

درک نقش فرهنگ و کلیشه‌های جنسیتی در زنان کارآفرینی از طریق لنز نظریه تهدید کلیشه ای کوامه آدوم

مریم خانلرزاده

گروه بازاریابی و کارآفرینی، دانشکده بازرگانی

چکیده

هدف - هدف این مقاله بررسی نقش فرهنگ و کلیشه‌های جنسیتی در کارآفرینی است. سفر زنان کارآفرین این به طور خاص بر زنان کارآفرین در منطقه نیدم تمرکز دارد. طراحی/روش‌شناسی/رویکرد - این مطالعه رویکرد کیفی را اتخاذ کرد و داده‌ها را از آن جمع‌آوری کرد. ۲۰ زن کارآفرین در منطقه نیدم در منطقه شرقی بالا غنا. داده‌ها جمع‌آوری شد. از طریق مصاحبه‌های چهره به چهره عمیق که بر اساس مضامین شناسایی شده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. یافته‌ها - یافته کلیدی این مطالعه این است که فرهنگ، از طریق کلیشه‌های جنسیتی، به عنوان یک "فشار" عمل می‌کند. عامل انگیزشی کارآفرینی زنان است و زنان کارآفرین نیاز محور را بیشتر از فرصت‌محورها با این حال، کلیشه‌های جنسیتی به عنوان یک آسیب برای موفقیت کارآفرینی چندین شرکت‌های تحت مالکیت زنان به دلیل کلیشه‌های جنسیتی، تعداد بی‌شماری از زنان کارآفرین در مورد سرمایه‌گذاری شک دارند. به بخش‌های «بخش ناشناخته» که آشنا نیستند و کسب‌وکارهای بزرگ‌تری را اداره می‌کنند که احتمالاً سود بیشتری به همراه خواهند داشت. اصالت/ارزش - در حال حاضر تحقیقات کمتری در مورد کارآفرینی و فرهنگ/کلیشه‌های جنسیتی انجام شده است. تاکنون در غنا، و این مطالعه به دنبال پر کردن این شکاف است. نتایج با پیوند دادن آنچه هست مورد بحث قرار می‌گیرند. مربوط به سایر چشم‌اندازهای اقتصادی است، بنابراین از چشم‌اندازهای صرفاً ملی اجتناب می‌شود. این اولین مورد شناخته شده است. مطالعه انجام شده در منطقه مورد مطالعه که به کارآفرینی از دریچه فرهنگ-جنس می‌نگرد.

واژگان کلیدی: فرهنگ، غنا، جنوب صحرای آفریقا، کارآفرینی زنان، کارآفرینی زنان، کلیشه‌های جنسیتی

۱- مقدمه

در عرصه کارآفرینی، به نظر می‌رسد که کارآفرینی زنان پاسخگوتر است. کلیشه‌های جنسیتی که از فرهنگ سرچشمه می‌گیرند تا کارآفرینی مردانه [Baughn و همکاران، ۲۰۰۶؛ مانیتور جهانی کارآفرینی (GEM، ۲۰۱۵)] در سراسر جهان، زنان ویژگی‌های مشابهی را از نظر نحوه تعریف ترتیبات نهادی موقعیت خود را نشان می‌دهند. جامعه‌ای که در آن فرهنگ، طبقه، نژاد و چندین مورد دیگر نقش خود را در جامعه شکل می‌دهند. (Anggadwita و همکاران، ۲۰۱۷؛ دلا-گیستا و فیلیپس، ۲۰۰۶). فی و ویلیامز (۱۹۹۳) اشاره کردند که در طول سال‌ها، تمایل زنان به ایجاد مشاغل در زمینه کارآفرینی بوده است. تأثیر منفی ساختار اجتماعی، ارزش‌ها و اجتماعی شدن/کلیشه‌های جنسیتی. (ThéBaud (2010 همچنین معتقد است که باورهای فرهنگی در مورد جنسیت و کارآفرینی

۲- مبانی نظری

تأثیر منفی بر کارآفرینی زنان

طبق گفته (ThéBaud (2010 30 دهه گذشته شاهد افزایش زنان بوده است. سرمایه‌گذاری در کارآفرینی صرف نظر از این افزایش، شکاف‌های جنسیتی در کارآفرینی همچنان ادامه دارد [Global Entrepreneurship Monitor (GEM، 2007]. این شکاف‌های جنسیتی می‌تواند به کلیشه‌های جنسیتی در جامعه نسبت داده می‌شود که در طول سال‌ها مانع از آن شده است. پیشرفت زنان در جامعه (ThéBaud، 2010). زنان به طور فزاینده‌ای انتخاب می‌کنند. کارآفرینی به عنوان یک مسیر شغلی (گرین و همکاران، ۲۰۰۳). با وجود کارآفرینی زنان، کارآفرینی اغلب با عبارات مردانه و به شکلی ارائه و بیان می‌شود فعالیت مردانه (پرنده و براس، ۲۰۰۲). یک نوع تصویر دودویی از وجود دارد. کارآفرینانی که در اینجا با عباراتی توصیف می‌شوند که بیشتر با مردان مرتبط است. نسبت به زنان به عنوان مثال، برونی و همکاران. (۲۰۰۴، ص ۴۰۷) نشان می‌دهد که اصطلاحاتی مانند «فاتح سرزمین‌های ناشناخته» «قهرمان تنها» و «پدرسالار» برای توصیف مرد استفاده می‌شوند.

کارآفرینان ahl (۲۰۰۶، ص ۵۹۹) همچنین فرض می‌کند که اصطلاحات مردانه مانند "مرد خودساخته قهرمان [...] که با اراده برای تسخیر، انگیزه مبارزه، [و] اثبات خود هدایت می‌شود. برتر از دیگران» برای توصیف کارآفرینی استفاده شده است. اینها جنسیت را به تصویر می‌کشند کلیشه در کارآفرینی بیکر و همکاران (۱۹۹۷) بنابراین تأکید می‌کنند که توصیف از کارآفرینی و کارآفرینی در اصطلاح مردانه تر، زنان را به حاشیه می‌برد کارآفرینان، در نتیجه آنها را در فضای کارآفرینی نامرئی می‌کند. ادعای بیکر و همکاران (۱۹۹۷) در بالا به وضعیت کارآفرینی زنان مربوط می‌شود. در ولسوالی نیدم اگرچه زنان بیشتری در این ولسوالی شناسایی کرده‌اند. مزایا و نیاز به خوداشتغالی در نتیجه کارآفرینی (سرویس آمار غنا، ۲۰۱۴)، آنها همچنان با کلیشه‌های جنسیتی مواجه هستند که مانع ورود آنها به داخل می‌شود.

فضای کارآفرینی و همچنین نوع کسب و کاری که در آن مشغول هستند. این امر در آن مشهود است. گزارشی که از مجموع افراد خوداشتغال (کارآفرین) در در ولسوالی نیدم، تنها ۴۱٫۶ درصد را زنان تشکیل می‌دهند، اگرچه زنان اکثریت را تشکیل می‌دهند.

از جمعیت منطقه همچنین، شرکت‌های تحت مالکیت زنان در داخل ولسوالی هستند. متمرکز در یک سرمایه‌گذاری با ارزش افزوده کم مانند خرده‌فروشی و خدمات (GSS، 2014). نشان می‌دهد که یا خود زنان کارآفرین یا جامعه جایگاهی ایجاد کرده است. برای زنان کارآفرین در منطقه مورد مطالعه. این نیز تا حدی به عنوان یک نتیجه از سرمایه‌مورد نیاز برای ورود به برخی از انواع دیگر مشاغل. به این ترتیب، زنان کارآفرینان در منطقه قادر به شکستن موانع برای سرمایه‌گذاری نیستند.

حوزه‌های کسب و کار از دیدگاه مردان برای مردان حک شده است. بنابراین تبدیل شده است. بررسی چگونگی تأثیر کلیشه‌های جنسیتی بر زنان در کارآفرینی آنها ضروری است.

سفر از دریچه نظریه تهدید کلیشه‌ای جنسیتی.

در زمان‌های اخیر، در ادبیات درخواست‌هایی برای گسترش مطالعات در مورد زنان وجود داشته است. کارآفرینی از نظر محتوا و زمینه به عنوان مثال، (Yadav and Unni, 2016). از محققان می‌خواهد تا تأثیر فرهنگ، به‌ویژه کلیشه‌های جنسیتی را بررسی کنند. مشاغلی که توسط زنان تأسیس شده است. این فراخوان قبلاً توسط Gundry و همکاران برجسته شده بود. (۲۰۰۲).

با این حال، به دلیل عدم پاسخگویی به این فراخوان، مجدداً توسط Yadav و (Unni, 2016) تکرار شد. این امر اهمیت پدیده تحقیق را برجسته می‌کند. همچنین، اگرچه نظریه پیشنهاد می‌کند. که کلیشه‌های جنسیتی ممکن است به طور کامل یک نقطه ضعف برای زنان کارآفرین باشد. توسط Heilman و (Chen, 2003) پیشنهاد شده است، مطالعات کمی چگونگی باورهای فرهنگی را بررسی کرده‌اند.

ارتباط با جنسیت ممکن است زنان را در فرآیند تصمیم‌گیری اولیه انتخاب تحت تأثیر قرار دهد. برای شروع یک کسب و کار (ThéBaud, 2010). باز هم یاداو و اونی (۲۰۱۶) و گویال و یاداو (۲۰۱۴) حمایت می‌کند که نیاز به تحقیق در مورد کارآفرینی زنان در توسعه وجود دارد.

کشورها. این به این دلیل است که مطالعات در مورد کارآفرینی زنان عمدتاً بر غرب متمرکز است. که عمدتاً از کشورهای توسعه یافته تشکیل شده است. بنابراین این مقاله در پاسخ به این موارد است. با بررسی اینکه چگونه فرهنگ و کلیشه‌های جنسیتی بر زنان کارآفرین در آنها تأثیر می‌گذارد. تلاش‌های کارآفرینانه این مطالعه به دنبال کشف و ارائه بینش عمیق‌تر در مورد است. نقش فرهنگ و کلیشه‌های جنسیتی در عملیات سرمایه‌گذاری توسط زنان دارند. عقیده رایج این است که زنان باید به آنچه دارند راضی باشند و نباشند

آگاه به ثروت زیربنای چارچوب نظری: نظریه تهدید کلیشه‌ای مبنای نظری این مطالعه، نظریه تهدید کلیشه‌ای است که توسط استیل ابداع شده است. و آرونسون در سال ۱۹۹۵. این نظریه تأثیر کلیشه‌های منفی را بر روی افراد برجسته می‌کند. انگیزه‌ها و عملکرد گروه(های) کلیشه‌ای هدف (استیل و آرونسون، ۱۹۹۵). آنها تهدید کلیشه‌ای را به عنوان خطر تأیید کلیشه منفی در مورد شخص تعریف می‌کنند. گروه اجتماعی از طریق ویژگی‌های خود تئوری تهدید کلیشه‌ای بر آن تأکید دارد. افراد آرزوهای پایینی از خود نشان می‌دهند و در وظایف کلیشه‌ای مرتبط با آنها ضعیف عمل می‌کنند

گروه اجتماعی. دیویس و همکاران (۲۰۰۵) فرض می‌کنند که وقتی مردم از کلیشه‌ها آگاه هستند. با گروه اجتماعی خود مرتبط هستند و معتقدند که ممکن است بر اساس آنها مورد قضاوت قرار گیرند. کلیشه‌ها، آنها تمایل دارند توسط آن کلیشه تهدید شوند. شواهد موجود نشان می‌دهد که افراد تمایل دارند از نظر روانی از وظایف کلیشه‌ای

که مرتبط هستند رها شوند با آنها و این منجر به کاهش عملکرد در کار کلیشه ای می شود (دیویس و همکاران، ۲۰۰۵؛ استیل، ۱۹۹۷). تئوری تهدید کلیشه ای چندین بار برای توضیح تحقیقات مختلف استفاده شده است پدیده ها در ادبیات اکثر مطالعاتی که این نظریه را به کار بردند بر روی آنها تمرکز داشتند. نقش آن در شکستن "سقف شیشه ای" در سازمان ها و سیاست (هوت و مورفی، ۲۰۱۶؛ یونس و همکاران، ۲۰۱۰). با این حال، مطالعاتی که تئوری تهدید کلیشه ای را به کار گرفته اند را ارائه می دهد

به این معنا که وضعیت کارآفرینی زنان در بافت های مختلف کم است. حداکثر (Ballereau (2013) تشخیص داد که تا سال ۲۰۱۳، تنها یک مقاله (گوپتا و همکاران، ۲۰۱۳) مشخص شد که نظریه تهدید کلیشه ای را در حوزه کارآفرینی به کار برده است. گوپتا

و باوه (۲۰۰۷) از نظریه تهدید کلیشه ای برای بررسی تأثیر اقدامات پیشگیرانه استفاده کردند. شخصیت در تعدیل تأثیر کلیشه "مردانه" رایج در مورد کارآفرینی در مورد نیت زنان برای کارآفرین شدن در ایلینوی، ایالات متحده آمریکا. در مطالعه نشان می دهد که قرار گرفتن در معرض کلیشه های جنسیتی رایج در مورد کارآفرینان زنانی که دارای شخصیت فعال هستند را تحت تأثیر قرار می دهد و باعث کاهش نیت کارآفرینی آنها می شود

در مقایسه با زنان با شخصیت کمتر فعال. در سال ۲۰۱۴، گوپتا و همکاران. متکی بر نظریه تهدید کلیشه ای برای بررسی تفاوت های بین مردان و زنان در ارزیابی فرصت های تجاری جدید در ترکیه و ایالات متحده آمریکا. این مطالعه نشان داد که، تفاوت در جنسیت با توجه به فرصت ها زمانی بدتر شد که کارآفرینی به آن مرتبط شد اطلاعات کلیشه ای مردانه با این حال به نفع زنان که معکوس شد. کارآفرینی به اطلاعات کلیشه ای زنان در ارزیابی جدید مرتبط بود

فرصت های شغلی. به طور خلاصه، تحقیق در مورد کارآفرینی زنان با استفاده از تئوری تهدید کلیشه ای تا حد زیادی ناچیز است. در منطقه بندهم که این مطالعه در آن انجام شده است، از مطالعه به دست آمد که زنان کارآفرین از تأثیرات تهدید کلیشه ای رها نمی شوند. کارآفرینی در منطقه مورد مطالعه عموماً به عنوان یک تلاش مردانه با زنان در نظر گرفته می شود

انتظار می رود و در حوزه کارآفرینی کمتر موفق هستند. زنان در منطقه عموماً مشاغل خرد را در بخش های کم خطر و با ارزش افزوده پایین اداره می کند به عنوان خردهفروشی/تجارت و خدمات در قالب «بودابودوا» خردهفروشی خرد/کوچک تجارت - و "فروشگاه آپامپام" - جایی که فروشندگان اجناس خود را روی سر خود حمل می کنند.

در نتیجه، سرمایه گذاری آنها راکد به نظر می رسد، که نشان دهنده عملکرد ضعیف است. این بیچاره عملکرد را می توان با جدایی روانی از فعالیت های کارآفرینانه مرتبط دانست توسط زنان کارآفرین در نتیجه کلیشه جنسیتی مرتبط با کارآفرینی در جامعه..

۳- روش شناسی پژوهش

این مطالعه جهان بینی پدیدارشناختی تحقیق را برای تجزیه و تحلیل پژوهش اتخاذ کرد. مسئله، تمرکز این مطالعه بر زمینه خاصی بود که زنان در آن قرار داشتند. کارآفرینان در منطقه بندهم زندگی و کار می کنند تا درک کنند که چگونه کلیشه های جنسیتی آنها را تحت تأثیر قرار دهد. برای دستیابی به این هدف، محققان به دیدگاه های ذهنی زنان نیاز داشتند. کارآفرینان در مورد نحوه نگاه آنها و معنایی که برای نقش جنسیت ایجاد می کنند کلیشه ها در فعالیت های کارآفرینانه خود. این کار با انجام عملیات عمیق انجام شد. مصاحبه هایی که به پاسخ دهندگان این

امکان را می‌داد تا دیدگاه‌های ذهنی خود را در مورد مسائل بیان کنند. علاقه (سایمون و کاسل، ۲۰۱۲؛ بین، ۲۰۰۳). با این حال، این مطالعه از یک مطالعه موردی استفاده کرد. استراتژی که در آن کل منطقه به عنوان یک مورد در نظر گرفته شد. با توجه به فرهنگ یکپارچه و کلیشه‌های جنسیتی همچنان در منطقه وجود دارد. این به دلیل رویکرد مطالعه موردی است. این امکان را به محقق می‌دهد تا در مورد یک پدیده مرتبط مانند فرهنگ و جنسیت بینش کسب کند

کلیشه‌ها در زمینه زندگی واقعی پاسخ دهندگان، به ویژه زمانی که مسائل روش‌شناسی این مطالعه جهان بینی پدیدارشناختی تحقیق را برای تجزیه و تحلیل پژوهش اتخاذ کرد. مسئله. تمرکز این مطالعه بر زمینه خاصی بود که زنان در آن قرار داشتند. کارآفرینان در منطقه ندیم زندگی و کار می‌کنند تا درک کنند که چگونه کلیشه‌های جنسیتی آنها را تحت تاثیر قرار دهد. برای دستیابی به این هدف، محققان به دیدگاه‌های ذهنی زنان نیاز داشتند. کارآفرینان در مورد نحوه نگاه آنها و معنایی که برای نقش جنسیت ایجاد می‌کنند

کلیشه‌ها در فعالیت‌های کارآفرینانه خود. این کار با انجام عملیات عمیق انجام شد. مصاحبه‌هایی که به پاسخ دهندگان این امکان را می‌داد تا دیدگاه‌های ذهنی خود را در مورد مسائل بیان کنند. علاقه (سایمون و کاسل، ۲۰۱۲؛ بین، ۲۰۰۳). با این حال، این مطالعه از یک مطالعه موردی استفاده کرد. استراتژی که در آن کل منطقه به عنوان یک مورد در نظر گرفته شد. با توجه به فرهنگ یکپارچه و کلیشه‌های جنسیتی همچنان در منطقه وجود دارد. این به دلیل رویکرد مطالعه موردی است.

این امکان را به محقق می‌دهد تا در مورد یک پدیده مرتبط مانند فرهنگ و جنسیت بینش کسب کند. کلیشه‌ها در زمینه زندگی واقعی پاسخ دهندگان، به ویژه زمانی که مسائل بین موضوع و زمینه به وضوح مشهود نیست (بین، ۲۰۰۳) و همچنین می‌دهد. پاسخ دهندگان این فرصت را دارند تا خود را با جزئیات و با کلمات خود بیان کنند. محققین را قادر می‌سازد تا بینش عمیق‌تری به دست آورند (سایمون و کاسل، ۲۰۱۲). بیست. زنان کارآفرین انتخاب و در مراکز تجاری مربوطه مورد مصاحبه قرار گرفتند. در داخل منطقه این به آنها اجازه داد تا خود را به زبان خودشان و به زبان خودشان بیان کنند. محیط طبیعی آنها از آنجایی که هدف این پژوهش یافتن رابطه موجود بین فرهنگ/جنسیت نبود. کلیشه‌ها و کارآفرینی زنان، بلکه بیشتر برای کشف چگونگی فرهنگ و جنسیت نقش کلیشه‌ای در کارآفرینی زنان در منطقه ندیم از نظر کیفی رویکرد مناسب در نظر گرفته شد. طبق دیدگاه سایمون و کاسل (۲۰۱۲)،

رویکرد کیفی به ویژه زمانی مناسب است که اطلاعات زیادی در مورد تحقیق وجود نداشته باشد. پدیده این مطالعه همچنین از داده‌های اولیه استفاده کرد که از طریق عمیق به دست آمد. مصاحبه با زنان کارآفرین در ولسوالی ندیم. این به دلیل خاص بود. هدف مطالعه به اطلاعات/داده‌های خاصی نیاز داشت که به راحتی در دسترس نبود. منابع ثانویه (بین، ۲۰۰۹). اکثر مصاحبه‌ها که به طور متوسط ۲۵ دقیقه به طول انجامید، بودند. در دو مرکز تجاری بزرگ در منطقه (بازارهای کنگو و پلونگو) و الف تعداد کمی در مراکز تجاری دیگر پاسخ دهندگان مانند خانه‌های آنها انجام شد. با با اجازه پاسخ دهندگان، جلسات مصاحبه به صورت صوتی ضبط شد. یادداشت‌ها بود. همچنین به منظور ایجاد یک نسخه پشتیبان گرفته شده است. صدای ضبط شده محققان را قادر ساخت. برای رونویسی و تجزیه و تحلیل دقیق داده‌ها بدون حذف بحث‌های کلیدی.

اول، این مطالعه بر روی زنان کارآفرین متمرکز بود زیرا در سراسر جهان، به ویژه در آفریقا، زنان نسبت به مردان تحت تأثیر فرهنگ و کلیشه‌های جنسیتی قرار دارند (زنان مانیفست برای غنا، ۲۰۰۴). وضعیت در ولسوالی نبدم و این تفاوتی ندارد. می‌تواند نقشی کلیدی در تلاش‌های کارآفرینی آنها ایفا کند. بنابراین مطالعه، نقش کلیشه‌های جنسیتی در راه اندازی شرکت‌های زنانه را بررسی کرد. در نهایت، ولسوالی نبدم به دلیل دسترسی آسان به اطلاعات و همچنین به دلیل انتخاب شد. عملکرد نسبتاً ضعیف سرمایه‌گذاری‌های متعلق به زنان. در این تحقیق از حجم نمونه ۲۰ نفر استفاده شد.

که برای ایجاد بینش‌های مورد نیاز کافی در نظر گرفته می‌شود (کرسول، ۲۰۰۳؛ مارشال، ۱۹۹۶)، از آنجایی که تمرکز یک مطالعه کیفی بر کفایت نمونه نسبت به حجم نمونه است (بوون، ۲۰۰۸). محققان بر این باورند که این شرکت‌کنندگان نماینده واقعی این موضوع هستند.

جامعه برای مطالعه به این صورت که نمونه ویژگی‌های کل را به تصویر می‌کشد. جمعیت؛ در یک تحقیق کیفی، کفایت حجم نمونه با عمق داده‌سنجیده می‌شود. به جای فرکانس‌ها و بنابراین، نمونه‌ها باید از بهترین شرکت‌کنندگان تشکیل شوند. موضوع تحقیق را نشان می‌دهد (مورس و همکاران، ۲۰۰۲). همچنین از نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد. زیرا محققان باید اطمینان حاصل می‌کردند که شرکت‌کنندگان در مطالعه کسانی هستند که دارای این بیماری هستند. دانش مورد نیاز و اطلاعات مربوطه بنابراین مطالعه به دنبال گنجاندن ۲۰ مورد بود.

زنان کارآفرینی که در محدوده سنی ۲۴ تا ۵۷ سال بودند. این به این دلیل است که زنان در این محدوده سنی به اندازه کافی بالغ شده‌اند که نقش جنسیت فرهنگ را تجربه کرده‌اند. کلیشه‌ای در کسب و کار خود دارند و به احتمال زیاد اطلاعات مربوطه را ارائه می‌دهند.

برای (Creswell 1998)، مطالعات کیفی می‌توانند حجم نمونه از ۵ تا ۲۵ داشته باشند، در حالی که مورس (۱۹۹۴) حداقل شش مورد را توصیه می‌کند. در تحقیقات کیفی قوانین خاصی وجود ندارد که چه زمانی تعیین حجم نمونه مناسب با توجه به پاتون (۱۹۹۰)، حجم نمونه برای کار کیفی باید بر اساس اهداف مطالعه، زمان و موارد دیگر تعیین شود. منابع در دسترس محقق ضبط‌های مصاحبه ابتدا از طریق ترجمه از "نبیت" رونویسی شد. (زبان Nabdam) به انگلیسی - همانطور که همه پاسخ‌دهندگان به نبیت صحبت می‌کردند. بعد از آن، داده‌ها بدون هیچ‌گونه فرضیات قبلی برای شناسایی مضامین برآمده از آن بررسی شدند.

داده‌ها، سپس داده‌ها مطابق با این مضامین مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند تا معنا پیدا کنند. (رابسون، ۲۰۰۲). روش تحلیل موضوعی به عنوان روش تحلیلی انتخاب شد. این مطالعه به دلیل توانایی آن در استنتاج معقول در تفسیر داده‌ها (وایسمردی و همکاران، ۲۰۱۳). اگرچه پاسخ‌دهندگان صریحاً درخواست نکردند که هویت آنها حفظ شود. ناشناس، محققان کدهایی را برای محافظت از هویت پاسخ‌دهندگان ایجاد کردند. از این رو، پاسخ‌دهندگان به عنوان پاسخ‌دهنده ۱ تا پاسخ‌دهنده ۲۰ (R1-R20) نامیده شدند. داده‌ها بودند

جمع‌آوری شده در سال ۲۰۱۷ نتایج و بحث

مشخصات پاسخ‌دهندگان

جدول I مشخصات پاسخ‌دهندگان این مطالعه را نشان می‌دهد. این سن، وضعیت تأهل، سطح تحصیلات پاسخ‌دهندگان و همچنین نوع کسب و کار، وضعیت حقوقی و استخدامی کسب و کار. این اطلاعات مفیدی در مورد پاسخ‌دهندگان ارائه می‌دهد که همچنین می‌دهد

اعتبار موارد و نقل قول ها در مقاله. پاسخ دهندگان این مطالعه بین ۲۴ تا ۵۷ سال سن داشتند که نشان می دهد خیر

چولگی نسبت به هر گروه سنی، و این نشان می دهد که زنان کارآفرینی در منطقه یک تلاش برای همه زنان در این گروه سنی است. در رابطه با ازدواج، تقریباً همه پاسخ دهندگان متأهل بودند. با توجه به سطح تحصیلات، بیش از نیمی از پاسخ دهندگان هرگز به مدرسه نرفته بودند، دو دهم آنها دارای تحصیلات پایه هستند، یک دهم آنها تحصیلات ابتدایی دارند

تحصیلات متوسطه و یک بیستم دارای تحصیلات عالی هستند. اگرچه تعداد زیادی از زنان در این منطقه دارای سطوح تحصیلات نسبتاً بالاتری مانند دبیرستان هستند گواهینامه ها، گواهی آموزش معلمان، مدارک تحصیلی، از جمله (GSS, 2014)، تا حد زیادی هستند. غایب در زمینه کارآفرینی، باعث می شود این حوزه تحت سلطه زنان بدون یا سطوح پایین آموزش رسمی علاوه بر این، اکثریت، که بیش از نیمی از زنان کارآفرین کمتر از ۱۱ سال است که در تجارت هستند. بنابراین، می تواند باشد استنباط کرد که شرکت های تحت مالکیت زنان در ولسوالی نسبتاً جوان هستند. دلیلی برای این می تواند نرخ بالایی از توقف کسب و کار در میان زنان کارآفرین یا این ایده باشد زنانی که به کارآفرینی مشغول هستند در این منطقه نسبتاً جدید است. قابل توجه زنان بر اساس گزارش ها، افرادی که بیش از ۱۶ سال کسبوکار خود را اداره می کردند، بین یا بین آنها جابجا شدند. انواع مختلف کسب و کار، نشان دهنده عدم ثبات در تجارت است. عمدتاً زنان کارآفرین در منطقه مورد مطالعه در خدمات و خرده فروشی مشغول هستند کسب و کار، با تنها یک دهم در بخش تولید. بنابراین، یک ترجیح وجود دارد. برای کسب و کارهای با ارزش افزوده پایین در میان زنان منطقه. باز هم همه به جز یکی از پاسخ دهندگان سرمایه گذاری های ثبت نشده را اداره می کنند، از این رو در بخش غیررسمی فعالیت می کنند. اکثریت پاسخ دهندگان می گویند که آنها هیچ ایده ای ندارند که قرار است ثبت نام کنند زیرا پرداخت می کنند. عوارض بازار این مطالعه بیشتر بررسی می کند که آیا پاسخ دهندگان فرصت های شغلی را فراهم می کنند یا خیر

برای بقیه. به دست آمد که اکثریت - سه چهارم - هیچ کارمندی ندارند گذشته یا حال آنها یا به تنهایی، با فرزندان خود یا سایر اعضای خانواده عمل می کنند.

مشخصات	اندازه گیری	(%)
سن	۲۴_۲۸	۱۵
	۳۳_۲۹	۲۰
	۳۸_۳۴	۱۵
	۳۹_۴۳	۱۰
	۴۴_۴۸	۱۵
	۴۸_۵۳	۱۵
	۵۴_۵۹	۱۰
وضعیت تاهل فعلی	مجرد	۱۰
	متاهل	۹۰

	مجرد	۲۰
وضعیت تاهل در آغاز کسب و کار سطح تحصیلات	متاهل	۸۰
	بدون آموزش رسمی	۶۵
	اصلی	۲۰
	فرعی	۱۰
	ثالث	۵
سن کسب و کار	۵-۱	۴۵
	۱۰-۶	۲۰
	۱۱-۱۵	۵
	۱۶-۲۰	۲۰
	۳۱-۳۵	۱۰
نوع کسب و کار	سرویس	۵۵
	جزئی	۳۵
	تولید	۱۰
وضعیت حقوقی تجارت	ثبت نشده	۹۵
	ثبت شده	۵
پیشنهاد اشتغال داد	خیر	۷۵
	بله	۲۵

منبع: داده‌های میدانی (۲۰۱۷)

که هیچ حقوقی دریافت نمی‌کنند این درصد اندکی کمتر از رقم ناحیه ۹۶,۷ درصد است. ارائه شده توسط سرویس آماری غنا از سرشماری نفوس و مسکن در سال ۲۰۱۰ (GSS، ۲۰۱۴).

تبعیض فرهنگی: متضاد مردان و زنان در ولسوالی نبدم

کشف یا درک فرهنگ منطقه مورد مطالعه از کدام جنسیت ضروری است. ظاهر شدن کلیشه‌ها و تأثیرات آن بر زندگی و تجارت زنان. فرهنگ نبدم‌ها به این دلیل در نظر گرفته شد که کلیشه‌های جنسیتی ناشی از فرهنگ است. بنابراین مطالعه مورد بررسی قرار گرفت. ماهیت فرهنگ نبدم در رابطه با زنان. معلوم شد که نابدم فرهنگ به شدت علیه زنان تبعیض آمیز است. همه پاسخ دهندگان به آنها اشاره کردند

ناابرابری جنسیتی و کلیشه‌ای را در چندین جنبه از زندگی خود تجربه می‌کنند. این تبعیض در توزیع مغرضانه ثروت، شناسایی ناکافی و احترام به کار زنان، حذف زنان در تصمیم‌گیری‌های کلیدی و همچنین محدودیت در مورد حرکت زنان (به ویژه متاهل). با این حال، اکثر پاسخ دهندگان شناسایی می‌کنند. بیش از یک عنصر تبعیض آمیز بنابراین، جدول زیر هر یک از عوامل را نشان می‌دهد.

حجم کل نمونه (۲۰) (جدول II).

توزیع نابرابر ثروت بین مردان و زنان در این ولسوالی وجود دارد. که در نتیجه فرهنگ و کلیشه‌های جنسیتی است. در فرهنگ نابدام زنان از ارث مستثنی شده و از داشتن املاک زمینی منع شده اند. صرف نظر از پدر یا شوهر یک زن چقدر ثروتمند است، او چیزی از او به ارث نمی برد. همچنین، از نظر فرهنگی، هر دارایی که یک زن داشته باشد، به طور خودکار به شوهرش تعلق دارد. توسط به موجب ازدواج، زن به خانواده دیگری تعلق دارد؛ هنگامی که زن ازدواج کرد، او خانواده شوهر در مسائل زندگی او نظر دارند. بنابراین ارث دادن به الف زن به معنای اغنای خانواده دیگر است، از این رو، محرومیت زن در امور وراثت. جالب اینجاست که زنان مالک زمین نیستند، زیرا به طور سنتی، زمین ها مالک زمین هستند

به ارث می رسد و زنان از ارث محروم می شوند. این توزیع نابرابر ثروت زنان در منطقه را فقیرتر از مردان می کند. در صورتی که آنها تصمیم به شروع برخی از تلاش‌های کارآفرینانه بگیرند، آنها به دلیل در دسترس بودن محدود هستند. منابع سرمایه برای دسترسی در مقایسه با هم‌تایان مرد خود که به راحتی می توانستند. افزایش سرمایه شخصی با فروش برخی از املاک. همچنین زنان را از نظر محدود می کند. بخشی که در آن فعالیت می کنند. در حمایت از گفتگوی فوق، موارد ارسالی R12 و R3 در زیر ارائه شده است:

به نظر من در سیستم ارثی تبعیض وجود دارد. سپس به عنوان یک خانم، چیزی از آن عایدم نشد. وقتی پدرم به خاطر جنسیت من فوت کرد، بنابراین، زمانی که شروع کردم هیچ حمایت مالی نداشتم. این تجارت حداقل زمانی که می خواستم این کار را شروع کنم، گرفتن یک قطعه زمین می توانست به من کمک کند کسب و کار. حتماً می فروختم تا سرمایه بگیرم. در عوض، دو سال طول کشید تا این کار را شروع کنم. کسب و کار از زمانی که ایده را تصور کردم: به دنبال سرمایه بودم. - R12

آرزوی من این بود که در تجارت کشاورزی شرکت کنم، اما محدودیت من از آن زمان به دست آوردن زمین بود. اگر قصد خرید داشته باشم نمی توانم مبلغ مورد نظر را پرداخت کنم. از نظر فرهنگی، ما حق مالکیت زمین را نداریم. از طریق ارث علاوه بر این، اگر یک زن در یک زمین خانوادگی محصولات را کشت کند، آن محصولات به طور خودکار متعلق به شوهر است. با توجه به این مسائل فرهنگی، من این کوکو را انتخاب کردم.

(پاریده) تجارت. - R3

باز هم، نگرش عدم شناخت و احترام به کار زنان در این کشور وجود دارد. انجمن. کاری که اکثر زنان انجام می دهند مورد احترام نیست - چه کار رسمی و چه غیر رسمی. مانند به این گونه فعالیت‌های کوچک، غیرمولد و مبهم «بومپورک توبد» گفته می‌شود. در لغت به معنای "کار یک زن" است. از این رو، فرهنگ منطقه مورد مطالعه، زنان را به عنوان افرادی که باید به فعالیت های کم سود و اشتغال و امرار معاش بپردازند

مرحله. این بازنمایی کلیشه‌های جنسیتی در فرهنگ است. در نتیجه زنان اغلب وسوسه می شوند که به وضعیت موجود در راه اندازی کسب و کارهای خرد/کوچک و در سطح پایین ادامه دهند. بخش های ارزش افزوده R2 عدم احترام به سرمایه گذاری های متعلق به زنان را برجسته می کند:

مطمئناً، زمانی که می‌خواستم کسب‌وکارم را با انتقال به این «کانتینر» گسترش دهم، با مقاومت در آن مواجه شدم. شرایط محل قرار دادن آن [...] آنها همچنین مرا به مردم پدرم گزارش دادند که گفتند بازار است. جایی است که زنان برای تغذیه کم کم بفروشد نه اینکه یک زن آن را بیوشاند

کل مکان با یک "کانتینر". همین‌طور که ما صحبت می‌کنیم، پرونده هنوز در کاخ رئیس است. - R2

همچنین تصمیم‌گیری به عنوان وظیفه مردان منطقه مورد مطالعه تلقی می‌شود. از این رو، زنان در داخل جامعه معمولاً از تصمیم‌گیری‌های مرتبط محروم می‌شوند. این ناشی از

عوامل تبعیض آمیز	(%)
توزیع نابرابر ثروت (نظام ارث)	۸۵
شناسایی ناکافی کار زنان	۷۵
عدم مشارکت زنان در تصمیم‌گیری	۶۰
محدودیت حرکت زنان	۳۰

منبع: داده‌های میدانی (۲۰۱۷)

جدول II- محدودیت‌های فرهنگی از ماده

این باور (کلیشه جنسیتی) مبنی بر اینکه زنان ضعیف و عاطفی هستند و آن را ندارند. توانایی تصمیم‌گیری‌های حیاتی این تصمیمات گاهی مربوط به این زنان و رفاه آنها حتی تصمیمات زنان برای ورود به کارآفرینی نیز معمولاً است. توسط همسر یا پدرشان (در مورد زنان مجرد) نهایی شده است. اگر تصمیم‌گیرندگان تصمیم بگیرند. در غیر این صورت، زنان باید از نیت خود اشتغالی دست بکشند. از این رو،

حمایت از همسر یک عنصر ضروری برای کارآفرینی زنان پیشرو است. با این حال، اکثر زنان کارآفرین شهادت دادند که زمانی که کسب و کار در حال انجام است، آن‌ها این کار را انجام داده‌اند. کنترل بر آن از نظر تصمیم‌گیری در کسب و کار. R5 و R9 به ترتیب حالت: به نظر می‌رسد فرهنگ ما در اینجا زنان را پست و عقب مانده می‌کند. مثلاً من حرفی ندارم. در مسائل خانواده ام حتی قبل از شروع این کار نیاز داشتم از شوهرم اجازه بگیرم. کسب و کار. به فرض که می‌گفت نه، امروز کجا بودم؟ [...] اینها ناعادلانه هستند

موقعیت‌هایی که در فرهنگ پیدا می‌کنم - R9

بیشتر تصمیمات مربوط به خانه (خانواده) توسط مردان گرفته می‌شود. با این حال، از زمانی که این کار را شروع کردم. کسب و کار من، من تمام تصمیمات تجاری خود را مانند موارد اضافی که می‌خواهم در خود ذخیره کنم، می‌گیرم. فروشگاه من برای راه اندازی کسب و کارم نیازی به شخصیت مرد ندارم. - R5

آزادی این زنان در تصمیم‌گیری در کسب و کار را می‌توان نسبت داد. به عدم علاقه مردان به تجارت در نهایت، زنان، به ویژه متأهل، از نظر فرهنگی موظفند از آنها اجازه بگیرند. همسران قبل از شروع سفر همچنین، زمانی از روز انتظار می‌رود که یک زن باشد. خارج از خانه تنظیم شده است. دور ماندن زنان از آن نامناسب تلقی می‌شود. خانه در ساعاتی خارج از ساعات کاری معمولی که از ساعت ۸ صبح تا ۵ بعد از ظهر است. این محدودیتی در رفت و آمد زنان ایجاد می‌کند. پس از آن، زمان را تعیین می‌کند

بسته شدن محل کار و همچنین مکان‌هایی که برای اهداف تجاری باید از آنها بازدید کرد. از این رو، R3 اظهار تاسف می‌کند:

وقتی به آن نگاه می‌کنید، این زنان هستند که معمولاً بیش از حد تحت فشار قرار می‌گیرند تا با فرهنگ سازگار شوند. مردان. فرهنگ ما برای زنان نامطلوب است. [...] می‌گویند زن متاهل نباید باشد. در ساعاتی از اواخر وقت در خارج از منزل، اما مردان متاهل تا روز بعد در شهر پرسه می‌زنند. در نتیجه، شما حتی احساس ناراحتی می‌کنید که تا دیروقت برای انجام کار خود بمانید، زیرا چنین خواهید شد

یک برچسب منفی داده شده است. - R3

از بحث پیش گفته به دست می‌آید که اگرچه فرهنگ نابدم بسیار است. تبعیض آمیز علیه زنان و تداوم کلیشه‌های جنسیتی نیز بر زنان تأثیر می‌گذارد. جهت‌گیری در مورد عملیات تجاری، زنان هنوز هم یک بار بر سرمایه‌گذاری‌های خود کنترل دارند. آنها شروع شده‌اند.

انگیزه‌های زنان کارآفرین در ولسوالی نبدم، نیاز به تعیین دلایل ایجاد شرکت پاسخ‌دهندگان وجود دارد. منطقه مورد مطالعه این برای این است که مطالعه بتواند اهمیت کلیشه‌های جنسیتی را شناسایی کند. در نیت راه اندازی زنان انگیزه‌های کلیدی ذکر شده توسط هر پاسخگو در استفاده می‌شود

تجزیه و تحلیل (جدول III). انکارناپذیر است، هدف اساسی هر کسب و کار کسب درآمد/سود است. اما فراتر از انگیزه‌های پولی، این مطالعه کشف می‌کند که زنان کارآفرین در نابدم انگیزه منطقه از فقدان تحصیلات، مسائل فرهنگی، تمایل به استفاده از استعداد، صفت ذاتی، و همچنین تشخیص فرصت. برای شروع، برخی از مسائل فرهنگی باعث ایجاد انگیزه در زنان برای کارآفرینی می‌شود. اینها پوشش می‌دهند. ترس یا اثرات برخی از اعمال فرهنگی. به عنوان مثال، ترس از مراسم بیهوش شدن، توزیع نابرابر ثروت و بارهای بسیاری از آیین‌های سنتی شناسایی شده است. به عنوان عوامل فرهنگی که زنان را برای شروع سرمایه‌گذاری ترغیب می‌کند. در منطقه مورد مطالعه، زنان بیهوش هستند. وظیفه انتخاب مردی از خویشاوندان شوهر متوفی. هدف از این است که فرهنگ و جنسیت و کلیشه‌ها در زنان تنها یک دهم از پاسخ‌دهندگان یک عامل انگیزشی درونی مانند ویژگی‌های ذاتی را ذکر می‌کنند.

می‌توان نتیجه گرفت که کلیشه‌های جنسیتی مردم عمدتاً به جای «کشیدن» «فشار» هستند. زنان وارد کارآفرینی شوند و در نتیجه زنان نیاز محور بیشتری پرورش دهند کارآفرینان ارزیابی کلیشه‌های جنسیتی و کارآفرینی زنان در منطقه نبدم جوامع سنتی با کلیشه‌های جنسیتی مشخص می‌شوند که در آن صفات خاصی انتظار می‌رود. از مردان و زنان این بخش به بررسی کلیشه‌های جنسیتی در منطقه نبدم می‌پردازد. چگونه بر کارآفرینی زنان تأثیر می‌گذارد. همانطور که همه پاسخ‌دهندگان اشاره کردند، نابدم جامعه از کلیشه‌های جنسیتی در رابطه با کارآفرینی مستثنی نیست. کارآفرینی موفق به عنوان یک پیگیری مردانه تلقی می‌شود زیرا شامل زمان، فیزیکی و

قدرت عاطفی، مدیریت مالی، و توانایی ریسک‌پذیری زنان در منطقه مورد مطالعه کمبود درک شده است. پاسخ‌دهندگان به این تحقیق بیان کردند که به دلیل جنسیت کلیشه‌های موجود در منطقه، عمل کارآفرینی که به عنوان یک فعالیت پول‌جویی تلقی می‌شود. باید توسط مردان تعقیب شود از زنان انتظار می‌رود آرام، راضی و متمرکز بر خانه باشند. و نه کارآفرینی در حمایت از گفتمان فوق، R7 نشان می‌دهد:

خب، پدرشوهرم و شوهرم به تجارت من اعتراض کردند. آنها گفتند. دنبال پول برای زنان نیست دعوا بود و خسته کننده بود [...] راستش به یک رسید. نقطه من تقریباً تسلیم شد. به طور مشابه، R11 بیان می‌کند: «ذهنیت مردم اینجا این است که یک زن تاجر موفق است

از طریق وودو یا جادوگری به آن دست یافت. Entin [...] این زنان هستند که می شنوید متهم به استفاده از آن برای رونق کسب و کار. آنها هرگز چنین درباره صاحبان مشاغل مرد صحبت نمی کنند». R18 می افزاید که «آنها ما را زانی می دانند که به داشته های خود راضی نیستند. می بینی، از ما انتظار نمی رود که عاشق ثروت باشیم. به همین دلیل است که اغلب جملاتی مانند «الف» را می شنوید.

(%)	دلیل
۵۰	توانایی
۴۰	عرف
۱۰	مقدار سرمایه

منبع(داده های میدانی)- جدول IV

دلایل برای فعالیت در کسب و کار مربوطه بخش ها که توانایی محدودی از نظر مهارت های مدیریت کسب و کار، زمان و تلاش دارند. رای راه اندازی کسب و کارها در برخی از بخش هایی که آنها فعالیت در آنها را دشوار می دانند، مورد نیاز است. تشخیص داد که، کلیشه های جنسیتی در منطقه مورد مطالعه بر نحوه نگاه زنان تأثیر داشته است. خود و آنچه می توانند در عرصه کارآفرینی به دست آورند. زیرا کارآفرینی (عمل پول سازی) با مردان ارتباط مثبتی داشته است. زنان در ولسوالی، زنان درک می کنند که آنچه لازم است برای مشارکت جدی ندارند. در کارآفرینی موفق یا درگیر شدن در مشاغل در برخی از بخش هایی که نیاز به ارزش دارند. علاوه بر این. برای برجسته کردن این ادعا، گزیده ای از مصاحبه با R11 ارائه می شود:

R11: "من یک زن هستم. برخی از مشاغل مصرف کننده انرژی وجود دارند که نمی توانم در آنها شرکت کنم.. مصاحبه کننده: "مثل کدام؟"

R11: «مثل فروش دام و حتی تجارتی که مردان به توگو سفر می کنند. برای فروش موتور سیکلت بیاورید نمیتونم انجامش بدم. بنابراین بهترین گزینه برای من این بود که این غذا را انجام دهم. کسب و کار."

مصاحبه کننده: "اما فکر می کنید نمی توانید این مشاغل را انجام دهید."

R11: «برخی از آنها قدرت بدنی دارند. مثل اونایی که گفتم خخخخخ [...]»

که فکر می کنم فاقد آن هستم. علاوه بر این، حتی یک نوع تجارت زنان در اینجا نیست. از من روزهای کودکی تا به حال ندیده ام که هیچ زنی در چنین مشاغلی شرکت کند. بنابراین من می توانستم احتمالاً نگفتم که در آن شرکت خواهم کرد». همچنین مشاهده شده است که استخراج طلا و تجارت طلا در حال حاضر تجارت پرستایی است که ادامه دارد. در منطقه به دلیل ظهور معدن در مقیاس کوچک، افسوس که هیچ زنی در این کار دخالت ندارد. تجارت به دلیل این ایده که، آن نوع تجارت برای زنان نیست و زنان فاقد آن هستند. دانش و مهارت برای مشارکت در آن. از روی کنجکاو، این مطالعه جویا شد که چرا زنان چنین نیستند

در تجارت طلا R4 در پاسخ می گوید: علاوه بر این، ۴۰ درصد از پاسخ دهندگان نشان می دهند که تصمیم آنها برای فعالیت در برخی از مشاغل است. این امر به این دلیل است که برای زنانی که در تجارت سرمایه گذاری می کنند، یک امر عادی است. فعالیت ها. بنابراین به نظر می رسد زنان کارآفرین در منطقه مورد مطالعه ایجاد کرده اند.

در برخی از بخش‌ها که در جامعه به خوبی شناخته شده‌اند، جایگاه ویژه‌ای برای خود دارند. هنجار از زنانی که در مشاغل خاص شرکت می‌کنند را می‌توان با کلیشه‌های جنسیتی در منطقه مرتبط کرد. از زنان انتظار می‌رود که به دلیل کلیشه‌ای بودن، جنسیت «ضعیف‌تر» باشند که در برخی موارد شرکت کنند. فعالیت‌های تجاری از این رو، زنانی که به فضای کارآفرینی می‌پیوندند ترجیح می‌دهند به فضای کارآفرینی بپیوندند.

همکاران در این بخش‌ها نسبت به سرمایه‌گذاری در بخش "ناشناخته". در همین راستا، R1 می‌گوید: اینها همان مشاغلی است که زنان در اینجا انجام می‌دهند. اگر خوش شانس بودید که داشتید. یک حرفه را یاد گرفتید، سپس به آرایشگری یا خیاطی می‌روید. در هر صورت، شما درگیر می‌شوید. خرده‌فروشی، کسب و کار کیت‌رینگ یا دیگران. در نهایت، تنها دو نفر از پاسخ‌دهندگان، انتخاب بخش کسب‌وکار را به ناتوانی در افزایش شغل مرتبط می‌دانند. سرمایه کافی یا کمبود آن آنها بر این باورند که برای فعالیت در برخی از بخش‌ها، نیاز است. مقداری سرمایه داشته باشد بنابراین، ناتوانی در افزایش سرمایه تا حد معینی مجبور است. آنها بخش‌هایی را انتخاب می‌کنند که بدون سرمایه زیاد نفوذ آسان‌تر است. با توجه به این R5 نشان می‌دهد. من می‌خواستم یک کسب و کار راه اندازی کنم زیرا از بیکاری در خانه خوشم نمی‌آمد. اما من نداشتیم. سرمایه، پایتخت. خوشبختانه خواهر شوهرم که در "کوماسی" است مبلغ ۱۵۰ غنا سدی برای من فرستاد.

بنابراین، من فکر کردم که این پول برای شروع کسب و کار و ایده این فرنی کافی است. تجارت به دهنم آمد اگرچه من همیشه آرزو داشتم که یک "ظروف" برای فروش آذوقه داشته باشم، مطمئناً آن ۱۵۰ سدی غنا نمی‌توانستند آن را برآورده کنند. این مطالعه بیشتر از پاسخ‌دهندگان در مورد تأثیراتی که کلیشه جنسیتی بر آن داشته است می‌پرسد آنها و سرمایه‌گذاری‌های آنها در پاسخ، حدود ۹۰ درصد آنها مشخص می‌کنند که منفی است. سرمایه‌گذاری آنها را تحت تأثیر قرار می‌دهد، در حالی که باقی مانده اندکی بیش از یک دهم نظر دارند که می‌توانند. آن را اداره کند. تا حد زیادی، پاسخ‌دهندگان نشان می‌دهند که وجود کلیشه‌های جنسیتی دارد. بر اندازه کسب و کاری که می‌خواهند فعالیت کنند تأثیر می‌گذارد. همچنین استنباط شد که وجود کلیشه‌های جنسیتی با توجه به پیگیری کارآفرینی تمایل به ایجاد زنان تصمیمات خود را لغو می‌کنند تا کارآفرین شوند.

برای مثال:

R7 می‌گوید: "بله، اما با من این مراحل راه اندازی بود. تقریباً تصمیم گرفتم که شروع نکنم تجارت دیگر به دلیل مخالفت‌هایی که در خانه با آن مواجه شدم. تصمیم گرفتم از کوچک شروع کنم. و در حال حاضر، من در حال انجام کار خود هستم. R11 می‌افزاید: "خب، من اهمیتی نمی‌دهم زیرا می‌دانم که از آن چه چیزی به دست می‌آورم، اگرچه گاهی اوقات دریافت می‌کنم. با شنیدن چنین نظراتی نگران شدم." بنابراین، مطالعه نشان می‌دهد که زنان کارآفرین از نظر روانی هستند. تحت تأثیر این کلیشه‌های جنسیتی قرار می‌گیرند و این امر باعث می‌شود تا کسب‌وکارهای کوچک را در آن راه اندازی کنند.

فعالیت‌های کم ارزش افزوده برای حفظ وضعیت موجود. از این رو، نظریه تهدید کلیشه‌ای وجود دارد. در زمینه مطالعه بحث این مطالعه به دنبال بررسی نقش کلیشه‌های جنسیتی در سفر کارآفرینی است. زنان کارآفرین در ولسوالی نبدم. در مجموع، این مطالعه از وجود کلیشه‌های جنسیتی که در فرهنگ نابدام به میزان بیشتری بر آن تأثیر می‌گذارد زنان برای کارآفرینی این مطالعه نشان می‌دهد که فرهنگ نابدام به عنوان یک "فشار" عمل می‌کند. عامل انگیزشی برای کارآفرینی زنان برای شروع، ناتوانی زنان به دست آوردن ارث و مالکیت زمین، سطح فقر

زنان را افزایش می‌دهد. این نیاز به رهایی مالی را ایجاد می‌کند و منجر به انتخاب کارآفرینی به عنوان وسیله می‌شود.

کاهش این سطوح فقر همچنین ترس از مناسک بیوه شدن که غالب است. عمل فرهنگی در بیشتر فرهنگ‌های جنوب صحرای آفریقا یک عامل انگیزشی کلیدی برای زنان است. کارآفرینی. همانطور که پاسخ دهندگان مشاهده کردند، زنانی که توانایی مالی و می‌توانند توانایی مراقبت از خود و فرزندانشان را معمولاً نشان دهند. مجبور به انجام برخی از سنت‌های مربوط به بیوه شدن. برای رسیدن به توانایی مالی و با فرار از این سنت، برخی از زنان کارآفرینی را انتخاب کردند. اگرچه اکثر مطالعات عوامل انگیزشی ناشی از شرایط منفی مانند درآمد کم را شناسایی کنید. نارضایتی شغلی، ساعات کاری سخت و همچنین کمبود فرصت‌های شغلی (رایبسون، ۲۰۰۱)، نارضایتی از مسائل سازمانی مانند عدم انعطاف‌پذیری (جمالی، ۱۳۸۸)، مسائل جمعیتی مانند نرخ شهرنشینی، رشد جمعیت، ساختار سنی و نرخ بیکاری (ورهل و همکاران، ۲۰۰۶)، این مطالعه یک فشار انگیزشی مرتبط اضافه می‌کند.

عامل موثر در کارآفرینی زنان یافته‌ها منعکس‌کننده نظرات باگن و همکاران است. (۲۰۰۶) که نشان می‌دهد ارزش‌ها و باورهای فرهنگی حاوی نابرابری جنسیتی یک فشار است. عامل انگیزشی برای کارآفرینی زنان با این حال، یافته‌های مطالعه هستند. برخلاف فلسفه مشروعیت/تایید اجتماعی که توضیح می‌دهد که مردم هستند. زمانی که فرهنگ کشور/جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنند به نمایش گذاشته شود، وارد کارآفرینی می‌شوند. قانونی سازی بالا و حمایت از کارآفرینی و در نتیجه افزایش کارآفرینی رویدادها (اتزیونی، ۱۹۸۷). اگرچه به نظر می‌رسد فرهنگ نابدام مشارکت در آن را محدود می‌کند. کارآفرینی، همچنان زنان را به سمت کارآفرینی سوق می‌دهد. کلیشه‌های جنسیتی به مشکلات مالی نسبی زنان در جوامع کمک می‌کند. به این سختی را به حداقل برسانید، این زنان مجبور به کارآفرینی می‌شوند. که مثبت است آئی تی بنابراین می‌توان گفت که کلیشه‌های جنسیتی بیشتر زنان ضرورت‌محور را پرورش می‌دهد کارآفرینان نسبت به کارآفرینان فرصت‌محور. از سوی دیگر، کلیشه‌های جنسیتی از شانس زنان کارآفرین برای موفقیت در کارآفرینی جلوگیری می‌کند.

سرمایه‌گذاری در بخش‌هایی که با آنها آشنایی ندارند و کسب و کارهای بزرگتری را اداره می‌کنند. به احتمال زیاد سود بیشتری به همراه خواهد داشت. آنها را سرکوب می‌کند و آنها را درک می‌کند که فقط هستند. قادر به راه اندازی مشاغل هستند که ماهیت کوچکی دارند و در بخشی از آن هستند. برای زنان شناخته شده اند. از این رو، تر "کم کارایی کسب و کار زنان" می‌تواند به عنوان نتیجه فرهنگ و کلیشه‌های جنسیتی است تا مدیریتی، مالی، عاطفی و ناتوانی جسمی زنان کارآفرین پیامدهای سیاست بر اساس یافته‌های این مطالعه، نیاز به رویکردی یکپارچه برای تقویت کارآفرینی زنان که ساختارهای فرهنگی غالب را کاهش نمی‌دهد. و ناهمواری جنسیتی در جوامع به عنوان مثال، در رابطه با دولت غنا

برنامه‌های تصدی روستایی، برنامه‌ها یا مدل‌های ویژه مختص زنان می‌تواند باشد. ایجاد شد و هدف این برنامه‌ها قادر ساختن زنان به شکستن وضعیت موجود است. فعالیت در بخش‌های کم سود و کم ارزش با ارائه آموزش در بخش‌های بیشتر بخش‌های چالش برانگیز برای تجهیز آنها برای مشارکت در آن بخش‌ها. باز هم سیاست عمومی همچنین می‌تواند با هدف حمایت از گسترش مشاغل زنان از طریق ظرفیت باشد

ایجاد و افزایش دسترسی زنان به سرمایه. محدودیت‌های مطالعه این تحقیق از نظر دامنه محدود است. ابتدا فقط منطقه نبدم به عنوان منطقه مورد مطالعه استفاده شد. بنابراین، مشخص نیست که آیا این یافته‌ها برای منطقه شرق بالایی غنا قابل اجرا هستند یا خیر.

به طور کلی با وجود گروه‌های قومی مختلف (مانند گورن‌ها، کوساسی، تالسیس‌ها و نادام‌ها) در منطقه به نظر می‌رسد فرهنگ‌های مشابهی دارند. توصیه‌ها/راهنمایی برای تحقیقات آتی این مطالعه به محققانی که قصد تحقیق در این زمینه تحقیقاتی را دارند توصیه می‌کند. آینده می‌تواند دامنه مطالعه را با گنجانیدن سایر ولسوالی‌ها به ویژه در داخل گسترش دهد. همان منطقه همچنین می‌توان مطالعه‌ای انجام داد تا مشخص شود که چگونه دیگر جنبه‌های فرهنگ چنین است. همانطور که مذهب و تابوها از جمله بر کارآفرینی زنان تأثیر می‌گذارد. در نهایت، یک مقایسه مطالعه‌ای می‌تواند برای تعیین تأثیرات متفاوت کلیشه‌های جنسیتی بر مردان و کارآفرینان زن از زمان مطالعات نشان داده‌اند که سرمایه‌گذاری‌های مردانه و زنانه با آن روبرو هستند.

محدودیت‌های متفاوتی که یکی از آنها کلیشه‌های فرهنگ/جنسیت است. همچنین، مطالعات بیشتر می‌تواند به صورت کمی انجام شود تا میزان تأثیرگذاری موضوعات شناسایی شده را اندازه‌گیری کند. اندازه و رشد کارآفرینی زنان در منطقه.

منابع

- ✓ ادوم، ک (۲۰۱۴)، «فراتر از تز حاشیه نشینی، بررسی انگیزه‌های غیررسمی کارآفرینان در جنوب صحرای آفریقا: بینش از غنا، مجله بین‌المللی کارآفرینی و نوآوری، جلد ۱۵ شماره ۲، صص ۱۱۳-۱۲۵.
- ✓ ادوم، ک (۱۳۹۴)، «شناخت سهم کارآفرینان زن در توسعه اقتصادی در آفریقای زیر صحرای: برخی شواهد از غنا، مجله توسعه کارآفرینی، جلد ۲۰ شماره ۱، صص ۱۵۵۰۰۳.
- ✓ K. Adom و I. Asare-Yeboah (2016)، "ارزیابی نظریه سرمایه انسانی و زن کارآفرینی در جنوب صحرای آفریقا: برخی شواهد از غنا، مجله بین‌المللی جنسیت و کارآفرینی، جلد ۸ شماره ۴.
- ✓ اهل، ح (۲۰۰۶)، "چرا تحقیق در مورد زنان کارآفرین به جهت‌گیری‌های جدید نیاز دارد"، کارآفرینی نظریه و عمل، جلد ۳۰ شماره ۵، صص ۵۹۵-۶۲۱.
- ✓ آکهورست، جی.، سیمارو، ای. و ماس تور، ا. (۲۰۱۲)، «کارآفرینی زنان در شرکت‌های خدماتی کوچک: انگیزه‌ها، موانع و عملکرد»، مجله صنایع خدمات، جلد ۳۲ شماره ۱۵، صص ۲۴۸۹-۲۵۰۵.
- ✓ G. Anambane و K. Adom (2018)، "بررسی نقش فرهنگ در کارآفرینی زنان در جامعه معاصر جنوب صحرای: بینش‌هایی از ناحیه نابادام غنا، مجله کارآفرینی توسعه‌ای، جلد ۲۳ شماره ۳، صص ۱-۱۷.
- ✓ V. Ramadani, B.S., Luturlean, G., Anggadwita و V. Ratten (2017)، "محیط‌های اجتماعی-فرهنگی و کارآفرینی اقتصاد در حال ظهور: زنان کارآفرین در اندونزی، مجله کارآفرینی در اقتصادهای نوظهور، جلد ۹ شماره ۱، صص ۸۵-۹۶.
- ✓ اشمور، آر. دی و دل بوکا، اف. (۱۹۷۹)، "کلیشه‌های جنسی و نظریه شخصیت ضمنی: به سمت الف مفهوم‌سازی روان‌شناختی-اجتماعی، نقش‌های جنسی، جلد ۵ شماره ۲، صص ۲۴۸-۲۱۹.

- ✓ بیکر، تی، آلد ریچ، اچ و لیو، ن (۱۹۹۷)، «کارآفرینان نامرئی: غفلت از کسب و کار زنان صاحبان رسانه های جمعی و مجلات علمی در ایالات متحده آمریکا، کارآفرینی و منطقه ای توسعه، جلد ۹ شماره ۳، صص ۲۲۱-۲۳۸.
- ✓ بارون، G.D، Markman.R.A. و Hirsman.A. (2001)، "ادراکات زنان و مردان به عنوان کارآفرین: شواهدی برای اثرات افتراقی افزایش اسنادی، مجله روانشناسی کاربردی، جلد ۸۶ شماره ۵، ص. ۹۲۳.
- ✓ K.E. (2006).Neupert و B. Chua. C..Baughn، "زمینه هنجاری برای مشارکت زنان در کارآفرینی: مطالعه چند کشوری، نظریه و عمل کارآفرینی، جلد ۳۰ شماره ۵، صص ۶۸۷-۷۰۸.
- ✓ برد، بی و براش، سی (۲۰۰۲)، "دیدگاه جنسیتی در ایجاد سازمان"، کارآفرینی نظریه و عمل، جلد ۲۶ شماره ۳، صص ۴۱-۶۵.
- ✓ بوون، جی.ای. (۲۰۰۸)، "پژوهش طبیعت گرایانه و مفهوم اشباع: یک یادداشت پژوهشی"، کیفی تحقیق، جلد ۸ شماره ۱، صص ۱۳۷-۱۵۲.
- ✓ برونی، آ.، گراردی، اس. و پوجیو، ب. (۲۰۰۴)، «کارآفرین-ذهنیت، جنسیت و مطالعه زنان کارآفرین»، مجله مدیریت تغییر سازمانی، جلد ۱۷ شماره ۳، صص ۲۵۶-۲۶۸.
- ✓ برانش، سی.جی. (۲۰۰۶)، "زنان کارآفرین: مروری بر پژوهش"، در N. Wadeson، A.C..Basu و Yeung، B. (Eds), The Oxford Handbook of Entrepreneurship انتشارات دانشگاه آکسفورد، آکسفورد
- ✓ G(1392).Acheampong و N. Asempe. S.Buame، «کاوش در مهارت ها، دانش و نگرش کارآفرینان زن موفق در غنا، نامه های مدیریت علم، جلد ۳ شماره ۲، صص ۳۹۵-۴۰۴.
- ✓ کارتر، اس و مارلو، اس (۲۰۰۷)، "کارآفرینی زنان: دیدگاه های نظری و تجربی شواهد و مدارک". کوهن، پ.ن. و هافمن، ام.ال. (۲۰۰۳)، «تفکیک شغلی و کاهش ارزش کار زنان در سراسر بازارهای کار ایالات متحده، نیروهای اجتماعی، جلد ۸۱ شماره ۳، صص ۸۸۱-۹۰۸.
- ✓ کرزول، جی دلیو. (۱۹۹۸)، "تحقیق کیفی و طراحی تحقیق: انتخاب از میان پنج سنت"، هزار اوکس، لندن.
- ✓ U(2009)، R. and Gneezy، Croson، "تفاوت های جنسیتی در ترجیحات"، مجله ادبیات اقتصادی، جلد ۴۷ شماره ۲، صص ۴۴۸-۴۷۴.
- ✓ دیویس، پی.جی.، اسپنسر، اس.جی. و استیل، سی.ام. (۲۰۰۵)، "پاکسازی هوا: ایمنی هویت اثرات را تعدیل می کند تهدید کلیشه ای بر آرمان های رهبری زنان، مجله شخصیت و اجتماعی روانشناسی، جلد ۸۸ شماره ۲، ص. ۲۷۶..
- ✓ داوسون، سی و هنلی، ا. (۲۰۱۵)، "جنسیت، ریسک، و اهداف ایجاد ریسک"، مجله کوچک مدیریت بازرگانی، جلد ۵۳ شماره ۲، صص ۵۰۱-۵۱۵.
- ✓ دلا گیوستا، ام و فیلیپس، سی (۲۰۰۶)، "زنان کارآفرین در گامبیا: چالش ها و فرصت ها، مجله توسعه بین المللی، جلد ۱۸ شماره ۸، صص ۱۰۵۱-۱۰۶۴.
- ✓ S. (2014).Poggesi و M. Mari، L.De Vita، "زنان کارآفرین در واز کشورهای در حال توسعه: شواهدی از ادبیات"، مجله مدیریت اروپایی، جلد ۳۲ شماره ۳، صص ۴۵۱-۴۶۰.

- ✓ دزیسی، س (۲۰۰۸)، "فعالیت‌های کارآفرینی زنان بومی آفریقا: موردی از غنا"، مجله جوامع کارآفرین: مردم و مکان‌ها در اقتصاد جهانی، جلد ۲، شماره ۳، صص ۲۵۴-۲۶۴.
- ✓ Etzioni, A. (1987). "کارآفرینی، سازگاری و مشروعیت: دیدگاه کلان رفتاری"، مجله رفتار و سازمان اقتصادی، جلد ۸، شماره ۲، صص ۱۷۵-۱۸۹.
- ✓ فیصل، F. Jabeen, M.N. و M.I. (2017). «مداخلات استراتژیک برای بهبود زنان کارآفرینی در کشورهای شورای همکاری خلیج فارس: رویکرد مدل‌سازی رابطه»، مجله کارآفرینی در اقتصادهای نوظهور، جلد ۹، شماره ۲، صص ۱۶۱-۱۸۰.
- ✓ فی، ام و ویلیامز، ال (۱۹۹۳)، "سوگیری جنسیتی و در دسترس بودن وام‌های تجاری"، مجله Business Venturing، جلد ۸، شماره ۴، صص ۳۶۳-۳۷۶.
- ✓ Xu, J. (2018). P. Glick, A.J., Cuddy, S.T., Fiske (ترکیبی): شایستگی و گرمی به ترتیب از وضعیت درک شده و رقابت (۲۰۰۲) پیروی می‌کنند. شناخت اجتماعی، راتلج، صص ۱۷۱-۲۲۲.
- ✓ Freytag, A. and Thurik, R. (2007). "کارآفرینی و عوامل تعیین‌کننده آن در یک محیط بین کشوری"، مجله اقتصاد تکاملی، جلد ۱۷، شماره ۲، صص ۱۱۷-۱۳۱.
- ✓ سرویس آماری غنا (۲۰۱۴)، "سرشماری نفوس و مسکن ۲۰۱۰: گزارش تحلیلی منطقه". آکرا، موجود در: www.statsghana.gov.gh/docfiles/2010_District_Report/Upper%20East/NABDAM.pdf (دسترسی در ۶ نوامبر ۲۰۱۷).
- ✓ جهانی کارآفرینی مانیتور (GEM) (2012)، "گزارش زنان"، قابل دسترسی در: www.unirazak.edu.my/images/about/GEM_2012_Womens_Report.pdf (دسترسی در ۳ اوت ۲۰۱۶).
- ✓ Goyal, P. and Yadav, V. (2014). "زن بودن یا نبودن کارآفرین در یک کشور در حال توسعه" مسائل روانی جامعه شناختی در مدیریت منابع انسانی، جلد ۲، شماره ۲، صص ۶۸-۷۸.
- ✓ گرین، پی. جی.، هارت، ام. ام.، گیتوود، ای. جی.، براش، سی. جی. و کارتر، N.M. (2003). "زنان کارآفرین: حرکت جلو و مرکز: مروری بر تحقیق و نظریه"، سری کاغذ سفید، ایالات متحده انجمن کسب و کار کوچک و کارآفرینی، بوکا راتون، فلوریدا.
- ✓ M. (2002). M. and Posig, Ben-Yoseph, L.K., Gundry "وضعیت کارآفرینی زنان: مسیرهای توسعه و آموزش کارآفرینی آینده"، مجله نیوانگلند کارآفرینی، جلد ۵، شماره ۱، صص ۴-۷.
- ✓ N.M. (2007). V.K. و باوه، "تأثیر شخصیت فعال و تهدید کلیشه‌ای بر نیت کارآفرینی زنان"، مجله مطالعات رهبری و سازمانی، جلد ۱۳، شماره ۴، صص ۷۳-۸۵.
- ✓ V.K. و توربان، د. ب. (۲۰۱۲)، "ارزیابی ایده‌های کسب و کار جدید: آیا کلیشه‌های جنسیتی بازی می‌کنند نقش؟"، مجله مسائل مدیریتی، صص ۱۴۰-۱۵۶.
- ✓ وی. ک.، توربان، دی. بی. و Pareek, A. (2013). "تفاوت بین مردان و زنان در فرصت ارزیابی به عنوان تابعی از کلیشه‌های جنسیتی و فعال‌سازی کلیشه‌ها، کارآفرینی نظریه و عمل، جلد ۳۷، شماره ۴، صص ۷۷۱-۷۸۸.

- ✓ گوپتا، V.K.، ویلند، A.M. و توربان، د.ب. (۲۰۱۹)، "ویژگی‌های جنسیتی در کارآفرینی: الف بررسی چند سطحی کلیشه‌های نقش جنسی در مورد رشد بالا، تجاری و اجتماعی کارآفرینان"، مجله مدیریت کسب و کار کوچک، جلد. ۵۷ شماره ۱، صص ۱۳۱-۱۵۳.
- ✓ گوپتا، V.K.، توربان، D.B.، آرزو وستی، S. و Sikdar, A. (2009)، "نقش کلیشه‌های جنسیتی در ادراکات کارآفرینان و قصد کارآفرین شدن، کارآفرینی نظریه و عمل، جلد. ۳۳ شماره ۲، صص ۳۹۷-۴۱۷.
- ✓ هالوارد-دریمایر، ام (۲۰۱۳)، زنان کارآفرین: گسترش فرصت‌های اقتصادی در آفریقا، انتشارات بانک جهانی. هانسون، اس. و بلیک، ام. (۲۰۰۴)، "تغییر جنسیت کارآفرینی: همراهی با فمینیستی جغرافیا"، صص ۱۷۹-۱۹۳.
- ✓ هیلمن، M.E. (2001)، "توصیف و نسخه: چگونه کلیشه‌های جنسیتی از صعود زنان جلوگیری می‌کند. بالا رفتن از نردبان سازمانی، مجله مسائل اجتماعی، جلد. ۵۷ شماره ۴، صص ۶۵۷-۶۷۴.
- ✓ J.J., M.E., and Chen, Heilman (2003)، "کارآفرینی به عنوان یک راه حل: جذابیت خوداشتغالی برای زنان و اقلیت‌ها"، بررسی مدیریت منابع انسانی، جلد. ۱۳ شماره ۲، صص ۳۴۷-۳۶۴.
- ✓ هویت، سی.ال. و مورفی، S.E. (2016)، "مدیریت برای پاک کردن هوا: تهدید کلیشه‌ای، زنان، و رهبری"، فصلنامه رهبری، جلد. ۲۷ شماره ۳، صص ۳۸۷-۳۹۹.
- ✓ هیوز، آ (۲۰۰۳)، انتقال دانش، کارآفرینی و رشد اقتصادی: برخی بازتاب‌ها و مفاهیم سیاست در هلند، مرکز تحقیقات بازرگانی ESRC، دانشگاه کمبریج اینگلهارت، آر (۱۹۹۷)، نوسازی و پسامدرنیزاسیون: تغییرات فرهنگی، اقتصادی و سیاسی در ۴۳ انجمن، انتشارات دانشگاه پرینستون.
- ✓ ایثانی، ح.، سیدانی، ی.م. و Baalbaki, I. (2011)، "کارآفرینان زن امارات متحده عربی: انگیزه‌ها و سرخوردگی‌ها، برابری، تنوع و شمول: مجله بین‌المللی، جلد. ۳۰ شماره ۵، صص ۴۰۹-۴۲۴.
- ✓ جمالی، د (۲۰۰۹)، "محدودیت‌ها و فرصت‌های پیش روی زنان کارآفرین در کشورهای در حال توسعه: الف دیدگاه رابطه‌ای، جنسیت در مدیریت: مجله بین‌المللی، جلد. ۲۴ شماره ۴، صص ۲۳۲-۲۵۱.
- ✓ M.L., Maznevski, K., Jonsen (2010)، S.C.، "تفاوت‌های جنسیتی در رهبری باور است دیدن: مفاهیم برای مدیریت تنوع"، برابری، تنوع و شمول: یک بین‌المللی‌مجله، جلد. ۲۹ شماره ۶، صص ۵۴۹-۵۷۲.
- ✓ Knorr, H. (2011)، "از مدیریت ارشد تا کارآفرینی: حرکت بعدی زنان؟"، بین‌المللی مجله نیروی انسانی، جلد. ۳۲ شماره ۱، صص ۹۹-۱۱۶.
- ✓ K.Loscocco. و پرنده، S.R. (2012)، "مسیرهای جنسیتی: چرا زنان در مشاغل کوچک از مردان عقب می‌مانند موفقیت، کار و مشاغل، جلد. ۳۹ شماره ۲، صص ۱۸۳-۲۱۹.
- ✓ N.O.، و گالات، ام (۲۰۱۲)، "سکوت شکسته: تفسیری بر کارآفرینی زنان در امارات متحده عربی، مجله بین‌المللی کارآفرینی و نوآوری، جلد. ۱۳ شماره ۲، صص ۸۱-۹۲.
- ✓ مالاک، پی، لرنر، ای.ام. و شوارتز، دی (۲۰۱۰)، "تفاوت‌های جنسیتی در کارآفرینی: برابری، تنوع و شمول در زمان بحران جهانی، برابری، تنوع و شمول: یک مجله بین‌المللی، جلد. ۲۹ شماره ۲، صص ۱۸۶-۱۹۸.

- ✓ Manjunatha, K. (2013). "مشکلات کارآفرینی زنان روستایی"، مجله تجارت و مدیریت، جلد ۱۴ شماره ۴، ص ۱۸-۲۱.
- ✓ مارلو، اس (۲۰۰۲)، "زنان و خوداشتغالی: بخشی از ساختار نظری یا جدا از آن؟"، مجله بین المللی کارآفرینی و نوآوری، جلد ۳ شماره ۲، صص ۸۳-۹۱.
- ✓ مارشال، M.N. (1375)، "نمونه گیری برای تحقیقات کیفی"، تمرین خانواده، ش. ۱۳ شماره ۶، صص ۵۲۲-۵۲۶.
- ✓ مکس، اس و بالرو، وی (۲۰۱۳)، "نظریه پردازی در مورد جنسیت و کارآفرینی: پل زدن شکاف با روانشناسی اجتماعی"، مجله بین المللی جنسیت و کارآفرینی، جلد ۵ شماره ۱، صص ۹۷-۱۱۰.
- ✓ Meyer, V., Tegtmeier, S. and Pakura, S (2017)، "بازبینی: چگونه کلیشه های نقش جنسیتی بر تصویر تاثیر می گذارد، کارآفرینان در میان بزرگسالان جوان، مجله بین المللی جنسیت و کارآفرینی، جلد ۹ شماره ۴، صص ۳۱۹-۳۳۷.
- ✓ Minarcine, S. and Shaw, C. (2016)، "انگیزه های کارآفرینی"، مجله بین المللی دنیای تجارت آکادمیک، جلد ۱۰ شماره ۲.
- ✓ مورس، جی ام (۱۹۹۴)، "طراحی تحقیقات کیفی تامین شده"، مورس، ام، جانیس، ام، بارت، م، مایان، ام، اولسون، کی و اسپایر، جی (۲۰۰۲)، "راهبردهای تایید برای ایجاد پایایی و اعتبار در تحقیقات کیفی، مجله بین المللی کیفی روشها، جلد ۱ شماره ۲، صص ۱۳-۲۲.
- ✓ ولش، دی، مملی، ای. و کاسیاک، ای. (۲۰۱۶)، "تحلیلی تجربی از تاثیر اخلاق خانواده حمایت از زنان کارآفرین ترکیه، مجله نوآوری و دانش، شماره ۱، ص ۳-۱۲.
- ✓ R.E. (2001).Petty و S.C.Wheeler، "اثرات فعال سازی کلیشه بر رفتار: مروری بر مکانیسم های ممکن"، بولتن روانشناسی، جلد ۱۲۷ شماره ۶، ص. ۷۹۷.
- ✓ ویلیامز، جی ای و بست، دی.ال. (۱۹۹۰)، اندازه گیری کلیشه های جنسی: مطالعه چند ملیتی، ریو، سیج انتشارات.
- ✓ مانیفست زنان برای غنا (۲۰۰۴)، موجود در: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/ghana/02983> Pdf (دسترسی در ۲۱ فوریه ۲۰۱۷).
- ✓ Yadav, V. and Unni, J. (2016)، "کارآفرینی زنان: بررسی تحقیق و جهت گیری های آینده"، مجله تحقیقات جهانی کارآفرینی، جلد ۶ شماره ۱، ص. ۱۲.
- ✓ بین، آر.ک. (۲۰۰۳)، طرح و روش تحقیق مطالعه موردی، انتشارات سیج، جلد ۵، بین، آر.ک. (۲۰۰۹)، طرح و روش تحقیق مطالعه موردی، ویرایش چهارم، انتشارات سیج، لندن. بیشتر خواندن
- ✓ کوهن، پ.ن. و هافمن، ام.ال. (۲۰۰۷)، «برای زن کار می کنی؟ مدیران زن و جنسیت شکاف دستمزد، بررسی جامعه‌شناسی آمریکایی، جلد ۷۲ شماره ۵، صص ۶۸۱-۷۰۴.
- ✓ جهانی کارآفرینی مانیتور ((GEM) (2015)، "گزارش زنان"، موجود در: <http://gemconsortium.org/report/49281> (دسترسی در ۱۷ ژانویه ۲۰۱۷).