

کارآفرینی زنان و فناوری اطلاعات و ارتباطات

احمدرضا اخوان صراف : عضو هیئت علمی دانشگاه شیخ بهایی

مجید آراسته: کارشناس ارشد مدیریت صنعتی

چکیده

در سالهای اخیر، زنان که نیمی از جمعیت کشور را تشکیل می‌دهند، گرایش بیشتری به تحصیلات دانشگاهی پیدا کرده‌اند و نرخ ورود زنان به دانشگاه‌ها سال به سال در حال افزایش است. جذب این تعداد نیروی تحصیل کرده در سازمان‌های دولتی که اکثراً با مزاد نیروی انسانی مواجه هستند، عملی نبوده و بخش خصوصی نیز با توجه به دامنه محدود فعالیتش در ایران نتوانسته است در این زمینه موفقیت قابل توجهی بدست آورد. بدین ترتیب نرخ بیکاری در میان بانوان تحصیل کرده به صورت قابل توجهی در حال افزایش می‌باشد.

یکی از راه‌های حل این معضل، توسعه کارآفرینی در میان زنان و دختران است. از آنجا که این گروه از جامعه با توجه به دانش و مهارتی که فرا گرفته‌اند، امکان ایجاد کسب و کار به صورت فردی و یا گروهی در رشته‌های مختلف تخصصی را دارند، ایجاد تفکر کارآفرینی و ورود به کسب و کار در میان آنان باعث می‌شود تا بتوانند با بهره‌گیری از استعدادهای بالقوه خود، افرادی خلاق، نوآور و خودباور شوند. این خودباوری نه تنها منجر به موفقیت آنان در زندگی شخصی می‌شود، بلکه بسیاری از ناهنجاری‌های فکری و روانی که امروز با آن دست به‌گریبانند را کاهش داده و آنان را به جایگاه واقعی خود می‌رساند.

فناوری اطلاعات و ارتباطات به دلیل ایجاد تحولات چشمگیر در کلیه فعالیت‌های اجتماعی از جمله کارآفرینی، به عنوان مهم‌ترین ابزار کارآفرینی مدرن مورد توجه قرار گرفته و کارآفرینی در فناوری اطلاعات و ارتباطات نیز از سوی دیگر دارای پهنه وسیعی برای فعالیت است. این فناوری با توجه به منافعی که برای زنان دارد، قادر است که برخورد با بسیاری از چالش‌های رو در روی زنان کارآفرین را تسهیل نموده و قدرت کارآفرینی آنان را افزایش دهد. در این مقاله پس از بیان ضرورت توسعه کارآفرینی در میان زنان، راهکارهای تسهیل فرآیند راه‌اندازی فعالیت‌های کارآفرینانه توسط آنان بر مبنای استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات ارائه می‌گردد.

واژگان کلیدی

کارآفرینی، فناوری اطلاعات و ارتباطات، زنان.

مقدمه

علیرغم اینکه زنان حدود نیمی از جمعیت کشور و بخش قابل توجهی از جمعیت فعال اقتصادی را به خود اختصاص داده‌اند، هنوز سهم شایسته‌ای در اقتصاد ملی بدست نیاورده‌اند. با آنکه افزایش زنان تحصیلکرده می‌تواند شاخصی برای پیشرفت محسوب شود و فرصت‌ها را برای تسریع روند توسعه فراهم سازد، اما فقدان تناسب میان بازار کار و نظام آموزشی از یک سو و کمبود شغل و مهیا نبودن امکانات لازم برای پرورش ایده‌های خلاق از سوی دیگر شرایط را برای استفاده مناسب از این ظرفیت عظیم فراهم نمی‌سازد. در این راستا کارآفرینی ساز و کاری است که می‌تواند در حل بخشی از این معضل مؤثر واقع شود. کارآفرینی فرآیند خلق ابتکارات و نوآوری‌ها و ایجاد کسب و کارهای جدید در شرایط پر ابهام و خطر خیز از طریق کشف فرصت‌های محیطی و بسیج منابع است. کارآفرینی فرآیند پیچیده‌ای است که عوامل متعدد شخصیتی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی در آن تاثیر گذار می‌باشد و شاید همین پیچیدگی و ناهم‌واری موجب عدم موفقیت بانوان در کارآفرینی و اساساً عدم ورود ایشان به فعالیت‌های کارآفرینانه باشد. از این رو شناسایی عوامل مؤثر در موفقیت فرآیند راه‌اندازی یک فعالیت کارآفرینانه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

کارآفرینی :

کارآفرینی فرآیندی است که طی آن فرد کارآفرین با ایده های نو و خلاق و شناسایی فرصت های جدید و با بسیج منابع مبادرت به ایجاد کسب و کار نو، سازمان های جدید و نوآور و رشد یابنده نموده که توأم با پذیرش مخاطره و ریسک است و منجر به معرفی محصول ویا خدمت جدیدی به جامعه می گردد. به بیان دیگر، فرآیندی که بتواند با استفاده از خلاقیت، پدیده نویی را همراه با ارزش جدید با استفاده از زمان، منابع، ریسک و بکارگیری همراهان بوجود آورد را کارآفرینی گویند (Stevenson & Jaarillo, 1990). چرخ های توسعه ای اقتصادی همواره با توسعه ای کارآفرینی به حرکت در می آیند، از اینرو پرورش نیروهای خلاق و نوآور یکی از مباحث مهم در سطح صنایع و دانشگاه ها می باشد.

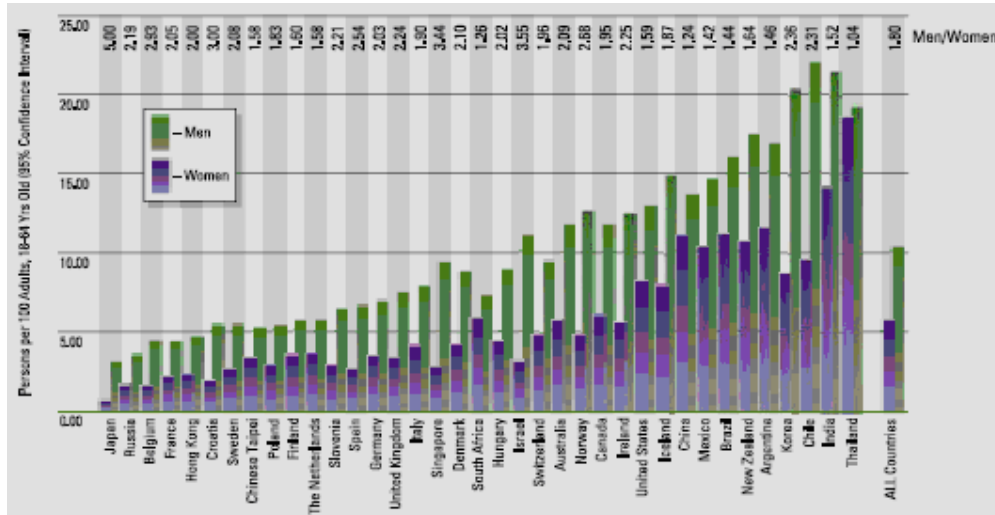
اقتصاد دانان نخستین کسانی بودند که در نظریه های خود به تشریح کارآفرینی پرداختند. " ژوزف شومپیتر " کارآفرین را نیروی محرکه اصلی در توسعه ای اقتصادی معرفی کرده و نقش کارآفرین را نوآوری می داند. از دیدگاه وی ارائه ای جدید، ارائه ای روشی جدید در فرآیند تولید، گشایش بازاری تازه، یافتن منابع جدید و ایجاد هرگونه تشکیلات جدید در صنعت و... از فعالیت های کارآفرینان است (احمدپور ، ۱۳۷۹). امروزه همگان دریافته اند جوامعی که بیشتر به فکر متکی هستند تا به منابع زیرزمینی، در بلندمدت موفق ترند. منابع زیر زمینی در کشورهای جهان سوم به رغم مزیت های آن از جمله ی موانع توسعه یافتگی محسوب شده است، در صورتی که فقدان این منابع در برخی از کشورها باعث شده تا آنها با استفاده از نیروی فکر، خلاقیت و ابتکار و کارآفرینی، از جمله ای کشورهای پیشرو در جهان کنونی شوند. بویژه در عصر حاضر که عصر دانایی و خلاقیت و عصر تلفیق اندیشه ها و ابتکارات است، توجه به کارآفرینی در توسعه و پیشرفت کشورها اهمیت بسیار دارد. کارآفرینی از منابع مهم و پایان ناپذیر جوامع بشری است، منبعی که به توان و خلاقیت انسان ها برمی گردد (Drucker, 1993).

زنان و کارآفرینی

زن کارآفرین عبارتست از شخصی که به تنهایی یا با مشارکت کسب و کاری را ایجاد کرده و یا پذیرفته و با قبول مسئولیت های اجتماعی و اداری و مالی، در اداره امور روزانه شرکت می جوید. شخصی که خطرات مالی را به منظور ورود به کسب و کاری می پذیرد و با خلاقیت و نوآوری محصولات جدیدی را ایجاد و تولیدات جدید را گسترش می دهد تا در بازار خرید و فروش بر رقبا غلبه یابد (Bird & Brush, 2003).

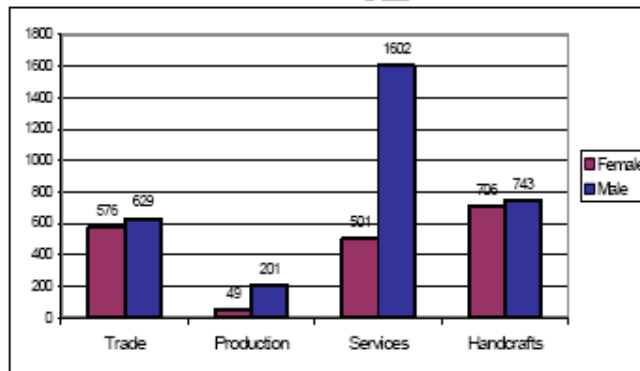
کارآفرینی زنان به موضوعی مهم در اقتصاد کشورها تبدیل شده است. گزارش سال ۲۰۰۲ کارآفرینی جهان که توسط مرکز کارآفرینی کافمن منتشر شده تاکید می کند کارآفرینی زنان نقش برجسته ای در سلامت اقتصاد ملتها دارد. از اوایل قرن حاضر زنان نقش مهم و در حال گسترشی در زمینه کسب و کار دارند به نحوی که جهان با یک پدیده اجتماعی اقتصادی به نام مشارکت اقتصادی زنان در مشاغل خارج از خانه روبرو شده است. در سالهای اخیر، سهم زنان در کسب و کارهای خصوصی به اندازه کارهای دولتی روند رو به رشدی را طی کرده است.

براساس یک تحقیق مقایسه ای در مورد فعالیت کارآفرینی بین زنان و مردان در ۳۷ کشور جهان مشخص گردید که ویژگی های خاص هر کشور نرخ رواج کارآفرینی را در میان زنان و مردان آن کشور تعیین می کند، به نحوی که مشارکت زنان در کارآفرینی از میزان ۰/۶ درصد (۶ در هزار) در ژاپن تا ۸/۵ درصد (۱۸۵ در هزار) در تایلند متغیر می باشد (Reynolds et al., 2002). شکل شماره ۱ تفاوت میان زنان و مردان را در زمینه کارآفرینی در این کشورها بیان می کند. همانگونه که در شکل نشان داده شده علیرغم اینکه در هیچ کدام از این کشورها فعالیت های کارآفرینی زنان بیشتر از مردان نیست اما در کشورهایی همچون تایلند، چین و آفریقای جنوبی تفاوت قابل ملاحظه ای بین زنان و مردان در این زمینه وجود ندارد. علاوه بر این در کشورهایی که میزان کل کارآفرینی و کارآفرینی مردان نسبت به بقیه بالاتر است، میزان کارآفرینی زنان نیز بالا می باشد.

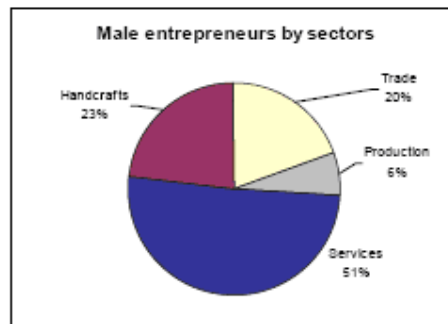
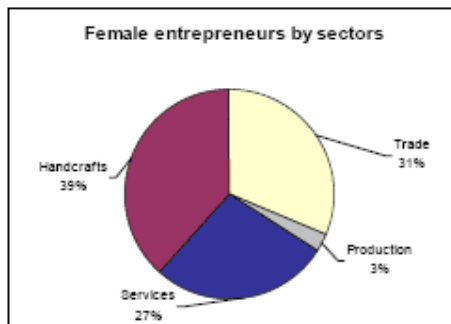


شکل شماره ۱ - مقایسه‌ی بین کارآفرینی زنان و مردان در ۳۷ کشور جهان

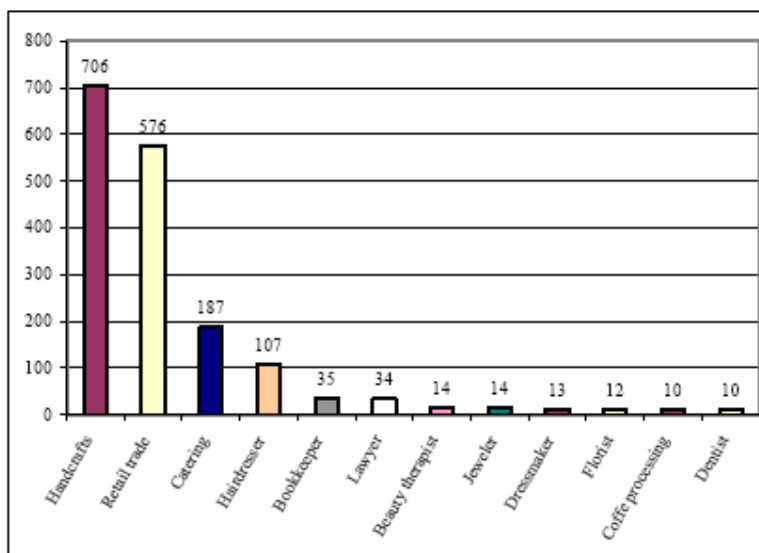
براساس تحقیق دیگری مقایسه‌ی بین کارآفرینی زنان و مردان در یک نمونه از شهرهای اروپایی در چهار بخش مختلف تجارت، تولید، خدمات و صنایع دستی صورت گرفته که نتایج آن در شکل شماره ۲ نشان داده شده است. همانگونه که در شکل نشان داده شده در دو بخش تجارت و صنایع دستی تفاوت چشمگیری بین کارآفرینی زنان و مردان وجود ندارد (Gospis & Stojanovic, 2001).



همچنین در این تحقیق تعداد کارآفرینان زن و مرد در بخش‌های چهارگانه فوق هر یک بطور جداگانه با همدیگر مورد مقایسه قرار گرفته اند که نتایج آن در شکل شماره ۳ نشان داده شده است. همانگونه که در این شکل مشخص شده کارآفرینی زنان عمدتاً در بخش صنایع دستی و کارآفرینی مردان عمدتاً در بخش خدمات صورت گرفته و هر دو کمترین میزان کارآفرینی را در بخش تولید داشته اند.



شکل شماره ۴ نیز توزیع فعالیت های کارآفرینانه زنان در بخش های مختلف را مطابق این تحقیق نشان می دهد. همانگونه که در شکل مشاهده می شود در نمونه آماری جمع آوری شده در این تحقیق، کارآفرینی زنان عمدتاً در مشاغل مرتبط با صنایع دستی و در مرحله بعد در فعالیت های تجاری خرده فروشی صورت گرفته است.



شکل شماره ۴ - توزیع فعالیت های کارآفرینانه زنان در بخش های مختلف

ضرورت توسعه کارآفرینی زنان

امروزه میزان حضور زنان در بازار کار و مشارکت آنان در فعالیت های اقتصادی اجتماعی، به یکی از شاخص های مهم توسعه انسانی مبدل گردیده است زیرا فعالیت اقتصادی زنان رابطه مستقیم با فقر و رفاه اجتماعی دارد. با افزایش فرصت های شغلی برای زنان، سطح فرهنگ و آموزش جامعه ارتقاء می یابد، زنان درآمد مستقل کسب می کنند و وضعیت تغذیه و بهداشت خانواده بهبود می یابد. موفقیت زنان کارآفرین در جوامع نه تنها سبب ایجاد سود اقتصادی می شود بلکه منافع اجتماعی و فرهنگی هم ایجاد می نماید. به همین جهت در برنامه های توسعه تلاش می شود تا علاوه بر اینکه مشارکت زنان در بازار کار افزایش یابد، شرایط لازم برای توسعه و کارآفرینی زنان نیز فراهم گردد تا زنان با ایجاد کسب و کار و فرصت های شغلی برای خود و دیگران بتوانند معضل کنونی جامعه را پایان بخشند (Cowling & Taylor, 2001).

از آنجا که زنان بخش قابل ملاحظه ای از نیروی کار جامعه را تامین می کنند، عملکرد کارآفرینانه آنان در جهت رشد تولید یا فروش، افزایش سرمایه، رفاه کارمندان، قدرت رقابت و صادرات به توسعه اقتصادی جامعه کمک می کند. علاوه بر این جامعه ای که خواهان توسعه همه جانبه است باید امکان رشد و شکوفایی استعدادها را برای همه اعضای خود از جمله زنان شاغل فراهم سازد (Robinson, 2001). به منظور استفاده بهینه از توانایی های زنان و دستیابی به توسعه اقتصادی، محققان به دنبال ارائه الگوهایی هستند که نقش کارآفرینی زنان را در توسعه همه جانبه به ویژه اقتصاد تقویت نمایند. کشورهای پیشرفته صنعتی با دریافت نقش زنان کارآفرین در توسعه اقتصادی، به توسعه و ترویج چنین فرهنگی در میان زنان تلاش نموده و در این راستا سیاست های حمایتی متعددی را در تقویت ویژگی های کارآفرینانه و بقای روحیه کارآفرینی در میان زنان اتخاذ نموده اند.

فناوری اطلاعات و ارتباطات

امروزه بر همه روشن است که اطلاعات و ارتباطات دو قدرت مهم می باشند. این دو هم خود ارزش دارند و هم ارزش بوجود می آورند. فردی که از بازارهای مختلف و قیمت اجناس در آن بازارها اطلاع داشته باشد یا از گذشته و آینده

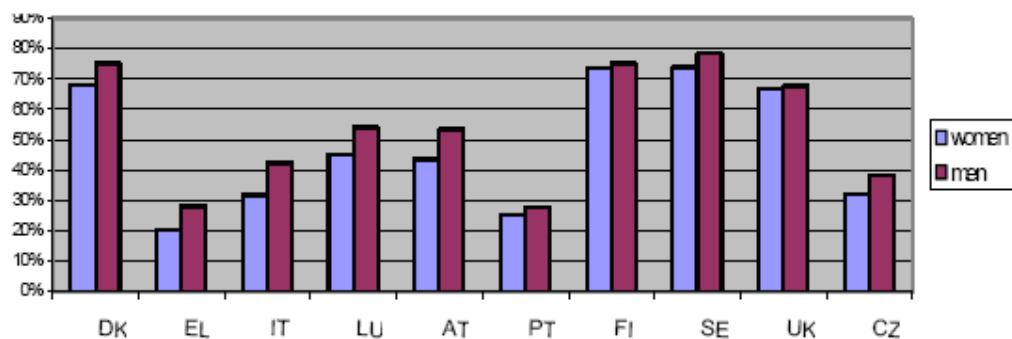
بازار باخبر باشد، تصمیمات بهتری برای رسیدن به سود بیشتر می‌تواند بگیرد. اطلاعات علاوه بر ارزش ذاتی، جنبه دیگری دارد که به دانش منتهی می‌شود و بر فرآیند تصمیم‌گیری و انجام بهتر آن اثر می‌گذارد. ارتباطات نیز مانند اطلاعات ارزشمند بوده و ارزش افزوده‌ای متناسب با اندازه و نوع ارتباطات نصیب افراد می‌کند. انسان‌هایی که ارتباطات متنوع تر، بیشتر و قوی تر دارند، کارهای خود را بهتر به پیش می‌برند و زودتر به نتیجه می‌رسند.

جهان در سال های اخیر شاهد انقلاب اطلاعات و ارتباطات بوده و تحولات اجتماعی عظیمی در آن بوجود آمده بطوریکه در اثر این تحولات، قرن جاری به نام فناوری اطلاعات و ارتباطات به ثبت رسیده است. فناوری اطلاعات و ارتباطات بر کلیه فعالیت های اجتماعی از جمله ی کارآفرینی اثر گذاشته و در بسیاری از آنها تحولات اساسی بوجود آورده است. فعالیت ها، مشاغل، مهارت ها، فرهنگ ها، نیازها و نظایر آن تحت تاثیر این فناوری قرار گرفته و متحول شده اند. فناوری اطلاعات و ارتباطات جدید تحولات شگرفی در دستیابی به اطلاعات بوجود آورده و بسترهای ارتباطی قویتری را فراهم کرده است. کارآفرینی نیز مانند سایر امور از مزیت های این فناوری بهره برده است به نحوی که امروز کارآفرینی به شدت به بسترهای فناوری اطلاعات وابسته است. از سوی دیگر توسعه ی فناوری اطلاعات و ارتباطات خود مرهون کارآفرینی است. فعالیت های کارآفرینانه باعث شناخت نیازها، خلق ایده ها و تولد فناوری ها می شوند. کارآفرینی موتور توسعه ی فناوری و خلق فناوری های جدید است، اگرچه این فناوری ها نیز خود بر کارآفرینی تاثیر داشته و به عبارتی کارآفرینی مدرن را بوجود آورده اند.

اطلاعات و ارتباطات دو ابزار اساسی مورد نیاز هر فعالیت کارآفرینی است. کارآفرینی در انزوا و بدون حمایت نهادها، سازمان ها و انسان ها امکان پذیر نیست. کارآفرینی مستلزم کشف یک نیاز اجتماعی است و کشف نیازهای اجتماعی به شناخت اجتماع، نیازهای آن و بافت فرهنگی و اجتماعی و اقتصادی آن وابسته می باشد. در شناسایی نیاز هر فعالیت کارآفرینانه، ایده پرداز یا تئورسین باید نسبت به محیط بینش کافی داشته باشد و بداند در نقاط دیگری از دنیا چه راه حل هایی برای رفع آن نیاز ارائه شده است. شناسایی نیازها و ارایه راه حل ها نیز بدون اطلاعات امکان پذیر نخواهد بود. بنابراین اطلاعات و دانش مانند ارتباطات از ملزومات هر فعالیت کارآفرینی است.

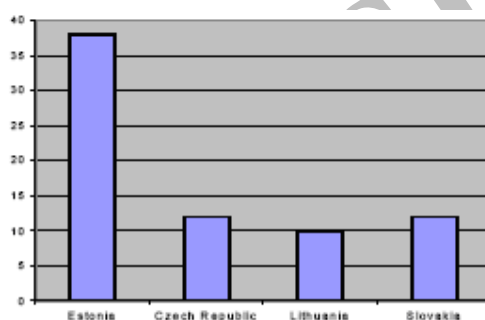
زنان در عرصه فناوری اطلاعات و ارتباطات

جامعه ای که حول محور اطلاعات به وجود آمده باعث برقراری آزادی انتخاب در هر چیزی شده است. عدم دسترسی زنان به منابع چهارگانه ثروت، منزلت، اطلاعات و قدرت در همه عرصه های تاریخ آشکار است. این درحالی است که برخی از محققان معتقدند که فناوری اطلاعات و ارتباطات از لحاظ جنسیتی بی طرف است و زنان و مردان باید به طور عادلانه از آن منتفع شوند. با وجود این، نتایج یک تحقیق برمبنای شش مطالعه موردی از پروژه های ترویج فناوری اطلاعات و ارتباطات در آسیا و آفریقا و آمریکای شمالی این فرضیه را تایید می کند که زنان به نحو برابر از این پروژه ها منتفع نیستند (Minges, 2003). همچنین براساس تحقیقی که در میان ده کشور اروپایی صورت گرفته درصد زنان و مردانی که از کامپیوتر استفاده نموده اند مورد بررسی قرار گرفته و نتایجی به شرح شکل شماره ۵ بدست آمده که یافته های تحقیق قبلی را تایید می نماید. در تحقیقی دیگر که در بین چهارکشور اروپایی صورت گرفته درصد کاربران زن اینترنتی به عنوان درصد کلی کاربران اینترنت محاسبه شده است. نتایج این تحقیق نیز در شکل شماره ۶ آورده شده است (Hafkin & Taggart, 2001).



Note: DK – Denmark EL – Greece IT – Italy LU – Luxembourg AT – Austria
 PT – Portugal FI – Finland SE – Sweden UK – United Kingdom CZ – Czech Republic
 DK: in the last month

شکل شماره ۵- استفاده زنان و مردان از کامپیوتر در کشورهای مختلف



شکل شماره ۶- درصد زنان استفاده کننده از اینترنت در تعدادی از کشورهای اروپایی

نتایج حاصل از اینگونه تحقیقات نشان می دهد که زنان همچنان خود را در مشاغل با سطوح پایین تری در عرصه فناوری اطلاعات و ارتباطات می یابند در حالی که مردان با قبول مشاغل پرمسئولیت تر دستمزدهای بالاتری دریافت می کنند. کسب آمار استفاده موفق زنان از اینترنت در کشورهای در حال توسعه بسیار دشوار است، هر چند واضح است که تعداد این زنان بسیار کم و توزیعشان محدود است. تقریباً در همه کشورهای در حال توسعه اکثر کاربران زن اینترنت نماینده کل زنان کشورشان نیستند بلکه جزو نخبگان و اقلیت ها هستند. برحسب آمار منطقه ای، زنان تنها شش درصد کاربران اینترنت را در خاورمیانه تشکیل می دهند. ریشه این مشکل در این کشورها علاوه بر مباحث فرهنگی، به این موضوع برمی گردد که عده زیادی مسائل جنسیت و فناوری اطلاعات را نادیده می گیرند، تنها با این توجیه که توسعه باید در ابتدا به مسائل ضروری توجه کند.

فناوری اطلاعات و ارتباطات در کارآفرینی

فناوری اطلاعات و ارتباطات با برخورداری از ویژگی ها و قابلیت های مختلف توانسته است انعطاف پذیری شایان توجهی را در زمینه کارآفرینی از خود نشان دهد. همین ویژگی ها سبب افزایش کارآیی این فناوری در امر کارآفرینی و ایجاد اشتغال شده اند. در یک نگاه کلی می توان برخی از این ویژگی ها را به شرح زیر برشمرد:

افزایش سرعت: محاسبه و پردازش سریع اطلاعات و انتقال فوری آن، زمان انجام کار را کاهش و در نتیجه بهره‌وری را افزایش می‌دهد. فناوری اطلاعات امکان جستجو و دستیابی سریع به اطلاعات را فراهم می‌کند.

افزایش دقت: در مشاغل مبتنی بر انسان دقت انجام کار متغیر است، در حالی که فناوری اطلاعات دقتی بالا و ثابت را تأمین و تضمین می‌کند. در انواع فعالیت‌های پردازشی و محاسباتی دقت کامپیوتر به مراتب بیشتر از انسان است.

کاهش اندازه فیزیکی مخازن اطلاعات: با توسعه فناوری اطلاعات و بکارگیری آن دیگر لزومی به حمل و نگهداری حجم زیادی از کتاب‌های مرجع تخصصی وجود ندارد و به راحتی می‌توان در هر دیسک فشرده اطلاعات چندین کتاب را ذخیره نمود.

رفع برخی از فسادهای اداری: استفاده از فناوری اطلاعات شفافیت در انجام کارها را افزایش می‌دهد و بسیاری از واسطه‌ها را حذف می‌کند. این دو مزیت کلیدی منجر به رفع برخی از فسادهای اداری خصوصاً در سطوح پایین می‌شود.

ایجاد امکان کار تمام وقت: به کمک فناوری اطلاعات بسیاری از استعلام‌ها و مراجعات افراد و غیره از طریق شبکه‌های کامپیوتری و به صورت خودکار انجام می‌گیرد و می‌توان به صورت شبانه روزی از آن بهره گرفت.

ایجاد امکان همکاری از راه دور: مخابرات، تلفن، تله کنفرانس، ویدئو کنفرانس و همچنین سیستم‌های همکاری مشترک، مبادله الکترونیکی داده‌ها و غیره نمونه‌هایی از کاربردهای فناوری اطلاعات در این زمینه هستند.

کاهش هزینه‌های سیستم یا سازمان: با توجه به موارد فوق به خصوص افزایش سرعت که باعث انجام تعداد کار بیشتر می‌شود و انجام کار تمام‌وقت، بهره‌وری سیستم افزایش می‌یابد و در نتیجه باعث کاهش مقدار زیادی از هزینه‌ها می‌گردد.

با توجه به موارد فوق به نظر می‌رسد فناوری اطلاعات و ارتباطات قادر است بسیاری از چالش‌هایی که افراد کارآفرین و از جمله زنان با آن مواجه هستند را کاهش داده و بسیاری از محدودیت‌ها را برطرف نماید. این موضوع در مورد زنان به ویژه هنگامی اهمیت خود را بیشتر نشان خواهد داد که به این نکته توجه نماییم که فناوری اطلاعات و ارتباطات فراهم آورنده منافع منحصر به فرد برای زنان در زمینه‌هایی همچون افزایش دست‌یابی به شغل‌ها و فعالیت‌های درآمدزا، افزایش فرصت‌هایی جدید برای استخدام، افزایش دسترسی به اطلاعات و توسعه فرصت‌هایی برای ارتباطات می‌باشد. این منافع به نوبه خود منجر به توانمندسازی زنان در مقابل عوامل منزوی کننده و محدودکننده پویایی آنان شده و می‌توانند به زنان کارآفرین برای ایجاد کسب و کاری کارآتر و رقابتی‌تر کمک نمایند (Minges, 2003).

فناوری اطلاعات و ارتباطات و کارآفرینی زنان

طبق نظر گروهی از محققان، لازمه کارآفرینی موفق زنان، دسترسی کافی به پنج منبع عمده به شرح زیر است (Aldrich et al., 1989):

- ۱ - اطلاعات: زنان نیاز دارند که دسترسی مناسبی به آموزش و مشاوره داشته باشند.
 - ۲ - سرمایه: دسترسی به سرمایه و تأمین مالی یکی از مهم‌ترین مباحث کسب و کار زنان کارآفرین است. زنان علاوه بر مواجهه با کمبودهای آموزشی در زمینه‌ی تأمین مالی، اغلب با موانع عمومی برای تأمین مالی نیز مواجه هستند.
 - ۳ - بازار: زنان باید دسترسی مناسبی به راه‌های موجود برای سهم‌پذیری در اطلاعات درباره برنامه‌ها و خدماتی که در دسترس برای کسب و کارها هستند، داشته باشند.
 - ۴ - شبکه‌ها: زنان باید دسترسی کاملی به شبکه‌های کسب و کار همچون انجمن‌های عمومی کسب و کار و یا صنایع خاص داشته باشند.
 - ۵ - اعتبار: زنان باید بتوانند بطور جدی به عنوان مالکان زن کسب و کار رفتار کنند. در این صورت است که زنان کارآفرین می‌توانند به عنوان نیروی محرکی برای رشد اقتصادی کشور باشند.
- با توجه به دیدگاه فوق می‌توان منافع‌هایی که فناوری اطلاعات و ارتباطات برای توسعه‌ی کارآفرینی زنان دارد را به شرح زیر بیان نمود:

- ۱- توسعه‌ی دستیابی زنان به بازارها و افزایش دسترسی به بازارهای منطقه‌ای و جهانی که از طریق تجارت الکترونیکی صورت می‌گیرد. خرید و فروش و تبادل هر گونه کالا، خدمات و یا اطلاعات از طریق شبکه‌های رایانه‌ای یا انجام مبادلات تجاری در قالب الکترونیکی، از تعاریفی است که برای تجارت الکترونیکی شده است (کانینگهام، ۱۳۸۳).
- ۲- تسهیل توانایی زنان در تعادل بین کار و خانواده که از طریق ایجاد انعطاف پذیری بیشتر در زمینه انجام کارهای شغلی و انجام بعضی از کارها در خانه صورت می‌گیرد (Ufuk & Ozgen, 2001).
- ۳- افزایش میزان سرعت دسترسی به اطلاعات و شبکه‌ها از منافع اصلی فناوری اطلاعات و ارتباطات برای کارآفرینی زنان است. زنان می‌توانند از طریق آموزش الکترونیکی در هر زمان و مکان آموزش‌های لازم در مورد کسب و کار مورد نظر خود را به دست آورند، با نتایج کارها و روش‌هایی که در دیگر کشورها در مورد این کسب و کار صورت گرفته آشنا شوند و با مشکلاتی که دیگر زنان کارآفرین در کشورهای دیگر با آن مواجه هستند آشنا شده و راه حل‌هایی که آنها برای حل این مشکلات به کار می‌برند را بشناسند و حتی می‌توانند از طریق اینترنت با مراکز مشاوره در اقصى نقاط دنیا ارتباط برقرار کرده و از خدمات آنها بهره‌مند گردند.
- ۴- کاهش هزینه‌های مبادله محصولات و معاملات کسب و کار که با استفاده از تجارت الکترونیکی صورت می‌پذیرد.
- ۵- بهبود توانایی زنان در راه‌اندازی کسب و کارهای جدید با استفاده از فناوری‌های نو و ابزارهای قدرتمند آنها که منجر به ترویج کارآفرینی زنان در اجتماع کسب و کار می‌شود.
- ۶- ارتقاء وسعت دید مالکان زن کسب و کار در اجتماع گسترده کسب و کار نیز منفعت دیگر فناوری اطلاعات و ارتباطات برای کارآفرینی می‌باشد.

نتیجه‌گیری

فناوری اطلاعات و ارتباطات تحولات زیادی در کلیه فعالیت‌های اجتماعی از جمله کارآفرینی بوجود آورده و به عنوان مهم‌ترین ابزار کارآفرینی مدرن مورد توجه قرار گرفته است. از سوی دیگر کارآفرینی نیز در فناوری اطلاعات و ارتباطات پهنه وسیعی برای فعالیت دارد. بنابراین کارآفرینی لازمه توسعه‌ی فناوری اطلاعات و ارتباطات و توسعه این فناوری بستر کارآفرینی است و بدین ترتیب با یک تعامل دوسویه میان این دو مواجه هستیم. زنان در ورود به عرصه کارآفرینی با چالش‌های عمده‌ای همچون دسترسی به اطلاعات، دسترسی به سرمایه، دسترسی به بازار، دسترسی به شبکه و اعتبار مواجه می‌باشند. فناوری اطلاعات و ارتباطات با توجه به منافی که در این زمینه برای زنان دارد می‌تواند موجب افزایش دسترسی به بازارهای منطقه‌ای و جهانی، تسهیل توانایی زنان در تعادل بین کار و خانواده، افزایش دسترسی به اطلاعات و شبکه‌ها، کاهش هزینه‌های معاملات کسب و کار، ترویج کارآفرینی زنان، بالا بردن وسعت دید مالکان زن کسب و کار و در نهایت توسعه‌ی کارآفرینی زنان گردد.

منابع

- احمد پور داریانی، محمود. (۱۳۷۹). کارآفرینی: تعاریف، نظریات و الگوها، شرکت پردیس ۵۷.
 کانینگهام، مایک. (۱۳۸۳). تجارت الکترونیک. ترجمه احمدرضا اخوان صراف و عبدالمجید عبدالباقی. اصفهان: انتشارات دانش پژوهان برین.

- Aldrich, H. and . Riychun, C. and . Sexton, D. (1989). Networking Among Women Entrepreneurs. Women-owned businesses. New York: Praegr: (pp. 103-132).
 Bird, B.J. and Brush ,C.G. (2003). A Gendered Perspective on Organizational Creation: Entrepreneurship Theory and Practice. 26 (3), 41-65.
 Cowling, M., & Taylor, M. (2001). Entrepreneurial Women and Men: Two Different Species? Small Business Economics, 16 (3), 167-175.
 Drucker , Peter F.(1993). Innovation & Entrepreneurship, New York: Library of Congress Cataloging in Publication Data.
 Gospis and Stojanovic.(2001). Human Development Report. Bosnia and Herzegovina Ministry of Foreign Trade and Economic Relations : Sarajevo: UNDP.

Hafkin, N. and Taggart, N. (2001). Gender, Information Technology, and Developing Countries: An Analytic Study. Washington, DC: Academic for Education Development. Prepared for the Office of Women in Development Bureau for Global Programs, Field Support and Research, USAID.

Minges, M. (2003). Gender and ICT Statistics. Paper for Third World Telecommunications/ICT Indicators Meeting, 15-17, January, p.2.

Reynolds, P.D., Hay, M., Camp, M.S., and Autio, E. (2002). Global Entrepreneurship Monitor: Executive Report. Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, Kansas City, MO.

Robinson, S. (2001). An Examination of Entrepreneurial Motives and Their Influence on the Way Rural Women Small Business Owners Manage Their Employees. Journal of Developmental Entrepreneurship, 6(2), 151-167.

Stevenson, H. H. and Jaarillo, J.C. (1990). A Paradigm of Entrepreneurship, Entrepreneurial Management. Strategic Management Journal 11, 17- 27.

Ufuk, H., & Ozgen, O. (2001). Interaction Between the Business and Family Lives of Women Entrepreneurs in Turkey. Journal of Business Ethics, 31 (2), 95-106.

منابع اینترنتی

Center for Women's Business Research. 2002. New Analysis Documents Employment and Revenue Distribution of Women-Owned Firms in 2002., August 27.

www.womensbusinessresearch.org.

Women in Information Technology

www.witnn.com

Women in Technology International

www.witi.org

UNECE. 2002a. Country Readiness Assessment Report. Russian Federation. Geneva, Switzerland: United Nations.

UNECE. 2002b. Towards A Knowledge-Based Economy: Regional Assessment Report. New York and Geneva: United Nations.

UNECE 2003a. Women's Entrepreneurship in Eastern Europe and CIS countries. New York and Geneva: United Nations.

UNECE. 2003b. Country Readiness Assessment Report. Azerbaijan. Geneva, Switzerland: United Nations.

www.unece.org/ie/enterp/women/network.htm

Internet Usage and eCommerce in the Baltic States, 2000-2005

www.idccentraleurope.com

Rapid Growth of Internet and mobile phone usage, in the European Union in 2000.

Statistics in Focus: Theme Four, Industry, Trade, and Services. 23/2001.

www.europa.eu.int/comm/eurostat