

MALWINA BAJER
*Kolegium Gospodarki Światowej
Szkoła Główna Handlowa w Warszawie*

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ KOBIET WIEJSKICH W OBSZARZE TECHNOLOGII INFORMACYJNO-KOMUNIKACYJNYCH – DOŚWIADCZENIA UCZESTNICZEK NIEMIECKIEGO PROJEKTU MODELOWEGO

1. Wstęp

W literaturze przedmiotu przedsiębiorczości wiejskiej przypisuje się ogromne znaczenie [Duczowska-Małysz, Duczkowska-Piasecka 1996, s. 216; Hunek 1993, s. 17; Kłodziński 2006, s. 65; Hunek 1995, s. 130; Sawicka 2005, s. 5]. Przedsiębiorczość wiejska uznawana jest za najskuteczniejszy sposób aktywizacji społeczności wiejskiej, przyczynia się do lepszego zaspokajania lokalnych potrzeb, uruchamia mechanizm mnożnikowy, jest szansą na modernizację wsi i rozprzestrzenianie postępu technicznego. Prowadzi do wzrostu dochodów i jest najważniejszym sposobem walki z wiejskim bezrobociem [Duczowska-Małysz 1993, s. 13]. Szczególne znaczenie ma przedsiębiorczość kobiet wiejskich. Kobiety wiejskie są z jednej strony grupą najbardziej zagrożoną bezrobociem, konieczna jest zatem ich aktywizacja zawodowa, z drugiej zaś strony to właśnie kobiety w środowisku wiejskim są często liderkami zmian. Szansą na utrzymanie żywotności i podnoszenie atrakcyjności obszarów wiejskich jest przedsiębiorczość związana z technologiami informacyjno-komunikacyjnymi.

2. Projekt „IT-Kobiety Wiejskie”

Udanym sposobem integracji kobiet wiejskich w tematykę technologii informacyjno-komunikacyjnych jest niemiecki projekt modelowy „IT-kobiety wiejskie” (*IT-Landfrauen*) realizowany w latach 2002- 2004 przez Niemiecki Związek Kobiet Wiejskich we współpracy z Andreas Hermes Akademie z Bonn.

Projekt opierał się na trzech filarach. Pierwszym z nich było stworzenie internetowej platformy wspierania przedsiębiorczości kobiet wiejskich (Landportal); drugim (najważniejszym elementem projektu) wykształcenie 44 wybranych kobiet wiejskich na tzw. IT-kobiety wiejskie, które stać się miały samodzielnymi przedsiębiorczyniami i multiplikatorkami. Trzecim filarem były działania na rzecz networkingu na obszarach wiejskich.

Podczas rocznego szkolenia (6 spotkań po 3 dni w Andreas Hermes Akademii) wybranym 44 kobietom przekazano wiedzę i umożliwiono zdobycie umiejętności umożliwiających m. in. tworzenie stron internetowych czy prowadzenie kursów komputerowych. Celem było przygotowanie do pełnienia (odpłatnie i w ramach działalności w ramach Niemieckiego Związku Kobiet Wiejskich) wielorakich funkcji – samodzielnej przedsiębiorczynie prowadzącej działalność gospodarczą opartą na ICT, webmasterki dla stowarzyszeń kobiet wiejskich i wiejskich przedsiębiorczyń, prowadzącej szkolenia i wykłady na temat komputera i Internetu dla innych kobiet wiejskich.

Istotny był klucz doboru uczestniczek. 44 członkinie Niemieckiego Związku Kobiet Wiejskich wybrane zostały spośród ponad 150 chętnych. Warunkami zakwalifikowania do projektu były: co najmniej podstawowe umiejętności obsługi komputera i znajomość technologii informacyjno-komunikacyjnych, dłużejletnia i aktywna działalność w Związku i rozległa siatka kontaktów, gotowość prowadzenia wykładów i szkoleń, odpowiednie doświadczenie oraz gotowość założenia i prowadzenia własnej firmy [Troue 2004, s. 2].

3. Cel, zakres i metodyka badań

Przeprowadzone przez autorkę badanie miało na celu poznanie specyfiki działalności tych z wykształconych w czasie trwania projektu 44 IT-kobiet wiejskich, które obecnie, blisko 5 lat po zakończeniu projektu, nadal aktywnie działają jako przedsiębiorczynie i multiplikatorki. Zidentyfikowano 28 takich kobiet. Badanie ankietowe przeprowadzono w kwietniu 2009 r., uzyskano 14 odpowiedzi zwrotnych. Wyniki badania ankietowego zostały pogłębione analizą stron internetowych badanych kobiet.

Większość ankietowanych kobiet (86%) to mieszkanki zachodnich landów Niemiec. Wiek badanych waha się od 35 do 64 lat, przy czym najliczniejsza grupa respondentek jest w wieku 40-44 lata (36% respondentek) i 50-54 lata (21%); 7% respondentek jest w wieku 35-39 lat, 7% w wieku 45-49 lat, 14% w wieku 55-59 lat, a 14% w wieku 60-64 lata. Zdecydowana większość (57%) badanych kobiet ma wyższe wykształcenie (29% ma wykształcenie pomaturalne, 7% średnie wykształcenie zawodowe, 7% wykształcenie zawodowe). Wszystkie respondentki mają dłużejletni staż działalności w Niemieckim Związku Kobiet Wiejskich – 38%

działa od 6 do 10 lat, 31% od 11 do 15 lat, 15% działa od 21 do 25 lat, a 15% powyżej 25 lat.

Wszystkie respondentki mają dzieci, choć żadna z respondentek nie ma ich więcej niż troje (43% troje dzieci, 43% dwoje, zaś 14% jedno dziecko). 57% badanych kobiet ma dorosłe dzieci (ponad 19 lat), 36% dzieci w wieku szkoły ponadpodstawowej (11 – 19 lat), a 29% dzieci w wieku szkoły podstawowej (6-10 lat). Żadna z badanych kobiet nie ma dzieci młodszych niż 6 lat. Gospodarstwa domowe zdecydowanej większości respondentek składają się z ankietowanej, jej partnera i dzieci (64% odpowiedzi), 22% mieszka wspólnie z partnerem, dziećmi i rodzicami lub teściami, 7% z partnerem i rodzicami lub teściami, 7% z dziećmi i rodzicami lub teściami.

4. Wyniki badań

79% badanych kobiet czerpie dochód z działalności w obszarze IT. Jednocześnie połowa respondentek określiła ten dochód jako marginalny i praktycznie nieistotny w budżecie domowym. Dla pozostałych 50% respondentek dochód ten jest dodatkowym źródłem dochodu, co odpowiada głównej idei projektu, zgodnie z którą IT-kobiety wiejskie miały być przede wszystkim multiplikatorami szerzącymi „IT-wirusa” wśród innych kobiet wiejskich. Połowa badanych jako zakres geograficzny obszaru działalności podała zasięg swojego Związku, 43% zasięg całego landu a 29% powiat, w którym mieszka.

Zakres usług świadczonych przez IT-kobiety wiejskie w podziale na ostatni rok działalności i cały okres działalności przedstawiony został w tabeli 1. W tabeli 2 przedstawiono główne grupy klientów IT-kobiet wiejskich.

Tabela 1

Usługi świadczone przez IT-kobiety wiejskie

Świadczone usługi	W ostatnich 12 miesiącach	W całym okresie działalności
Prowadzenie stron internetowych	78,6%	85,7%
Zakładanie stron internetowych	71,4%	92,8%
Szkolenia i kursy w zakresie poczty elektronicznej	64,3%	71,4%
Szkolenia i kursy w zakresie podstawowej obsługi komputera	57,1%	85,7%
Szkolenia i kursy w zakresie podstaw Internetu	57,1%	78,6%
Szkolenia i kursy w zakresie formatowania tekstu	50,0%	78,6%
Szkolenia i kursy – Vereinsmanager	50,0%	64,3%
Doradztwo/szkolenia w domu	50,0%	64,3%
Doradztwo przy zakupie komputera, sprzętu, oprogramowania	42,8%	64,3%
Szkolenia/usługi zgodnie z życzeniami klientów	42,8%	71,4%

Świadczone usługi	W ostatnich 12 miesiącach	W całym okresie działalności
Szkolenia i kursy - Excel	35,7%	64,3%
Szkolenia i kursy – OpenOffice	21,4%	28,6%
Szkolenia i kursy w zakresie obsługi aparatu cyfrowego	21,4%	35,7%
Seminaria i wykłady w zakresie Internet dla początkujących, podstawy Internetu	21,4%	28,6%
Zgłaszanie w Landportal	21,4%	71,4%
Seminaria i wykłady w zakresie bezpieczeństwa i zagrożeń w Internecie	14,3%	59,0%
Szkolenia i kursy - Front Page	7,1%	14,3%
Seminaria i wykłady - dzieci w sieci/Internet w przedszkolach	7,1%	35,7%
Seminaria i wykłady w zakresie obsługi komputera i Internetu dla kobiet wiejskich	7,1%	28,6%
Seminaria i wykłady w zakresie online shopping	7,1%	21,4%
Seminaria i wykłady w zakresie podstawowej obsługi komputera dla początkujących	7,1%	21,4%
Seminaria i wykłady na temat Landportal	–	35,7%
Seminaria i wykłady w zakresie obsługi komputera i Internetu dla kobiet	–	21,4%
Seminaria i wykłady nt. Internetu dla Niemieckiego Związku Kobiet Wiejskich	–	14,3%
Seminaria i wykłady w zakresie obsługi komputera i Internetu dla seniorów	–	14,3%

Źródło: Badania i opracowanie własne.

Tabela 2

Klienci IT-kobiet wiejskich

Grupa klientów	Odsetek IT-kobiet wiejskich mających klientów w tej grupie
Kobiety wiejskie z Niemieckiego Związku Kobiet Wiejskich	92,8%
Stowarzyszenia	64,3%
Kobiety wiejskie z Niemieckiego Związku Kobiet Wiejskich prowadzące działalność gospodarczą	57,1%
Kobiety wiejskie spoza Niemieckiego Związku Kobiet Wiejskich	42,8%
Kobiety wiejskie spoza Niemieckiego Związku Kobiet Wiejskich prowadzące działalność gospodarczą	35,7%
Rolnicy	35,7%
Seniorzy	28,6%
Kościóły	21,5%
Mężczyźni – mieszkańcy obszarów wiejskich prowadzący działalność gospodarczą	21,4%

Grupa klientów	Odsetek IT-kobiet wiejskich mających klientów w tej grupie
Młodzież	21,4%
Mężczyźni – mieszkańcy obszarów wiejskich nieprowadzący działalności gospodarczej	7,1%
Gminy	7,1%

Źródło: Badania i opracowanie własne.

Jako skuteczny sposób poszukiwania i znajdowania usługobiorców 79% respondentek wskazało polecenie przez innych klientów, 71% skorzystanie z pośrednictwa Związku, 50% własną stroną internetową, zaś 50% portal internetowy Landportal.

Wszystkie respondentki zdobyły doświadczenie zawodowe zanim zgłosiły swój udział w projekcie. Dla 21% była to praca najemna związana z IT, dla 58% praca najemna niezwiązana z IT, dla 21% doświadczenie w ramach własnej działalności gospodarczej niezwiązanej z IT. Żadna z kobiet nie prowadziła wcześniej własnej działalności związanej z IT.

Poproszone o wskazanie jednego, najważniejszego powodu, dla którego zdecydowały się podjąć samodzielną działalność gospodarczą, 46% respondentek wskazało chęć (ale nie konieczność) uzyskania dodatkowego dochodu. Innymi powodami były: brak alternatywnych możliwości zatrudnienia (9%), (jedyna) możliwość powrotu na rynek pracy po przerwie na urodzenie i wychowanie dzieci (9%), potrzeba samorealizacji (9%), „przedłużenie” hobby (9%), (jedyna) możliwość połączenia opieki nad zależnymi z pracą zarobkową (9%), (jedyna) możliwość realizacji własnych pomysłów (9%). Poproszone o wskazanie jednej, największej bariery na starcie 23% badanych kobiet wskazało brak wiary we własne siły i umiejętności. Inne wskazane bariery to: obawa przed ryzykiem i bankructwem (15% wskazań), problemy ze zbytem (15% wskazań), brak wiedzy z zakresu marketingu, sprzedaży, księgowości itp. (15% wskazań), brak klientów (8%) brak/zbyt mało doświadczenia (8%), zbyt wysokie obciążenia podatkowe, bariery prawne i biurokratyczne (8%), konieczność opieki nad zależnymi i związany z tym brak czasu (8%).

Obecnie, po kilku latach działalności, największymi barierami dla IT-kobiet wiejskich są: brak klientów (20%), problemy ze zbytem (20%), konieczność opieki nad zależnymi i związany z tym brak czasu (20%), niewystarczający dochód (20%), zbyt wysokie obciążenia podatkowe, bariery prawne i biurokratyczne (10%), nadmiar obowiązków domowych i związany z tym brak czasu (10%).

Respondentki są świadome tego, że muszą się ciągle dokształcać i aktualizować swoją wiedzę, tym bardziej, że obszar technologii informacyjno-komunikacyjnych jest dziedziną, w której wiedza ulega szybkiej dezaktualizacji. Wszystkie respondentki deklarują, że na bieżąco aktualizują swoją wiedzę. 71% czyta litera-

tureę i w Internecie, 43% uczestniczy w szkoleniach związanych z komputerami, 36% uczestniczy w szkoleniach z zakresu przekazywania wiedzy, komunikacji, autoprezentacji, 21% aktualizuje swoją wiedzę poprzez wymianę doświadczeń z innymi IT-kobietami wiejskimi a 14% uczestniczy w szkoleniach organizowanych przez Związek.

Zapytane o to, jak ich zdaniem wyglądać będzie prowadzona przez nie działalność za 5 lat, 42% badanych IT-kobiet wiejskich odpowiedziało, że zakres prowadzonej działalności zmniejszy się (mniej klientów i/lub mniejszy dochód), 33% że prowadzona działalność będzie mniej więcej na tym samym poziomie, a jedynie 25% założyło, że zakres prowadzonej działalności zwiększy się (więcej klientów i/ub większy dochód).

Przedsiębiorczynie, z którymi IT-kobiety wiejskie współpracują zajmują się działalnością gastronomiczną (43% wskazań), rękodziełem lub rzemiosłem (43%), prowadzeniem pensjonatów dla gości (36%), oprowadzaniem gości i turystów po okolicy (36%), prowadzeniem tzw. Hofladen – małych sklepów przy gospodarstwach rolnych oferujących świeże produkty rolne (36%), agroturystyką (29%), hodowlą psów rasowych czy strusi (21%), uprawą i przetwórstwem ziół lub/oraz pedagogiką ziołową (14%), prowadzeniem stadniny (7%) i sztuką ludową (7%). Zapytane o warunki rozwoju przedsiębiorczości w regionie, w którym mieszkają i działają oraz o różnice w szansach dla kobiet i dla mężczyzn, 75% respondentek odpowiedziało, że w ich regionie warunki rozwoju przedsiębiorczości są takie same dla kobiet i dla mężczyzn (przy czym 50% respondentek zgodziło się ze stwierdzeniem, że w jej regionie ogólne warunki rozwoju przedsiębiorczości są dobre, takie same dla kobiet jak i dla mężczyzn, zaś 25% zgodziło się ze stwierdzeniem, że ogólne warunki rozwoju przedsiębiorczości są złe, takie same dla kobiet jak i dla mężczyzn). 8% respondentek zgodziło się ze stwierdzeniem, że w jej regionie ogólne warunki rozwoju przedsiębiorczości są dobre, przy czym dla kobiet lepsze niż dla mężczyzn, natomiast 17% respondentek stwierdziło, że ogólne warunki rozwoju przedsiębiorczości są złe, przy czym dla kobiet gorsze niż dla mężczyzn.

Poproszone o wskazanie jednego, najważniejszego czynnika motywującego ogólnie kobiety do przedsiębiorczości, 25% respondentek wskazało potrzebę samorealizacji. Inne wymieniane powody to: konieczność uzyskania dodatkowego dochodu (17% wskazań), (jedyna) możliwość powrotu na rynek pracy po przerwaniu rodzinnej na urodzenie i wychowanie dzieci (17%), (jedyna) możliwość realizacji własnych pomysłów (17%), brak alternatywnych możliwości zatrudnienia (7%), chęć (ale nie konieczność) uzyskania dodatkowego dochodu (7%), możliwość decydowania o sobie i niezależność (7%). Według respondentek dla sukcesu rozpoczęcia i prowadzenia własnej działalności szczególnie istotne są: wsparcie partnera i/lub rodziny (79% odpowiedzi), ciągłe doszktałanie się (71%), ela-

styczność (64%), umiejętności i wiedza na starcie (57%), właściwy wybór sektora lub obszaru, w którym zamierza się działać (50%), koncentracja na obranym celu (50%), networking i możliwość wymiany doświadczeń (43%), robienie „tego, co się lubi” (43%), skłonność do ryzyka (36%), właściwe doradztwo instytucji doradczych (36%), odporność na stres (29%), orientacja na sukces (29%), dostęp do kapitału lub źródeł finansowania (21%), wsparcie odpowiednich instytucji (14%).

Poproszone o wskazanie jednej największej przeszkody w przedsiębiorczości kobiet ogólnie 25% respondentek wskazało konieczność opieki nad zależnymi i związany z tym brak czasu, 25% brak wiary we własne siły i umiejętności, 17% obawę przed ryzykiem i bankructwem. Inne bariery wskazane przez respondentki to: brak kapitału lub dostępu do kapitału (8% wskazań), brak lub zbyt małe doświadczenie (8%), nadmiar obowiązków domowych i związany z tym brak czasu (8%), zbyt wysokie obciążenia podatkowe, bariery prawne i biurokratyczne (8%).

Według respondentek technologie informacyjno-komunikacyjne wspierają wiejską przedsiębiorczość kobiet poprzez możliwość ogłaszania siebie, swoich produktów i usług na własnej stronie internetowej (86% wskazań), możliwość komunikacji z klientami i dostawcami za pomocą poczty elektronicznej (86%), możliwość aktywnego poszukiwania dostawców i rynków zbytu w sieci (71%), możliwość poszukiwania i zdobywania odpowiednich informacji, np. odnośnie przepisów prawnych (71%), wsparcie pracy biurowej (51%), możliwość networkingu z innymi przedsiębiorczyniami i wymianę doświadczeń (43%), bankowość elektroniczną (43%) oraz telepracę, np. tłumaczenia, księgowość (14%).

Zapytane o wsparcie, jakie ich zdaniem potrzebne jest w obszarze IT na obszarach wiejskich w celu rozwoju i wspierania wiejskiej przedsiębiorczości, 86% respondentek wskazało na konieczności rozwoju infrastruktury (np. szerokopasmowy Internet), 50% na wykłady i szkolenia skierowane wyłącznie do kobiet, 36% na szkolenia w zakresie podstawowej obsługi komputera, 36% na informacje, jak się reklamować; jak szukać i znajdować w Internecie potrzebne informacje, 29% na akcje informacyjne na temat potencjału, który tkwi w ICT, 21% na szkolenia w zakresie zaawansowanego użytkowania komputera i Internetu.

Poproszone o wskazanie jednej największej bariery dla kobiet w kontakcie z technologiami informacyjno-komunikacyjnymi 36% respondentek wskazało „nieśmiałość” w obsłudze urządzeń technicznych, 29% nieświadomość potencjału komputera i/lub Internetu, 21% brak umiejętności obsługi komputera, 14% brak infrastruktury (np. dostępu do szerokopasmowego Internetu). Zapytane o to, czy obszar IT lepiej nadaje się jako dodatkowe źródło dochodu na obszarach wiejskich niż inne usługi/produkcja, 75% respondentek odpowiedziało, że jest takim samym potencjalnym źródłem (dodatkowego) dochodu jak inne usługi/produkcja, 8% respondentek stwierdziło, że obszar IT lepiej nadaje się do pozyskiwania dodatkowego dochodu przez kobiety na obszarach wiejskich, 17% respondentek

odpowiedziało, że obszar IT nie jest potencjalnie lepszym źródłem dodatkowego dochodu na obszarach wiejskich niż inne usługi/produkcja (powody to: zbyt mała liczba klientów, niska gotowość do płacenia rynkowych cen za usługi, mała akceptacja społeczna dla kobiet działających w obszarze IT, szara strefa). Na pytanie, jakie działania powinny zostać podjęte w regionie w celu podwyższenia zaangażowania kobiet w przedsiębiorczość, 83% IT-kobiet wiejskich wskazało ułatwienie dostępu do kapitału, 58% organizację systemu opieki nad osobami zależnymi, 50% wspieranie networkingu, 42% szkolenia w zakresie autoprezentacji, zarządzania czasem, komunikacji, zarządzania stresem, asertywności, 33% akcje informacyjne.

5. Podsumowanie

Badane IT-kobiety wiejskie oferują szeroką paletę usług, od kursów i szkoleń komputerowych dla początkujących, poprzez wykłady i seminaria, po indywidualne usługi doradcze. Ich klientami są przede wszystkim inne kobiety wiejskie, ale świadczą one również usługi dla kościołów, gmin i stowarzyszeń. Większość respondentek czerpie dochód z działalności jako IT-kobieta wiejska, dochód ten nie odgrywa jednak znaczącej roli w budżetach ich gospodarstw domowych. Niemal połowa respondentek zdecydowała się na prowadzenie samodzielnej działalności gospodarczej z powodu chęci uzyskania dodatkowego dochodu. Na początku działalności największą barierą dla IT-kobiet wiejskich był brak wiary we własne siły i umiejętności. Obecnie głównymi problemami są: brak klientów, problemy ze zbytem, konieczność opieki nad zależnymi i związany z tym brak czasu oraz niewystarczający dochód. Jednocześnie największymi barierami przedsiębiorczości kobiet generalnie, są według respondentek: konieczność opieki nad zależnymi i związany z tym brak czasu oraz brak wiary we własne siły i umiejętności. W tym kontekście nie dziwi uznanie przez respondentki wsparcia partnera i rodziny za najważniejszy czynnik sukcesu rozpoczęcia i prowadzenia własnej działalności gospodarczej.

Za czynniki, które mogłyby wpłynąć na zwiększenie zaangażowania kobiet w przedsiębiorczość w regionie ich działalności respondentki uznały przede wszystkim ułatwienie dostępu do kapitału i organizację systemu opieki nad osobami zależnymi.

Technologie informacyjno-komunikacyjne są według większości respondentek takim samym potencjalnym źródłem (dodatkowego) dochodu na obszarach wiejskich jak inne usługi. Za podstawowy czynnik wsparcia przedsiębiorczości kobiet wiejskich w obszarze IT badane IT-kobiety wiejskie uznały konieczność rozwoju infrastruktury technicznej.

Niekwestionowany sukces modelowego projektu „IT-kobiety wiejskie” w Niemczech przekonuje, że warto jest podjąć próbę multiplikacji tego typu rozwiązań także w Polsce, nawet jeśli początkowo miałyby one dotyczyć jedynie najlepiej rozwiniętych i wyposażonych w infrastrukturę obszarów wiejskich.

LITERATURA

1. Duczkowska-Małysz K. (1993): Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości. W: Rozwój przedsiębiorczości na terenach wiejskich. Red. K. Duczkowska – Małysz, M. Kłodziński. Wydawnictwo SGGW, Warszawa, 13-24;
2. Duczkowska-Małysz K., Duczkowska-Piasecka M. (1996): Rozwój przedsiębiorczości na terenach przygranicznych. W: Przeobrażenia społeczno-ekonomiczne obszarów wiejskich pogranicza zachodniego. Red. M. Kłodziński, A. Rosner. IRWiR PAN, Warszawa, 214-239;
3. Hunek T. (1993): Makroekonomiczne uwarunkowania rozwoju „small businessu” na terenach wiejskich. W: Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich. W stronę wsi wielofunkcyjnej. Red. K. Duczkowska-Małysz. 4-239; IRWiR PAN, Warszawa, 13-22;
4. Hunek T. (1995): Drobną przedsiębiorczość (small business) na terenach wiejskich. *Wieś i Rolnictwo*, nr 4 (89), 126-138;
5. Kłodziński M. (2006): Aktywizacja społeczno-gospodarcza gmin wiejskich i małych miast. IRWiR PAN, Warszawa;
6. Sawicka J. (2005): Rola kobiet w aktywizacji i wielofunkcyjnym rozwoju obszarów wiejskich. Wydawnictwo SGGW, Warszawa;
7. Troue H. (2004): Projektvorstellung. Markt der Möglichkeiten – Internet für den ländlichen Raum. Berliner Gespräche zur Digitalen Integration. Berlin.

MALWINA BAJER

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ KOBIEC WIEJSKICH W OBSZARZE TECHNOLOGII INFORMACYJNO-KOMUNIKACYJNYCH – DOŚWIADCZENIA UCZESTNICZEK NIEMIECKIEGO PROJEKTU MODELOWEGO

Słowa kluczowe: *przedsiębiorczość wiejska kobiet, kobiety wiejskie, bariery przedsiębiorczości kobiet wiejskich, technologie informacyjno-komunikacyjne*

STRESZCZENIE

W artykule przedstawiono wyniki badania ankietowego przeprowadzonego w 2009 r. wśród uczestniczek niemieckiego projektu modelowego „IT-kobiety wiejskie”. Badaniem objęto kobiety świadczące (odpłatnie i w ramach Niemieckiego Związku Kobiet Wiejskich) usługi w obszarze technologii informacyjno-komunikacyjnych (ICT). Na podstawie doświadczeń własnych respondentek i ich wniosków ze współpracy z innymi wiej-

skimi przedsiębiorczyniami, w artykule przedstawiono bariery i motywatory wiejskiej przedsiębiorczości kobiet w obszarze ICT, a także opinie respondentek na temat warunków dalszego rozwoju i możliwości wsparcia tej przedsiębiorczości.

MALWINA BAJER

THE ENTERPRISE OF COUNTRYWOMEN IN THE AREA OF INFORMATIONAL-
COMMUNICATION TECHNOLOGY - EXPERIENCES OF PARTICIPANTS
OF THE GERMAN MODEL-PROJECT

Key words: *rural female entrepreneurship, rural women, barriers to rural female entrepreneurship, Information and Communication Technologies (ICT)*

SUMMARY

This article presents the results of a survey conducted in 2009 on a group of participants of the German pilot project "IT-Landfrauen" ("IT- rural women"). The survey has been conducted on rural women providing services (chargeable and as activity for the German Association of Rural Women) in the area of Information and Communication Technologies (ICT). Based on own experiences of respondents and on their cooperation with other female entrepreneurs in rural areas, this article presents barriers and motivators of rural female entrepreneurship in the area of ICT and conditions of further development and possible support measures for the entrepreneurship perceived by respondents.

e-mail: malwina.bajer@yahoo.com