŚP powinny zatem w pełni odzwierciedlać tę różnorodność i zapewniać poszanowanie dla zasady pomocniczości („Najpierw myśl na małą skalę – Program *Small Business Act* dla Europy”).

2.1.6 W wydanej niedawno opinii w sprawie komunikatu „Małe przedsiębiorstwo, wielki świat – nowe partnerstwo na rzecz pomocy MŚP w wykorzystaniu szans na światowych

rynkach”⁽⁵⁾ EKES odnotowuje, że Komisja uwzględni równouprawnienie płci w przedsiębiorczości, ale nie podaje żadnych konkretnych wytycznych wspierających MŚP, w których właścicielami są kobiety pragnące rozwijać działalność na rynku międzynarodowym.

2.1.7 **W Europie brakuje infrastruktury, która byłaby ukierunkowana na wspieranie przedsiębiorczości kobiet.** Żadna z powyższych strategii politycznych, późniejszych działań czy postanowień nie uwzględniła w pełni kwestii płci w kontekście prowadzenia działalności gospodarczej ani nie pomaga określić możliwości rozwoju lub stopnia zróżnicowania w sektorze biznesowym (przedsiębiorstwa krajowe, mikroprzedsiębiorstwa, przedsiębiorstwa rodzinne).

2.2 Obecna strategia polityczna dotycząca przedsiębiorstw prowadzonych przez kobiety

2.2.1 Przedsiębiorstwa prowadzone przez kobiety mają kluczowe znaczenie dla dobrego stanu europejskiej gospodarki. Od ponad 10 lat rządy i szereg organizacji w sektorze publicznym, prywatnym i akademickim uznają wartość wspierania przedsiębiorstw prowadzonych przez kobiety zarówno z perspektywy politycznej, jak i praktycznej. W rezultacie rośnie świadomość wkładu tych przedsiębiorstw na rzecz gospodarki.

2.2.2 Komisja pracuje obecnie z państwami członkowskimi, by znaleźć sposoby zlikwidowania czynników, które zniechęcają kobiety do przedsiębiorczości. W ramach tych działań zapoczątkowano już szereg inicjatyw:

— Europejska Sieć Mentorek Kobiecej Przedsiębiorczości powstała podczas polskiej prezydencji w UE dnia 15 listopada 2011 r. Utworzenie sieci jest jednym z działań zaproponowanych w ramach przeglądu *Small Business Act* z 2011 r., wzmacnia i dopełnia działania służące promowaniu i wspieraniu kobiecej przedsiębiorczości oraz zachęcaniu do niej.

— Europejska Sieć Wspierania Przedsiębiorczości Kobiecej dla decydentów politycznych (WES).

— Portal kobiecej przedsiębiorczości⁽⁶⁾.

3. Potencjał gospodarczy

3.1 Pomimo odnotowanych postępów UE wciąż potrzebuje dalszych znaczących środków, by móc wykorzystać w pełni potencjał przedsiębiorstw, a zwłaszcza MŚP, których właścicielkami są kobiety. Kobiety są zbyt często niewidoczne w świecie biznesu – w mediach, w organizacjach reprezentujących przedsiębiorstwa oraz w dziedzinie kształtowania polityki.

3.2 Wciąż istnieje różnica między płciami pod względem przedsiębiorczości, przy czym kobiet przedsiębiorców jest mniej. Obecnie wśród europejskich przedsiębiorców jest jedynie 30 % kobiet, co prowadzi do niewykorzystania potencjału wzrostu gospodarczego.

⁽²⁾ (2010/2275(INI)).

⁽³⁾ Opinia EKES-u „Zatrudnienie i przedsiębiorczość – rola społeczeństwa obywatelskiego oraz organów lokalnych i regionalnych z uwzględnieniem kwestii płci” (Dz.U. 256 z 27.10.07, s. 114).

⁽⁴⁾ Program na rzecz konkurencyjności przedsiębiorstw oraz małych i średnich przedsiębiorstw na lata 2014–2020.

⁽⁵⁾ COM(2011) 702 final.

⁽⁶⁾ Zob. <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/women/portal/>.

3.3 Przedsiębiorstwa, których właścicielami są kobiety działają w całej Europie i w regionach sąsiednich takich jak region śródziemnomorski (?) w każdym sektorze, a ich rola w 2012 r. jest większa niż kiedykolwiek – w zakresie rozwoju gospodarki oraz tworzenia i utrzymywania nowych miejsc pracy, co z kolei ma fundamentalne znaczenie dla ożywienia gospodarczego i wzrostu.

3.4 Najbardziej niepokojące jest to, że gdy w wielu krajach ograniczono rządowe wsparcie dla przedsiębiorstw oraz gdy wiele przedsiębiorstw walczy o przetrwanie i rozwój, strategie polityczne służące wspieraniu przedsiębiorczości kobiet nie są już priorytetowe pomimo wzniosłych zapewnień. Przedsiębiorstwa prowadzone przez kobiety są szansą na wielomiliardowe zyski (8), której nie wolno przegapić ani zignorować.

3.5 Jednym z najpoważniejszych wyzwań w liczbowym podejściu do przedsiębiorczości kobiet w Europie jest brak danych ilościowych i jakościowych. Rejestry przedsiębiorstw i wiele innych źródeł, z których pochodzą statystyki rządowe (w tym rejestr płatników VAT), nie uwzględniają podziału danych ze względu na płeć. W ten sam sposób dane dotyczące płci nie są bezpośrednio dostępne w statystykach bankowych lub gromadzonych przez organizacje wspierające przedsiębiorców.

3.6 Pomimo tych braków szereg wiarygodnych źródeł zawiera informacje na temat przedsiębiorczości i samozatrudnienia w kontekście działalności biznesowej mężczyzn i kobiet. Obejmują one Global Entrepreneurship Monitor (GEM) oraz coroczne badania prowadzone w większości państw europejskich (cenzusy). Dane zgromadzone w Stanach Zjednoczonych podkreślają potencjał dla Europy (9).

3.7 Badania dowiodły (10), że przedsiębiorstwa, których właścicielami są kobiety inwestują w szkolenia pracowników więcej niż ogół pracodawców oraz że w około dwóch trzecich tych przedsiębiorstw dąży się do zwiększenia zdolności kierowniczych kadry zarządzającej. Dlatego też inwestycje we wsparcie dla przedsiębiorstw, których właścicielami są kobiety, ukierunkowanych na rozwój mają szansę przynieść większe zyski niż ogólne inwestycje na rzecz przedsiębiorstw.

3.8 Większość statystyk to prognozy zachowawcze i istnieje znaczący materiał badawczy na dowód jeszcze większego potencjału wzrostu wśród kobiet przedsiębiorców, z uwzględnieniem kobiet przedsiębiorców będących matkami (11). Badania prowadzone przez Natwest Bank w Wielkiej Brytanii wykazały, że 88 % kobiet – w porównaniu z 74 % mężczyzn – przewiduje rozwój prowadzonych przez siebie przedsiębiorstw. Skala przewidywanego wzrostu wynosi średnio 25 %.

4. Równouprawnienie płci w przedsiębiorstwach

4.1 UE ma etyczny obowiązek zapewniania kobietom tego, na co naprawdę zasługują. Problematyka płci musi mieć zawsze

priorytetowe znaczenie w kształtowaniu polityki UE. W czasie kryzysu sprawiedliwość w odniesieniu do płci staje się jeszcze bardziej niezbędna. Z racji tego, iż zbyt często o sprawach dotyczących kobiet dyskutują tylko kobiety, w debacie muszą zacząć uczestniczyć również mężczyźni

4.2 W całej Europie uwzględnia się płeć w różnych kierunkach polityki, ale nie dotyczy to analizy przydziału środków lub funduszy według płci. Aby zapewnić przejrzystość, odpowiedzialność i należytą staranność, czyli wartości stanowiące dowód rzeczywistego przestrzegania równości płci, należy sporządzić taką analizę.

4.3 W Zjednoczonym Królestwie wprowadzono wymóg prawny o nazwie „Gender Equality Duty” (12) (pol. obowiązek przestrzegania równości płci), który zobowiązuje wszystkie organy publiczne do tego, by wypełniając swoje funkcje, poważnie brały pod uwagę:

- obowiązek eliminowania wszelkich przejawów bezprawnej dyskryminacji i napastowania na gruncie płci;
- obowiązek promowania równości szans kobiet i mężczyzn.

Aby zapewnić neutralność płci, potrzebna jest zatem stosowna analiza przydziału środków i funduszy.

4.4 Obowiązek przestrzegania równości płci jest ważnym konceptem potrzebnym do zagwarantowania równości płci na bazie odpowiedzialności oraz przez ocenę przydziału środków i gromadzenie danych segregowanych ze względu na płeć. Pomogłoby to osobom odpowiedzialnym za wyznaczenie kierunków polityki ocenić rzeczywisty wpływ na przedsiębiorczość kobiet. (Przykład: fundusz rozwoju regionalnego (EFRR) albo fundusz społeczny (EFS): UE przydziela środki państwom członkowskim, które przekazują je dalej na poziom regionalny. Środki te wykorzystuje się często do tworzenia miejsc pracy w nowo zakładanych przedsiębiorstwach. Jednak nigdy nie podnosi się przy tej okazji kwestii płci.) Aby zapewnić przejrzystość w zakresie równości płci, decydenci każdego szczebla powinni analizować – pod względem płci – jak rozdzielane są pieniądze.

4.5 Płeć może być „soczewką” pozwalającą dostrzec inne rodzaje nierówności (rasa, niepełnosprawność lub wiek) i podjąć w ich sprawie działania. By uwzględnianie aspektu płci było skuteczne w całej Europie, trzeba przyjąć zintegrowane podejście, którego doskonałym przykładem są rozwiązania przedstawione w raporcie OECD zatytułowanym „Tackle gender gap to boost growth” (13) (pol. Niwelowanie różnic w traktowaniu kobiet i mężczyzn dla ożywienia wzrostu). Kwestia płci uwzględnia wszystkie aspekty równości i dotyczy wszystkich, zarówno kobiet, jak i mężczyzn. Koncentrując się na płci, uznaje się, że nierówności między kobietami i mężczyznami wynikają z niesprawiedliwości lub stereotypów, które dotyczą wszystkich.

(7) Opinia EKES-u „Promowanie przedsiębiorczości kobiet w regionie eurośródziemnomorskim” (Dz.U. C 256 z 27.10.2007).

(8) Zob. www.wescotland.co.uk/wepg.

(9) <http://womeninbusiness.about.com/od/wibtrendsandstatistics/a/statswibindustr.htm>.

(10) <http://www.bis.gov.uk/assets/biscore/enterprise/docs/b/11-1078-bis-small-business-survey-2010-women-led-businesses-boost.pdf>

(11) http://www.enterprising-women.org/static/ew_growthreport.pdf.

(12) <http://freedownload.is/doc/overview-of-the-gender-equality-duty-11622854.html>.

(13) http://www.oecd.org/document/0,3746,fr_21571361_44315115_50401407_1_1_1_1,00.html.

4.6 Analiza płci jest konieczna do tego, by uniknąć marnotrawstwa zasobów w zakresie kształcenia i szkolenia, większej powszechności złego stanu zdrowia, a także kosztów gospodarczych dla przedsiębiorstw, w których umiejętności kobiet nie są cenione, a ich potencjał i talent nie są uznawane. Poza tym dla wzmocnienia pozycji kobiet, niezależnie od ich wieku, konieczne jest wspieranie doradztwa zawodowego, zwalczanie stereotypów i eliminowanie niewidzialnych barier w życiu zawodowym. w mediach i społeczeństwie należy bardziej eksponować wizerunek kobiet jako przywódców i kobiet godnych naśladowania, po to by podkreślać pozytywne zmiany wnoszone przez nie do gospodarki.

5. Zalecenia

5.1 Działania polityczne

5.1.1 EKES uznaje, że w Europie konieczne są ograniczenia budżetowe, lecz zauważa, że proste, konkretne strategie polityczne na rzecz przedsiębiorstw prowadzonych przez kobiety mogłyby przynieść zwrot z inwestycji, który przewyższałby niewielkie nakłady UE i państw członkowskich wymagane w związku z realizacją czterech opisanych poniżej propozycji.

5.1.2 Propozycje te nie zostały wybrane losowo, lecz wyselekcjonowane na podstawie konsultacji z kobietami przedsiębiorcami i stowarzyszeniami biznesowymi. Podobne zalecenia umieszczono w rezolucji Parlamentu Europejskiego⁽¹⁴⁾. Co najistotniejsze, podobne środki wprowadzono też w Stanach Zjednoczonych pod postacią ustawy w sprawie prowadzenia działalności gospodarczej przez kobiety (1988 r.). Obowiązek gromadzenia danych i polityka zamówień to elementy, które wywarły największy wpływ. Proporcja kobiet do mężczyzn wśród przedsiębiorców w USA wynosi obecnie 2 do 1 (liczba kobiet prowadzących działalność gospodarczą w USA jako wartość procentowa ogółu przedsiębiorstw wzrosła z 26 % w 1992 r. do 57 % w 2002 r.). Doprowadziło to do podwojenia liczby kobiet przedsiębiorców, utworzenia większej ilości miejsc pracy i zwiększenia gospodarczego wkładu w rozwój społeczeństwa.

5.1.3 Propozycje te obejmują:

5.1.3.1 **Utworzenie urzędu ds. działalności gospodarczej kobiet** w ramach Komisji Europejskiej oraz kompetentnych ministerstw w państwach członkowskich. Najlepiej byłoby gdyby ministerstwa te nie wchodziły w skład ministerstw ds. równouprawnienia płci, co sprzyjałoby wprowadzeniu wyraźnego rozróżnienia między działaniami gospodarczymi a odpowiedzialnością w zakresie równouprawnienia płci. Muszą one dysponować konkretnymi uprawnieniami, celami i zasobami. W DG Enterprise 1 pracownik na 900 zajmuje się wyłącznie kwestią przedsiębiorczości kobiet w Europie.

5.1.3.2 **Wyznaczenie dyrektora/wysłannika lub przedstawiciela wysokiego szczebla ds. przedsiębiorczości kobiet** w ramach Komisji Europejskiej i na szczeblu ministerstw odpowiadających za przedsiębiorczość w państwach członkowskich, lecz działającego w obrębie wielu ministerstw na rzecz zwiększenia poziomu świadomości na temat korzyści gospodarczych wynikających z zachęcania kobiet to prowadzenia i rozwijania działalności gospodarczej. Sprawowanie tego urzędu powinno być ograniczone w czasie (4–10 lat w zależności od stanu gospodarki i struktury finansowania), a jego kompetencje

powinny być bardzo jasno określone, wraz z konkretnymi celami i zakresem odpowiedzialności. Dyrektor/wysłannik lub przedstawiciel wysokiego szczebla ds. przedsiębiorczości kobiet mógłby także odpowiadać za promowanie ścieżek kariery akademickiej lub branżowej (takich jak: badania, nauka, nowe technologie, sprzedaż bezpośrednia, rozwój internetu/IT), prowadzących do większej przedsiębiorczości kobiet.

5.1.3.3 **Gromadzenie niezbędnych danych**, które umożliwiają pomiar i kwantyfikację alokacji zasobów dla kobiet przedsiębiorców, będącej głównym czynnikiem dyskryminacji kobiet w biznesie, zwłaszcza na etapie zakładania nowego przedsiębiorstwa. Wsparcie dla prac nad uaktualnianiem dorocznych strategii politycznych i badań w sprawie przedsiębiorczości kobiet we wszystkich regionach europejskich. Intensywniejsze gromadzenie segregowanych ze względu na płeć danych w różnych wydziałach i agendach rządowych oraz zwiększenie dostępu do tych danych. DG ds. Przedsiębiorstw i Przemysłu oraz ministerstwa ds. rozwoju gospodarczego z różnych państw członkowskich przeprowadzają **ocenę wpływu pod kątem płci**, gromadząc odpowiednie dane dotyczące m.in. liczby kobiet przedsiębiorców, liczby przedsiębiorstw prowadzonych przez kobiety, liczby pracowników tych przedsiębiorstw, a także alokacji zasobów dla tych przedsiębiorstw i przedsiębiorców. Trzeba przyznać, że takim krajom jak Australia, Kanada i USA udało się zwiększyć liczbę kobiet przedsiębiorców, gromadząc i analizując takie dane.

5.1.3.4 **Egzekwowanie przepisów obowiązujących w dziedzinie równości płci**. Niedawne statystyki ukazują, że bezrobocie wśród kobiet w Europie osiąga najwyższy od 23 lat poziom. Rekordowa liczba młodych ludzi, w tym wiele absolwentek uniwersytetów, nie jest czynna zawodowo. Wciąż istnieją różnice w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn, a kobiety nie biorą udziału w procesach decyzyjnych w Europie. UE i państwa członkowskie muszą wypełnić swój obowiązek zapewnienia równości płci, segregując dane według kryterium płci, zwłaszcza w zakresie gromadzenia danych i alokacji zasobów.

5.2 Działania społeczeństwa obywatelskiego

5.2.1 Proponuje się:

5.2.1.1 Zachęcanie mężczyzn do udziału w debacie i uznania wartości dodanej generowanej na skutek promowania przedsiębiorczej aktywności kobiet – ze względu na to, że wszystkie działania dotyczące upowszechniania przedsiębiorczości kobiet i firm, których właścicielami są kobiety, niosą ze sobą korzyści społeczno-gospodarcze dla wszystkich obywateli. Systemy komunikacji, sieci i szkolenia muszą uwzględniać osoby obojga płci, zaś ochrona socjalna powinna też zapewniać równe traktowanie całego społeczeństwa.

5.2.1.2 Zagwarantowanie wszystkim dostępu do przedsiębiorczości poprzez zadbanie o to, by w szkolnictwie wszystkich poziomów unikać stereotypowego postrzegania przedsiębiorczości pod kątem płci oraz odpowiednio dostosować język i pojęcia używane do opisu przedsiębiorców. Zagwarantowanie jednocześnie, by wsparcie oferowane obecnie przedsiębiorcom przez uczelnie wyższe i placówki szkolnictwa wyższego było atrakcyjne i przydatne dla młodych kobiet, co pozwoli wyeliminować różnicę między liczbą młodych mężczyzn i kobiet zakładających przedsiębiorstwa.

⁽¹⁴⁾ 2010/2275(INI).

5.2.1.3 Promowanie tradycyjnych i nietradycyjnych ścieżek kariery dla kobiet – niezależnie od wieku i w sposób neutralny w odniesieniu do płci. W Europie jest wiele wykształconych kobiet o wysokich kwalifikacjach (duża część z nich pozostaje obecnie bez pracy w wyniku kryzysu), które być może nie rozważały nawet takiej opcji jak prowadzenie własnej działalności gospodarczej.

5.2.1.4 Stworzenie specjalnych ośrodków przedsiębiorczości kobiet oferujących podstawowe informacje dotyczące przedsiębiorstw, możliwość tworzenia sieci, wymianę wiedzy oraz szkolenia. W niektórych państwach członkowskich ich brak, a w całej UE często nie dysponują one wystarczającą ilością zasobów w ramach stowarzyszeń przedsiębiorców i izb handlowych. Niemniej ośrodki, w których stosuje się specjalne środki, mogą być bardzo skuteczne w propagowaniu przedsiębiorczości kobiet. Wiele przykładów sprawdzonych rozwiązań można znaleźć w Niemczech.

5.2.1.5 Zapewnienie wsparcia i dostępu do informacji, a także funduszy i środków na badania, naukę i technologię dla kobiet, które mogą chcieć założyć swe własne przedsiębiorstwo lub rozwinąć swe własne badania czy innowacje.

5.2.1.6 Zapewnienie przez instytucje finansowe przeglądu informacji na temat udzielania kredytu pod kątem płci. Niektóre

badania pokazują, że kobietom rzadko udziela się kredytów i że często kredyty te są wyżej oprocentowane niż w wypadku mężczyzn⁽¹⁵⁾.

5.2.1.7 Przegląd przepisów dotyczących opieki społecznej dla przedsiębiorców, a w szczególności aspektów praktycznych przepisów dotyczących kobiet przedsiębiorców, które zachodzą w ciążę, zostają matkami i opiekunkami. W opracowanym przez Komisję dokumencie zatytułowanym „Plan działania: europejski program na rzecz przedsiębiorczości”⁽¹⁶⁾ zwraca się uwagę na konieczność zapewnienia lepszego systemu opieki społecznej, jednak nie podaje się konkretnych propozycji.

5.2.1.8 Opracowanie i wdrażanie ogólnounijnego porozumienia w dziedzinie publicznego sektora mediów radiowo-telewizyjnych, tak aby zachęcać nadawców publicznych z państw członkowskich do zobowiązania się do wyznaczenia celów w zakresie zrównoważonego pod względem płci ukazywania tematyki przedsiębiorczości poprzez usunięcie tematyki kobiet z działu kobiecego i wprowadzenie jej do działu finansowego. Badania ukazują, że przekaz medialny może znacząco i korzystnie wpływać na postrzeganie kobiet przedsiębiorców i podejście do nich. Więcej informacji w mediach o kobietach przedsiębiorcach, które osiągnęły sukces i mogą być stawiane za wzór, istotnie wpłynęłyby na społeczne postrzeganie przedsiębiorczości kobiet.

Bruksela, 11 lipca 2012 r.

Przewodniczący
Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego
Staffan NILSSON

⁽¹⁵⁾ Zobacz na przykład „Women and banks – Are female customers facing discrimination?”, sprawozdanie Instytutu Badań Publicznych, listopad 2011 r., na: http://www.wireuk.org/uploads/files/women-banks_Nov2011_8186.pdf; „Women's business ownership: a review of the academic, popular and internet literature”, na: <http://www.bis.gov.uk/files/file38362.pdf>.

⁽¹⁶⁾ COM(2004) 70 final.