Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

aware
Supporting Women in Agri-Food

RAPORT Z BADAŃ

POSTRZEGANIE PROGRAMÓW MENTORSKICH PRZEZ KOBIETY-PRZEDSIĘBIORCÓW ROLNO-SPOŻYWCZYCH

ATU
AGRICOLTORI ITALIANI TOSCANA
University of Bedfordshire
macra
Your club, your people
Europe

SPIS TREŚCI

01 STRESZCZENIE

02 WPROWADZENIE

03 METODOLOGIA

04 WNIOSKI

05 DYSKUSJA

06 OGRANICZENIA BADAŃ

07 IMPLIKACJE PRAKTYCZNE

08 WNIOSKI

09 FINANSOWANIE

10 BIBLIOGRAFIA

STRESZCZENIE 01

CEL

Celem niniejszego badania było lepsze zrozumienie różnych barier, które kobiety-przedsiębiorcy rolno-spożywczy zlokalizowani na obszarach wiejskich postrzegają jako przeszkody dla ich wzrostu i rozwoju przedsiębiorczości. Szczególny nacisk położono na ich świadomość, postrzeganie, otwartość i akceptację programów mentorskich.

METODOLOGIA

Łącznie przeprowadzono pięć zogniskowanych dyskusji grupowych z przedsiębiorcami rolno-spożywczymi w całej Europie. Dyskusje były częściowo ustrukturyzowane i dotyczyły postrzegania przez poszczególne osoby wsparcia otrzymywanego od otaczającej ich infrastruktury oraz ich opinii na temat programów mentorskich. Refleksyjna analiza tematyczna została przeprowadzona z wykorzystaniem transkrypcji z tych grup fokusowych. Łącznie przeprowadzono pięć oddzielnych grup fokusowych (n=29 uczestników; 18 kobiet) z przedsiębiorcami rolno-spożywczymi w całej Europie (Irlandia, Belgia, Polska, Włochy). Dyskusje były częściowo ustrukturyzowane i koncentrowały się wokół postrzegania przez poszczególne osoby wsparcia otrzymywanego od otaczającej ich infrastruktury oraz ich opinii na temat programów mentorskich. Refleksyjna analiza tematyczna została przeprowadzona po dosłownej transkrypcji rozmów z grup fokusowych

WNIOSKI

Dzięki refleksyjnej analizie jakościowej dyskusji w grupach fokusowych uwidoczniły się 3 główne podtematy: 1. Inicjowanie i rozwój biznesu. 2. Postrzegane bariery i 3. Programy mentorskie. Spośród zidentyfikowanych głównych tematów, postrzegane bariery zawierały największą liczbę podtematów, co sugeruje, że pozostaje wiele różnych kwestii, a nie niewielka liczba większych kwestii.

Słowa kluczowe: przedsiębiorczość, postrzeganie, bariery, mentoring, wsparcie

02 WPROWADZENIE

Działalność przedsiębiorcza jest istotną miarą witalności kraju (Stice i Desjardins, 2018). Jedną z podstawowych cech sukcesu w przedsiębiorczości jest chęć poszukiwania nowych informacji w celu poszerzenia swojej wiedzy i umiejętności (Anand Singh i Krishna, 1994). Jednak wcześniejsze badania sugerowały, że przedsiębiorcy czują brak zasobów wspierających, takich jak szkolenia i programy rozwoju umiejętności. Zostało to wymienione jako jedna z głównych barier, z którymi borykają się przedsiębiorcy na wczesnym etapie rozwoju w całej Europie (Iakovleva i in., 2014). Jedna umiejętność w szczególności zyskała w ostatnich latach znaczną i rosnącą uwagę. Technologia szybko się rozwija, a posiadanie wystarczających umiejętności w tej dziedzinie może wpłynąć na ekspansję biznesową przedsiębiorców poprzez takie działania, jak kreatywny marketing w celu przyciągnięcia docelowych konsumentów lub korzystanie z oprogramowania analitycznego do badania sukcesu produktu (Azevedo i Almeida, 2021, Oberländer i in., 2020, Vial, 2019). Kobiety zostały zasugerowane jako jedne z najbardziej narażonych przedsiębiorców, a zatem zrozumienie ich doświadczeń w sferze przedsiębiorczości ma kluczowe znaczenie dla rozwoju wsparcia zaradczego (Gangadhar, 2020, Rajendran i Indapurkar, 2020, Kumari i Eguruze, 2022). Zarówno w krajach rozwijających się, jak i rozwiniętych, mężczyźni dominują w sferze przedsiębiorczości, a wśród tych, którzy są kobietami, ich firmy są często mniejsze i mniej produktywne niż ich męskich odpowiedników (Nsengimana i in., 2017; Rijkers i Costa, 2012). Uczestnictwo w programach mentorskich zostało zasugerowane jako działanie wspierające równość płci w całej przedsiębiorczości Dostarczanie zarówno informacji fizycznych, jak i porad dotyczących rozwoju umiejętności, a także wspieranie rozwoju psychologicznego, integracja wzorców przedsiębiorczości jako mentorów przynosi niezliczone korzyści (Kelley, 2013).

Przedsiębiorcy stwierdzili wcześniej, że napotykają różne bariery, zarówno w początkowej fazie rozruchu, jak i na dalszych etapach rozwoju. Spośród nich kwestie związane z odpowiednim finansowaniem ich działalności należą do najczęstszych, szczególnie na wcześniejszych etapach ich przedsięwzięcia (Hoogendoorn i in., 2019). Postrzeganie niewystarczającego wsparcia finansowego dla przedsiębiorców jest wspólne dla wszystkich regionów Unii Europejskiej (Grilo i Thurik, 2005). Ponadto przedsiębiorcy zlokalizowani na obszarach wiejskich doświadczają szeregu barier unikalnych dla ich położenia geograficznego, które nie dotyczą tych zlokalizowanych na obszarach miejskich. Przedsiębiorcy opisali w poprzednich badaniach swoją świadomość potencjalnych przeszkód dla ich sukcesu biznesowego oraz presję, jaką odczuwają, aby przygotować się na nadchodzące trudności finansowe, co wskazuje, że nadal istnieje pogląd na przedsiębiorczość jako niepewne zatrudnienie finansowe (Nyström, 2021). Oprócz wsparcia fizycznego, wcześniej ustalono, że stopień wsparcia emocjonalnego ze strony rówieśników i przedsiębiorców z otaczającej ich infrastruktury może znacząco wpłynąć na ich zachowania i aktywność (Klyver i in., 2018, Downing, 2005). Sugestie dotyczące przeciwdziałania negatywnym emocjom wynikającym z psychologicznie niewspierającego środowiska obejmują zwiększenie dostępności kursów szkoleniowych nie tylko w celu wspierania fizycznego rozwoju biznesu i sukcesu przedsiębiorców, ale także w celu poprawy ich wewnętrznej mowy o sobie, wiary i pewności siebie (Roper i Scott, 2009). Inne często wymieniane bariery obejmują trudności z procesami administracyjnymi związanymi z ubieganiem się o wsparcie finansowe, doświadczanie przez kobiety zachowań dyskryminujących ze względu na płeć, zarówno ze strony osób na wyższych szczeblach, rówieśników, jak i innych osób. klientów i mają trudności z poruszaniem się po technologii w sposób umożliwiający skuteczny marketing i rozwój ich działalności (Kirkwood, 2009; Llie et al., 2021; Søby, 2013).

Potencjalna metoda zmniejszenia stresorów związanych z rozpoczęciem działalności gospodarczej, integracja wzorców z podobnych środowisk w programach szkoleniowych została wcześniej zalecona (Kelley, 2013). Wcześniejsze ustalenia sugerują, że długoterminowe relacje mogą być bardziej korzystne niż jednorazowe interakcje (Humberd i Rouse, 2015). Jednak większość istniejących badań koncentruje się na tych pojedynczych interakcjach i pomija długoterminowe relacje (van Werven i in., 2023).

Badania dotyczące chęci przedsiębiorców do wzięcia udziału w programie mentorskim, zarówno w roli mentora, jak i podopiecznego, są nieliczne, co utrudnia zbadanie pragnień przedsiębiorców przy przyjmowaniu jednej z tych ról.

Badania dotyczące postrzegania przez przedsiębiorców rolno-spożywczych ich infrastruktury wspierającej, a także ich opinii i chęci uczestniczenia w programach mentorskich są rzadkie. Bez tych informacji wyzwaniem dla decydentów politycznych i osób na szczeblach decyzyjnych pozostaje opracowanie odpowiednich zasobów i materiałów przeciwdziałających. Posiadanie aktualnego, aktualnego wglądu i zrozumienia tego środowiska przedsiębiorczości rolno-spożywczej ma szczególne znaczenie, biorąc pod uwagę niedawną globalną pandemię i jej późniejszy wpływ na globalne łańcuchy dostaw (Apostolopoulos, 2021). Uznając to, celem tego badania było lepsze zrozumienie różnych barier, które kobiety-przedsiębiorcy rolno-spożywczy zlokalizowani na obszarach wiejskich postrzegają jako przeszkody dla ich wzrostu i rozwoju przedsiębiorczości. Szczególny nacisk położono na ich świadomość, postrzeganie, otwartość i akceptację programów mentorskich.

METODOLOGIA 03

PROJEKT BADANIA

Zgodnie z metodologią Braun i Clarke (Clarke i in., 2015), niniejsze badanie zostało przeprowadzone w formie refleksyjnej analizy tematycznej. Przeprowadzono łącznie pięć częściowo ustrukturyzowanych dyskusji w grupach fokusowych. Wszyscy uczestnicy mieli wspólny zawód związany z przedsiębiorczością w przemyśle spożywczym i rolnym w całej Europie. W dyskusjach wzięło udział łącznie N=18 kobiet i N=11 mężczyzn, przy czym w dwóch grupach brakowało przedstawicieli płci męskiej, a w jednej brakowało przedstawicieli płci żeńskiej. Tematy dyskusji dotyczyły wpływu wiary w siebie, wpływu położenia na obszarach wiejskich, wpływu płci, osiągnięcia równowagi życiowej i postrzegania innych wyzwań związanych z rozpoczęciem i sukcesem działalności gospodarczej. Pytania zadawane w tych grupach fokusowych zostały zaprojektowane specjalnie w celu uzyskania głębszego zrozumienia pozytywnego wpływu mentoringu na wspieranie rozwoju kobiet-przedsiębiorców rolno-spożywczych w sektorze, który jest obecnie silnie zdominowany przez mężczyzn.

ETYKA I PROCEDURY

Niniejszy artykuł badawczy uzyskał zgodę etyczną Podkomisji Badawczej Rady Akademickiej Atlantic Technological University (ATURSC_AC_2022). Wstępny arkusz informacyjny dla uczestników został rozesłany przez badacza w celu rekrutacji osób. Osoby, które następnie zgłosiły się na ochotnika i zostały uznane za kwalifikujące się do włączenia, otrzymały dalsze informacje na temat tego badania, takie jak jego cele i poufny charakter zarządzania danymi dotyczącymi tego badania. Przed rozpoczęciem badania od każdego uczestnika uzyskano świadomą zgodę. Dyskusje grupowe trwały około godziny, a wszystkie informacje zostały zanonimizowane w celu ochrony uczestników przed identyfikacją.

GROMADZENIE DANYCH

Osoby zostały uznane za kwalifikujące się, jeśli posiadały i zarządzały irlandzką firmą spożywczą w zachodniej Irlandii. Odpowiedzi na pytania zostały wykorzystane do zebrania informacji dotyczących przekonań i doświadczeń uczestniczek jako przedsiębiorców na obszarach wiejskich Irlandii. Każdej grupie fokusowej przedstawiono niezliczone stwierdzenia dotyczące ich doświadczeń jako kobiet-przedsiębiorców rolno-spożywczych pracujących w sektorze zdominowanym przez mężczyzn, 1) inicjacji i rozwoju biznesu, 2) postrzeganych barier, 3) i programów mentorskich. Postępowano zgodnie z ogólnym scenariuszem, a w razie potrzeby zadawano dalsze pytania w celu wyjaśnienia lub rozszerzenia odpowiedzi.

ANALIZA DANYCH

Uzyskane dane zostały przejrzane i przeanalizowane zgodnie z najnowszą metodologią refleksyjnej analizy tematycznej Brauna i Clarke'a (Clarke i in., 2015). Badanie to zostało przeprowadzone głównie w sposób dedukcyjny z wykorzystaniem wcześniej określonych ram analizy, przy czym kodowanie semantyczne miało pierwszeństwo przed kodowaniem ukrytym.

TRANSKRYPCJA

Oryginalne nagrania audio z dyskusji w grupach fokusowych zostały przepisane dosłownie przez głównego badacza z każdej organizacji partnerskiej. Następnie transkrypcje zostały porównane z nagraniami audio w celu zapewnienia precyzji. Wynikowy dokument zawierający transkrypcje pięciu grup fokusowych został przekazany innemu badaczowi (T.R.) do analizy.

KODOWANIE

Badanie zostało przeprowadzone w przeważającej mierze w sposób dedukcyjny z wykorzystaniem wcześniej określonych ram analizy, w których kodowanie semantyczne ma pierwszeństwo przed kodowaniem ukrytym. Zostało to początkowo przeprowadzone przez (T.R.), a następnie zweryfikowane przez innych członków zespołu badawczego (L.R., M.McD, A.M.). Podobnie (T.R.) opracował tematy i podtematy, które zostały później omówione i uzgodnione przez zespół badawczy.

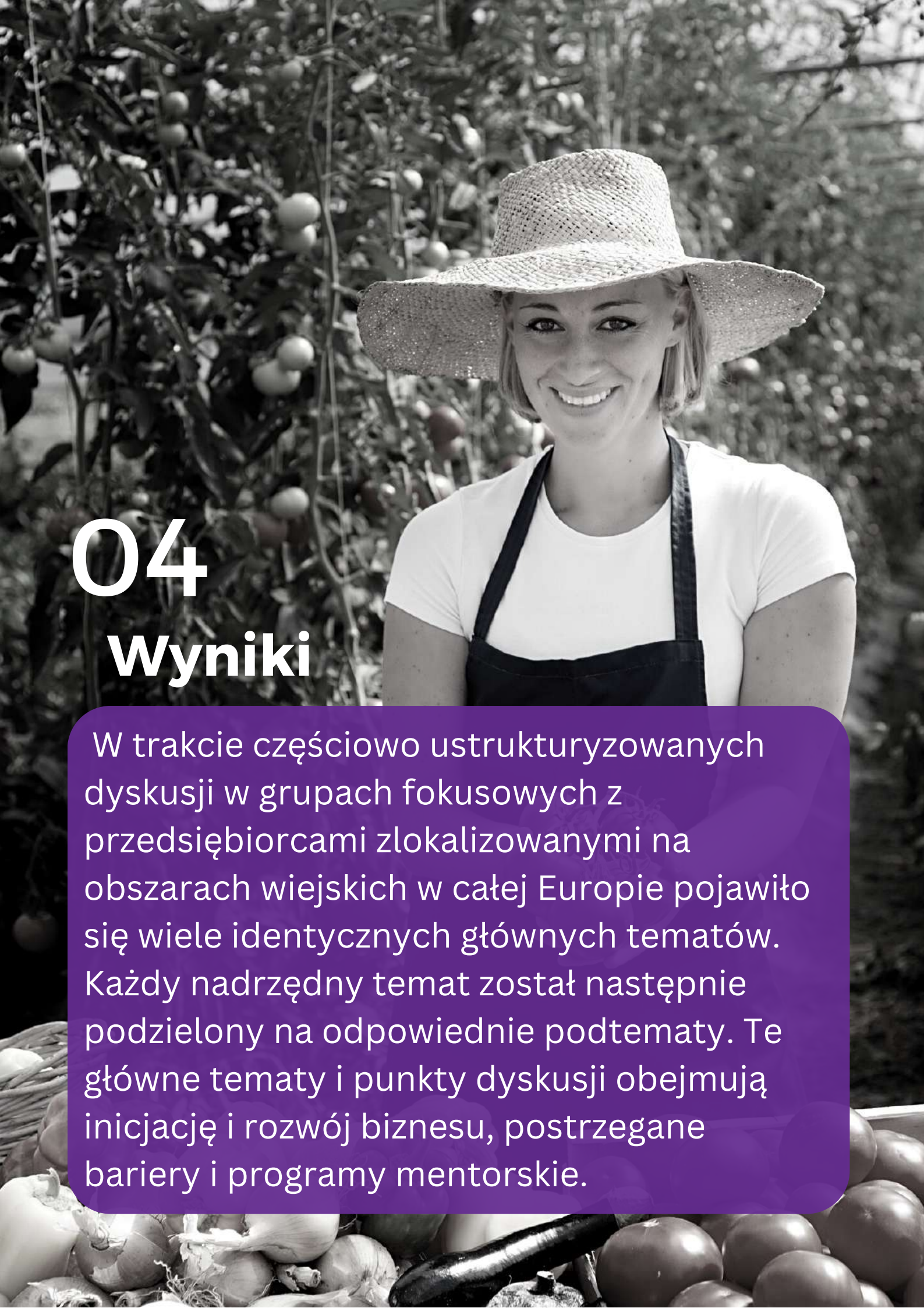
Temat	Podtemat	Uczestnik	Powiązane cytaty
Inicjowanie i rozwój działalności	**Przygotowanie do prowadzenia działalności**	A	"Jedynym badaniem rynku, które przypuszczam, że przeprowadziłbym w tej chwili, byłoby po prostu słuchanie ludzi w lokalnej społeczności."
		B	"usług potrzebnych rolnikom. A także kiedy rolnicy najbardziej potrzebują takich usług"
		D	"Przyjrzelibyśmy się temu i odwiedzili inne farmy ekologiczne w Irlandii. Moi rodzice podróżowali do innych gospodarstw ekologicznych na spacery i rozmowy."
	Obecna sytuacja	B	"W tej chwili jest to chyba przekazywane z ust do ust... Mamy też dwóch młodych chłopaków, którzy są w naszej okolicy i nagrywają filmy na YouTube."
		A	"Chciałbym dowiedzieć się więcej na ten temat i nawet nie wiem, gdzie się udać. Przypuszczam, że jeśli chodzi o znalezienie większej ilości informacji na temat tego, jak lepiej promować swój biznes. Jest to więc coś, czemu chciałbym się przyjrzeć i dowiedzieć się więcej."

Temat	Podtemat	Uczestnik	Powiązane cytaty
Postrzegane bariery	**Wsparcie finansowe**	A	"Słyszałem o pewnych szkoleniach dotyczących mentorów pomagających w określonych obszarach działalności, być może w finansach i tym podobnych, ale nie wiedziałbym, gdzie szukać informacji na ten temat."
		B	"Przypuszczam, że największą barierą, jaką widziałem na początku, był główny aspekt finansowy."
	Wsparcie społeczno-kulturowe	B	"Jeśli uda ci się zbudować zaufanie klienta, najtrudniejszą częścią, i tak dla mnie najtrudniejszą, było zdobycie bazy klientów."
		W	"Zapytałem jednego z lokalnych rolników, czy mógłby polecić jakąś osobę, która pomogłaby z finansami, ubezpieczeniem itp. i możesz sobie wyobrazić, że nie chciał powiedzieć nawet tyle?"
	Biurokracja i administracja	D	"Trzeba było nauczyć się wielu zasad i przepisów oraz odbyć wiele szkoleń, zwłaszcza dla moich rodziców."

Postrzegane bariery	**Biurokracja i administracja**	I	"Również papierkowa robota była dla nas wyzwaniem."
	Dyskryminacja ze względu na płeć	D	"Biurokratyczne procedury uzyskiwania pozwoleń od administracji na stworzenie czegoś lub wdrożenie pewnych aspektów firmy są męczące, powolne i skomplikowane."
		H	Niektóre żony i partnerzy również byli zaangażowani w farmy, aby pomóc, jeśli wiesz, co mam na myśli."
	Transformacja cyfrowa	C	"Miałam pewne problemy ze względu na moją płeć. Mieliśmy koordynatora, który miał nam pomóc i nauczyć nas, jak dbać o nasze uprawy, rzeczy, których nauczył się dzięki wieloletniemu doświadczeniu, ale moja płeć tak naprawdę mu nie odpowiadała, co sprawiało, że czułam się niekomfortowo, więc przestałam prosić o pomoc lub zadawać jakiekolwiek pytania."
		F	"Myślę, że strona naszej działalności w mediach społecznościowych i rozpowszechnianie informacji o naszej reklamie, naszym biznesie to jedna z rzeczy, nad którymi naprawdę musimy popracować. Wydaje się, że wszystko się zmienia i trudno za tym nadążyć. Prawdopodobnie potrzebujemy kogoś na pokładzie, aby pomóc w reklamie."
Programy mentorskie	**Bieżąca świadomość**	G	"Nigdy nie słyszałem o żadnych programach mentorskich, nie jestem pewien, jak by to wyglądało"

Theme	Sub-theme	Participant	Related Quote
Programy mentorskie	**Otwartość i pragnienia podopiecznego**	D	"Tak, może po prostu jak rozwinąć gospodarstwo ekologiczne"
		K	"Może po prostu przyjrzeć się innym możliwościom, które mogłyby współpracować z gospodarstwem ekologicznym"
	Otwartość i pragnienia mentora	E	"Osobiście czuję potrzebę wsparcia w przetwarzaniu produktów rolnych. Teraz produkujemy produkty gotowe do gotowania, ale chciałbym rozszerzyć naszą działalność w zakresie produktów przetworzonych oferowanych wraz z wprowadzeniem przetworów, sosów, dżemów. Aby to zrobić, czuję, że musiałbym nauczyć się pracy od mentora lub kogoś, kto ma doświadczenie od "mistrza"."
		AZ	"Potrzebowałbym wskazówek, czego dokładnie oczekuje się ode mnie jako mentora, ponieważ nigdy wcześniej tego nie robiłem, ale chętnie pomogę nowicjuszom w miarę moich możliwości."

Tabela 1: Tabela tematyczna przedstawiająca wynikowe tematy i ich kolejne podtematy, wraz z cytatami wspierającymi, uwidocznione poprzez refleksyjną analizę tematyczną zogniskowanych dyskusji grupowych z przedsiębiorcami w Irlandii, Polsce, Belgii i we Włoszech. W kolumnie "Uczestnik" litera (litery) oznacza uczestnika, który wypowiedział powiązany cytat.



04
Wyniki

W trakcie częściowo ustrukturyzowanych dyskusji w grupach fokusowych z przedsiębiorcami zlokalizowanymi na obszarach wiejskich w całej Europie pojawiło się wiele identycznych głównych tematów. Każdy nadrzędny temat został następnie podzielony na odpowiednie podtematy. Te główne tematy i punkty dyskusji obejmują inicjację i rozwój biznesu, postrzegane bariery i programy mentorskie.

TEMAT 01

INICJOWANIE I ROZWÓJ DZIAŁALNOŚCI

Temat inicjacji i rozwoju biznesu ilustruje posiadaną wiedzę i praktyki stosowane przez wiejskich przedsiębiorców rolno-spożywczych. Na wcześniejszych etapach ich przedsiębiorczych przedsięwzięć obejmuje to prowadzenie badań rynkowych, rozmowy z odpowiednim personelem i udział w programach szkoleniowych. Porównywalnie, po założeniu firmy, obejmuje to działania mające na celu dalszy rozwój i poszerzenie ich wiedzy i umiejętności przedsiębiorczych w celu rozszerzenia ich działalności. Obejmuje to również świadomość i postrzeganie przedsiębiorców w odniesieniu do otaczającej ich infrastruktury oraz tego, czy zwiększa ona, czy utrudnia taką ekspansję.

PODTEMAT 1: PRZYGOTOWANIE DO PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI

Jedną z najczęstszych praktyk stosowanych przez przedsiębiorców przed rozpoczęciem działalności gospodarczej jest ustalenie odpowiedniego doświadczonego personelu w tej samej lub podobnej dziedzinie i zorganizowanie spotkania w celu uzyskania porad i wskazówek. Jeśli chodzi o prowadzenie badań rynkowych, żaden z uczestników tego badania nie wskazał, że przeprowadził jakąkolwiek konkretną procedurę. Z drugiej strony, spośród tych, którzy rozmawiali o przeprowadzeniu badań rynkowych przed otwarciem swojej firmy, ich badania obejmowały "po prostu słuchanie ludzi w lokalnej społeczności", aby odkryć ich potrzeby i potrzeby, a także odwiedzanie podobnych firm, aby lepiej zrozumieć ich obroty. Dodatkowo, jeden z uczestników wyjaśnił, że badał również potrzeby swoich klientów, ponieważ zmieniają się one w ciągu roku kalendarzowego

PODTEMAT 2: OBECNA SYTUACJA

Mówiąc o swoich obecnych praktykach mających na celu wzrost i rozwój ich działalności, uczestnicy tego badania opisali budowanie i utrzymywanie relacji z lokalnymi klientami. Kluczowym powodem takiego działania jest to, że umożliwia to przedsiębiorcom ciągłe pozyskiwanie informacji i monitorowanie opinii publicznej na temat ich działalności. Korzystanie z "poczty pantoflowej" jest kluczową metodą, na której polegają ci przedsiębiorcy, aby rozwinąć swoją działalność, a aby to zrobić, konieczne jest utrzymanie pozytywnych relacji z klientami w nadziei, że będą oni nadal korzystać z ich produktów lub usług. Jednak większość uczestników, choć zdawała sobie sprawę z korzyści płynących z aktywnej obecności cyfrowej, nie miała pewności co do swoich umiejętności i zdolności cyfrowych i nie była pewna, jak je przezwyciężyć.

Uczestnik A:
“Chciałbym dowiedzieć się więcej na ten temat i nawet nie wiem, gdzie się udać. Przypuszczam, że chodzi o znalezienie większej ilości informacji na temat tego, jak lepiej promować swój biznes. Jest to więc coś, czemu chciałbym się przyjrzeć i dowiedzieć się więcej na ten temat.”

TEMAT

02

POSTRZEGANE BARIERY

Podczas każdej dyskusji w grupie fokusowej uczestnicy podkreślali różne bariery, których doświadczyli i przezwyciężyli, i z którymi nadal walczą w swoich przedsięwzięciach związanych z przedsiębiorczością.

PODTEMAT 1: WSPARCIE FINANSOWE

Za "największą barierę" dla przedsiębiorczości, szczególnie we wcześniejszych fazach, uważa się wsparcie finansowe. Uczestnicy tego badania wspólnie opisali różne kwestie związane z dostępną dla nich pomocą finansową. Po pierwsze, wyjaśnili, że pozyskiwanie informacji na temat pomocy finansowej było trudne i mylące. Wielu z nich zauważyło, że na najwcześniejszych etapach swojego przedsięwzięcia nie wiedzieli o jakimkolwiek wsparciu finansowym. Spośród tych, którzy mieli doświadczenie w ubieganiu się o wsparcie finansowe, opisali proces składania wniosków jako zbyt skomplikowany i wyczerpujący, a wysiłek wymagany do złożenia wniosku często przewyższał wartość przyznanego finansowania. Wielu uczestników wyjaśniło, że uważali za konieczne zaplanowanie i przygotowanie się z wyprzedzeniem, aby przezwyciężyć trudności finansowe, które ich zdaniem nieuchronnie pojawią się w przyszłości.

PODTEMAT 2: WSPARCIE SPOŁECZNO-KULTUROWE

Jeśli chodzi o uczestników otaczających infrastrukturę oraz stopień wsparcia społecznego i psychologicznego, które postrzegali, wielu przedsiębiorców uważało, że większe firmy są obezwładniające i nieprzyjazne. Dotyczy to nie tylko ogólnokrajowych firm sieciowych, ale także mniejszych, opartych na społeczności, ale wcześniej uznanych przedsiębiorców i ich firm. Uczestnicy tego badania opisywali informacje jako "trzymane na dystans" przez innych przedsiębiorców i z tego powodu często czuli się osamotnieni w swoich przedsiębiorczych przedsięwzięciach.

PODTEMAT 3: BIUROKRACJA I ADMINISTRACJA

Zdecydowana większość przedsiębiorców biorących udział w badaniu uznała biurokrację i procesy administracyjne za jeden z największych czynników zniechęcających do przedsiębiorczości. Uczestnicy opisywali sytuacje, w których czuli się przytłoczeni, przeciążeni i zdezorientowani mnóstwem formalności i formalności związanych z przedsiębiorczością. Dotyczyło to nie tylko ubiegania się o wsparcie finansowe, ale także różnych aspektów zakładania firmy. Jeden z uczestników zauważył, że dokładne zbadanie i poświęcenie czasu na zrozumienie takich procedur jest niezbędne przed rozpoczęciem działalności gospodarczej i należy być przygotowanym na powolną, czasochłonną papierkową robotę, która może być dość zniechęcająca i monotonna.

PODTEMAT 4: DYSKRYMINACJA ZE WZGLĘDU NA PŁEĆ

Chociaż niewiele osób uczestniczących w dyskusjach grup fokusowych w ramach tego badania nie miało wcześniej negatywnych doświadczeń związanych z ich płcią, wiele kobiet zaangażowanych w przedsiębiorczość rolno-spożywczą uznało, że pozostaje ona zawodem zdominowanym przez mężczyzn, podobnie jak wiele innych rodzajów przedsiębiorczości. Kobiety w szczególności wskazywały na sytuacje, w których nie były traktowane tak poważnie, jak ich zdaniem ich męscy koledzy, i że są postrzegane bardziej jako sekundanci niż główni właściciele firm przez innych w zawodzie i szerszej społeczności. Dodatkowo, kobiety w większym stopniu niż mężczyźni wyraziły, że spodziewają się, że w przyszłości pojawią się bariery związane z płcią, co sugeruje, że przedsiębiorczość jest ogólnie postrzegana jako bardziej akceptująca i wspierająca mężczyzn niż kobiety.

PODTEMAT 5: TRANSFORMACJA CYFROWA

Chociaż uczestnicy tego badania dostrzegli korzyści płynące z wykorzystania technologii, w szczególności portali społecznościowych, do dalszego rozwoju swojej działalności. Jeden z przedsiębiorców wyjaśnił, w jaki sposób jest w kontakcie z dwoma młodymi mężczyznami, którzy promują swoją działalność na platformie mediów społecznościowych YouTube, publikując regularne filmy, które oferują oglądającym wgląd w funkcjonowanie ich firmy. Poza tym wyraźnie brakowało wykorzystania technologii cyfrowych do działań związanych z pracą. Ogólnie rzecz biorąc, przedsiębiorcy zgodzili się, że w niewystarczającym stopniu wykorzystują media społecznościowe do ekspansji biznesowej, ale jednocześnie jasno stwierdzili, że nie są pewni, jak najlepiej korzystać z tych platform. Chwalili również takie strony jako platformy do bardziej aktywnego zaangażowania młodszych pokoleń i zainteresowania ich przedsiębiorczością.

TEMAT 03

PROGRAMY MENTORSKIE

Kluczowym celem organizacji i prowadzenia tych grup fokusowych z przedsiębiorcami rolno-spożywczymi w całej Europie było zrozumienie ich świadomości, doświadczenia i poziomu akceptacji uczestnictwa w programach mentorskich jako podopieczni lub mentorzy.

PODTEMAT 1: BIEŻĄCA ŚWIADOMOŚĆ

Jeśli chodzi o obecną świadomość przedsiębiorców na temat programów mentorskich, wielu z nich nigdy nie słyszało o takich programach. Niektórzy nawet stwierdzili, że "nie wiedzieliby, jak to wygląda". Co więcej, wiele osób opisało, że nawet nie wiedzieliby, gdzie zacząć szukać takiego wsparcia. Spośród tych, którzy wiedzieli o takich programach, wahali się, czy są one wystarczająco dostosowane, aby wystarczająco wspierać ich działalność i jej rozwój. Wyrazili obawy, że mentoring może być zbyt szeroki i bardziej odpowiedni dla osób na wcześniejszych etapach ich przedsiębiorczego przedsięwzięcia. Obawiają się jednak, że im dalej rozwija się ich firma, tym trudniej będzie znaleźć mentora o podobnej ścieżce, który z powodzeniem pokonał te same trudności i procedury.

PODTEMAT 2: OTWARTOŚĆ I PRAGNIENIA PODOPIECZNEGO

Poza nielicznymi przypadkami, większość uczestniczących przedsiębiorców zgodziła się, że odniosłaby pozytywne korzyści z uczestnictwa w programie mentorskim jako podopieczny. Nie tylko sugerowali, że taka relacja będzie wspierać i kierować ich fizycznym rozwojem biznesowym, ale także zwiększy ich pewność siebie i poczucie własnej skuteczności jako przedsiębiorców. Jeśli chodzi o konkretny obszar, w którym przedsiębiorcy pragną wsparcia, rozszerzenie działalności jest kluczowym celem, w którym ich zdaniem mentor mógłby znacząco pomóc.

PODTEMAT 3: OTWARTOŚĆ I PRAGNIENIA MENTORA

Chociaż uczestnicy tego badania nie mieli pełnego i dogłębnego zrozumienia programów mentorskich i tego, co pociąga za sobą bycie mentorem, większość z nich była otwarta na pomysł podjęcia się tej roli po ukończeniu odpowiedniego szkolenia. Istnieje pragnienie uzyskania wskazówek i porad dotyczących mentoringu oraz tego, czego dokładnie "oczekuje się" od nich jako mentorów. Dzięki takiemu szkoleniu mogą pewnie wspierać nowicjuszy na podobnej ścieżce przedsiębiorczości. Uczestnicy podkreślali, że przyspieszyłoby to rozwój biznesu nowych przedsiębiorców, pomagając im w różnych sytuacjach, zamiast pozostawiać ich na długie okresy czasu, aby pokonać wszelkie bariery, z którymi mogą się spotkać.

DYSKUSJA 05

Podczas wszystkich dyskusji w grupach fokusowych z przedsiębiorcami z całej Europy, rozmowa toczyła się wokół trzech głównych tematów. Obejmują one inicjację i rozwój biznesu, postrzegane bariery i programy mentorskie. Dyskusje na każdy główny temat zostały następnie podzielone na podtematy podczas refleksyjnej analizy tematycznej uzyskanych transkrypcji.

01
Temat

Inicjowanie i rozwój działalności

Wielu przedsiębiorców opisywało swoją podróż od fazy rozpoczęcia działalności, a także na dalszych etapach rozwoju i ekspansji. Podczas gdy uczestnicy byli świadomi wygody i korzyści płynących z prowadzenia badań rynkowych, opisywali brak umiejętności cyfrowych i pewności siebie. Podobnie, uczestnicy odczuwali brak wystarczającego wsparcia ze strony organów rządowych i pozarządowych, w szczególności w początkowych fazach ich przedsiębiorczego przedsięwzięcia. Chęć poszukiwania informacji i poszerzania swojej wiedzy i umiejętności jest istotną cechą przypisywaną odnoszącym sukcesy przedsiębiorcom (Anand Singh i Krishna, 1994). Jednak nadal brakuje odpowiednich zasobów wspierających, takich jak szkolenia i programy umiejętności. Jest to zgodne z wcześniejszymi badaniami, które wykazały, że brak takich umiejętności jest jedną z największych przeszkód dla działalności przedsiębiorczej w całej Europie (Iakovleva i in., 2014). Omawiając swoją obecną sytuację i zdolności przedsiębiorcze, uczestnicy tego badania wyrazili poczucie, że brakuje im umiejętności i zdolności do odpowiedniego wykorzystania technologii do rozwijania swojej działalności. Alternatywnie, wielu przedsiębiorców polegało na poczcie pantoflowej i informacjach zwrotnych od klientów. Spośród wszystkich umiejętności istotnych dla przedsiębiorców, kompetencje cyfrowe mają kluczowe znaczenie dla przetrwania biznesu. Obecnie istnieje znaczna potrzeba, aby działalność przedsiębiorcza odpowiednio ewoluowała, produktywnie, kreatywnie i analitycznie wykorzystując technologie informacyjno-komunikacyjne i inne korzystne oprogramowanie (Azevedo i Almeida, 2021, Oberländer i in., 2020, Vial, 2019).

Podczas gdy niektóre badania sugerują, że szkolenie w zakresie przedsiębiorczości może mieć negatywny wpływ, ponieważ może podkreślać nadchodzące potencjalne bariery i niepowodzenia, ogólnie wykazano, że ma ono pozytywny wpływ (Bae i in., 2014, Martin i in., 2013, Graevenitz i in., 2010). Przygotowując się do rozpoczęcia działalności, wielu uczestników opisywało poszukiwanie porad od już uznanych przedsiębiorców, którzy prowadzili działalność w tej samej lub podobnej dziedzinie, ale niestety czuli się niemile widziani. Włączenie wzorców przedsiębiorczości do programów szkoleniowych jest jednym z kluczowych zaleceń dotyczących inspirowania młodych przedsiębiorców (Kelley, 2013). I odwrotnie, brak takich wzorców jest regularnie uważany za zniechęcający i odstraszający od przedsiębiorczości (Lafuente et al., 2007Niezbędne jest zapewnienie przedsiębiorcom większego wsparcia, nie tylko w najwcześniejszych fazach ich działalności, ale także przez cały okres jej rozwoju. Istotne jest, aby osoby na szczeblach decyzyjnych tworzyły programy szkoleniowe z uznaniem korzystnego wpływu umiejętności cyfrowych, a także wzorców do naśladowania i mentorów dla przedsiębiorców.

02

Temat

Postrzegane bariery

We wszystkich grupach fokusowych uczestnicy omawiali niezliczone bariery, które towarzyszyły ich przedsiębiorczym przedsięwzięciom, przekazywali informacje zwrotne na temat wsparcia, z którego wcześniej korzystali, oraz zalecali wsparcie, którego pragną i uważają za niezbędne do ogólnej poprawy przedsiębiorczości.

Brak odpowiedniego wsparcia finansowego dla przedsiębiorców został uznany przez uczestników tego badania za "największą barierę" dla ich sukcesu. W ostatnich latach przedsiębiorcy stali się bardziej dalekowzroczni w swoich metodach pozyskiwania wsparcia finansowego, odchodząc od tradycyjnych źródeł, takich jak pożyczki bankowe, na rzecz nowych źródeł, takich jak internetowe strony finansowania (Bruton i in., 2015) (Bruton i in., 2015). Taka pomoc finansowa, będąca istotną częścią przedsiębiorczości, szczególnie na jej wcześniejszych etapach, może mieć ogromny wpływ na sukces firmy (Hoogendoorn i in., 2019). Ten postrzegany brak wsparcia finansowego wyrażony przez uczestników tego badania nie jest nowym odkryciem. Grilo i Thurik (2005) zbadali ten temat, wykorzystując dane z ankiety przeprowadzonej w 15 starych państwach członkowskich UE i odkryli, że zdecydowana większość osób zaangażowanych w ich badania również postrzegała brak wsparcia finansowego jako główną barierę w prowadzeniu działalności gospodarczej. Niedawno ci sami autorzy wykorzystali dwa zestawy danych z ankiety Flash Eurobarometer przeprowadzonej wśród przedsiębiorców z 33 różnych krajów i zauważyli, że takie postrzeganie nadal istnieje (Grilo i Thurik, 2008).

Przedsiębiorczość jest często dzielona na różne typy, takie jak miejskie i wiejskie. Uznając, że postrzeganie braku wsparcia finansowego utrudnia działalność przedsiębiorczą, Hoogendoorn i in. (Hoogendoorn i in.) zbadali, czy różni się to w zależności od rodzaju przedsiębiorcy, ale doszli do wniosku, że jest to widoczne we wszystkich rodzajach. Porównując stopień, w jakim postrzegane jest wsparcie finansowe i jego dostępność, kobiety częściej wyrażały postrzeganie tej bariery jako większej niż mężczyźni (Roper i Scott, 2009). Uczestnicy tego badania, którzy z powodzeniem skorzystali ze wsparcia finansowego, czy to od organów rządowych, czy pozarządowych, opisali procedury administracyjne jako bardzo odstraszające, co jest również zgodne z wcześniejszymi badaniami (Grilo i Thurik, 2008). Wielu uczestników opisywało również, że czuli potrzebę zaplanowania i przygotowania się na potencjalne nadchodzące trudności finansowe, podkreślając, że postrzeganie przedsiębiorczości jako towarzyszącej niepewności finansowej pozostaje powszechnym punktem widzenia (Nyström, 2021). Emocjonalnie wspierająca infrastruktura może znacząco wpłynąć na intencje i działania przedsiębiorcze (Klyver et al., 2018, Downing, 2005). Ponadto dobrze wiadomo, że rówieśnicy jednostek mogą znacząco wpływać na ich zachowania i aktywność (Brechwald i Prinstein, 2011). Edelman i in. (2016) podkreślili, że jest to prawdą w przypadku przedsiębiorczości, szczególnie w przypadku młodszych przedsiębiorców na wcześniejszych etapach ich przedsięwzięcia. Zauważyli, że otrzymywanie wsparcia i pozytywnych informacji zwrotnych od członków rodziny oraz ogólna spójność rodzinna pozytywnie wpływają na działania przedsiębiorcy związane z rozpoczęciem działalności. Niedawno Cogan i in. (2022) stwierdzili, że w odniesieniu do stopnia aktywności przedsiębiorcy, wspierające i zachęcające środowisko społeczno-kulturowe jest lepsze niż takie, w którym członkowie rodziny są od siebie oddaleni.W badaniach nad przedsiębiorczością terminy "pewność siebie", "skuteczność" i "wiara" są często używane zamiennie w celu wyrażenia postrzegania własnej zdolności do wykonywania zadań i odnoszenia sukcesów, a także są powiązane z zainteresowaniem karierą (Wilson i in., 2007). Jeśli chodzi o wsparcie ze strony większych, wcześniej uznanych firm, zarówno małych i lokalnych, jak i dużych sieci krajowych, uczestnicy tego badania opisali uczucie niechęci i lekceważenia.

Jako potencjalną metodę przeciwdziałania tym negatywnym emocjom, Roper i Scott (2009) zasugerowali, że wraz z kursami szkoleniowymi wspierającymi fizyczną ekspansję i rozwój biznesu przedsiębiorców, należy również rozważyć programy uczące budowania pewności siebie.

Większość uczestników tego badania wyjaśniła, że czuli się przytłoczeni i zdezorientowani zadaniami administracyjnymi towarzyszącymi takim kwestiom, jak ubieganie się o finansowanie. Procesy aplikacyjne były często czasochłonne i zagmatwane, a uzyskane środki finansowe nie odpowiadały ilości czasu i wysiłku poświęconego na aplikację.

Podczas gdy dyskryminacja ze względu na płeć nie była często wymieniana jako zniechęcający element ich doświadczenia w zakresie przedsiębiorczości, niektórzy uczestnicy opisywali poczucie bycia pominiętym i nie traktowanym poważnie, z których wszystkie były kobietami Nowsze badania podkreślają to, zauważając, że przedsiębiorczość jest powszechnie uważana za uwarunkowaną płcią (Kirkwood, 2009). Llie i in. (2021) zauważyli, że postrzeganie przedsiębiorczości jako mającej charakter płciowy ma negatywny wpływ na intencje przedsiębiorcze, zwłaszcza w przypadku kobiet.

Chociaż uczestnicy byli świadomi ogromnego wpływu, jaki technologia może mieć na ich działalność, wyrażali niepewność co do tego, jak najlepiej wykorzystać ją w marketingu i reklamie, a także brak zaufania do swoich ogólnych umiejętności cyfrowych. Kompetencje cyfrowe są powszechnie uznawane za "pewne i krytyczne wykorzystanie technologii społeczeństwa informacyjnego w pracy, rozrywce i komunikacji" (Søby, 2013). Wcześniejsze ustalenia sugerują, że większość pracowników uważa, że konieczne jest posiadanie kompetencji cyfrowych oraz ich ciągłe rozwijanie i doskonalenie. Chociaż kwestia ta jest dobrze znana, badania w tym obszarze pozostają nieliczne (Murawski i Bick, 2017)

03

Temat

Programy mentorskie

Jednym z głównych celów organizacji i prowadzenia grup fokusowych z przedsiębiorcami rolno-spożywczymi w ramach tego badania było lepsze zrozumienie ich świadomości i opinii na temat programów mentorskich, a także ich gotowości do bycia podopiecznym lub mentorem. Większość uczestników nie wiedziała o żadnych aktualnych programach mentorskich, z których mogliby skorzystać. Dla niektórych było to do tego stopnia, że nie byli pewni, z czego składa się program mentorski. Spośród tych, którzy słyszeli o programach mentorskich, dostrzegli potencjalne korzyści płynące z uczestnictwa w takiej relacji. Jeśli chodzi o korzystne efekty, informacje zwrotne od zaufanych osób z długotrwałych relacji są lepsze niż te z jednorazowych interakcji (Humberd i Rouse, 2015). Jednak większość istniejących badań koncentruje się na jednorazowych relacjach. interactions (van Werven et al., 2023).

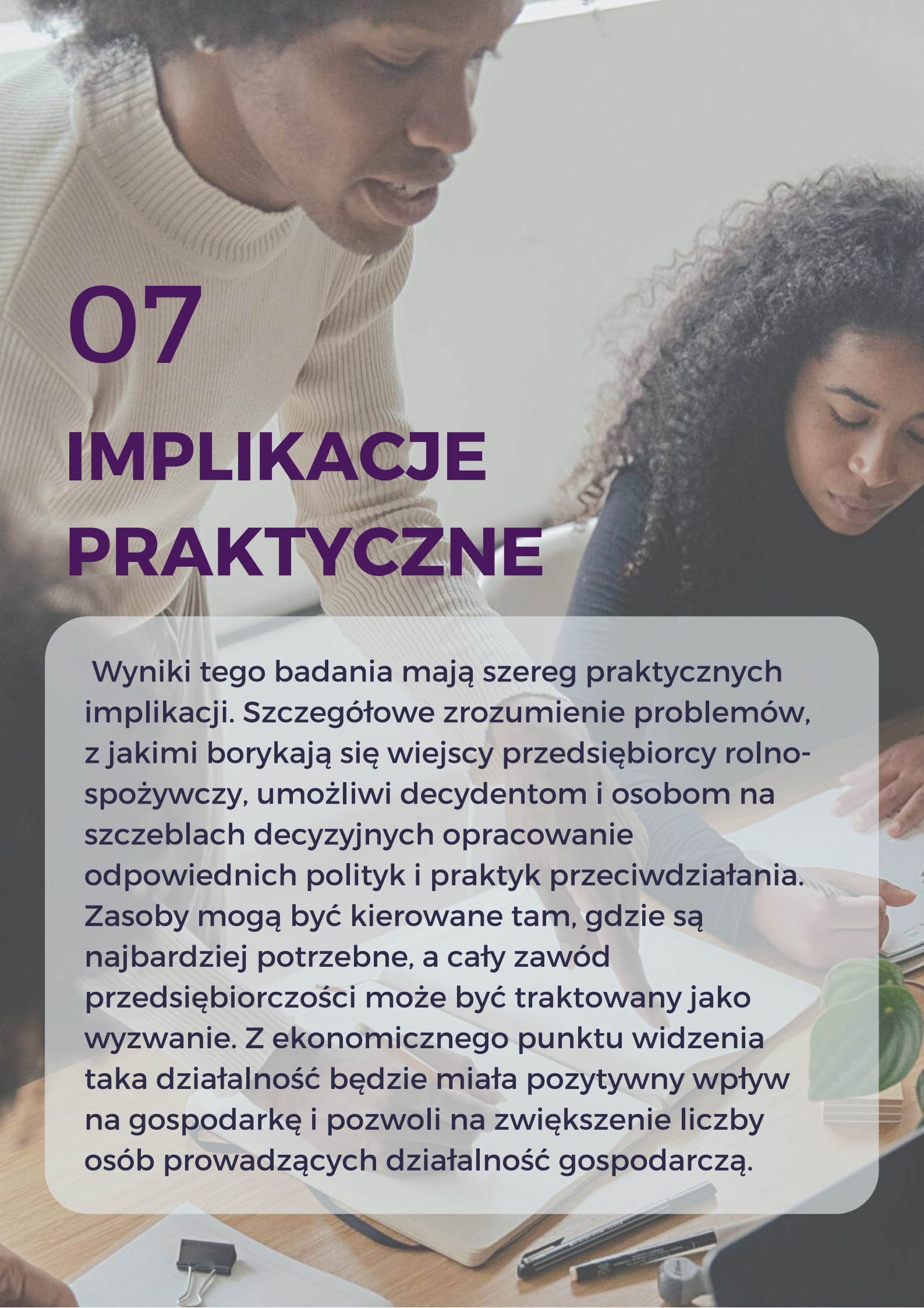
Badania dotyczące chęci przedsiębiorców do wzięcia udziału w programie mentorskim, zarówno jako mentor, jak i podopieczny, są nieliczne, co utrudnia zbadanie pragnień przedsiębiorców przy podejmowaniu jednej z tych ról. Niektóre badania sugerują, że relacje mentorskie mogą mieć zarówno pozytywny, jak i negatywny wpływ na działalność przedsiębiorczą, ponieważ dzięki interakcjom podopieczny staje się bardziej świadomy ograniczeń związanych z jego początkowym biznesplanem (St-Jean i Mathieu, 2015).

Brodie et al., (2017) niedawno zbadali postrzeganą wartość mentoringu przez przedsiębiorców poprzez częściowo ustrukturyzowane wywiady i zaobserwowali ogólnie pozytywne postrzeganie. Wyniki wskazały, że szczególnie w fazie rozruchu firmy mentoring może przyczynić się do poprawy wiedzy i pewności siebie przedsiębiorców, a także oferować wskazówki i wsparcie. To z kolei zwiększy poczucie własnej skuteczności przedsiębiorcy. Korzystne efekty mentoringu mogą być jednak tymczasowe, a orientacja przedsiębiorcy na cele edukacyjne i poczucie własnej skuteczności zmniejszają się po ustaniu tej relacji. Z tego powodu obecne sugestie wskazują, że należy rozważyć długoterminową opiekę mentorską w celu utrzymania korzystnych efektów otrzymywanych przez podopiecznych (St-Jean i Tremblay, 2020).

06

OGRANICZENIA BADAWCZE

Niniejsze badanie nie jest pozbawione ograniczeń. Po pierwsze, badania dotyczące postrzegania przez przedsiębiorców ich obecnej sytuacji i dostępnej wspierającej roli mentoringu dla wzrostu i rozwoju kobiet-przedsiębiorców są bardzo ograniczone. Wśród dostępnych badań brakuje podejścia jakościowego, które pozwoliłoby uzyskać wgląd i zrozumieć, w jaki sposób przedsiębiorcy postrzegają swoją infrastrukturę i jak to na nich wpływa. Co więcej, spośród tych, które przeprowadzają analizy jakościowe, większość koncentruje się na przedsiębiorcach zlokalizowanych w regionach rozwijających się. Wraz z szybkim i ciągłym postępem technologicznym pojawia się więcej możliwości dla przedsiębiorców, aby rozwijać swoje umiejętności, rozszerzać swoją działalność oraz korzystać ze wsparcia i wskazówek innych. Aby decydenci mogli odpowiednio wspierać przedsiębiorców, niezbędne jest szczegółowe zrozumienie ich potrzeb i pragnień.



07

IMPLIKACJE PRAKTYCZNE

Wyniki tego badania mają szereg praktycznych implikacji. Szczegółowe zrozumienie problemów, z jakimi borykają się wiejscy przedsiębiorcy rolno-spożywczy, umożliwi decydentom i osobom na szczeblach decyzyjnych opracowanie odpowiednich polityk i praktyk przeciwdziałania. Zasoby mogą być kierowane tam, gdzie są najbardziej potrzebne, a cały zawód przedsiębiorczości może być traktowany jako wyzwanie. Z ekonomicznego punktu widzenia taka działalność będzie miała pozytywny wpływ na gospodarkę i pozwoli na zwiększenie liczby osób prowadzących działalność gospodarczą.

WNIOSKI 08

Celem było jakościowe zbadanie postrzegania przez kobiety-przedsiębiorców rolno-spożywczych programów mentorskich wspierających ich rozwój w sektorze zdominowanym przez mężczyzn. Szczególny nacisk położono na ich świadomość, postrzeganie, otwartość i akceptację programów mentorskich. Analizując skrypty wynikowe z tych grup fokusowych, omówiono trzy kluczowe obszary. Obejmują one: (1) Inicjowanie i rozwój biznesu, (2) Postrzegane bariery i (3) Programy mentorskie. Uczestnicy opisali brak prawdziwego poczucia kierunku w odniesieniu do badań rynkowych we wcześniejszych fazach ich przedsięwzięcia, często korzystając z ustnych informacji i rozmawiając z bardziej doświadczonymi, ale nie zastosowano żadnego ostatecznego ustrukturyzowanego podejścia. Wiele barier było widocznych dla wiejskich przedsiębiorców rolno-spożywczych. Najczęściej wymieniano brak odpowiedniego wsparcia finansowego i doświadczanie frustracji z powodu złożoności procesów administracyjnych związanych z wnioskami o finansowanie. Często brakowało wsparcia społeczno-kulturowego, a uczestnicy zauważali, że często czuli się bardziej starsi, a doświadczeni przedsiębiorcy ukrywali informacje, aby uniknąć ich rozwoju i ekspansji. W szczególności kobiety doświadczały zachowań dyskryminujących ze względu na płeć ze strony rówieśników i osób starszych od nich.

WNIOSKI

08

Wreszcie, zdecydowana większość uczestników była świadoma korzyści płynących z obecności w Internecie, ale całkowicie brakowało im wiary w swoje umiejętności cyfrowe i nie byli pewni, gdzie szukać odpowiedniego wsparcia. Jeśli chodzi o mentoring, prawie żaden przedsiębiorca nie był świadomy takiej relacji, a większość nie była pewna, na czym ta praktyka miałaby polegać. Podczas gdy niektórzy uważali, że byłoby to korzystne tylko na wcześniejszych etapach rozwoju biznesu, większość wypowiadała się pozytywnie o tym pomyśle i wyraziła otwartość na uczestnictwo, niezależnie od tego, czy jako mentor czy podopieczny. Wyniki te podkreślają szereg kwestii, które należy rozwiązać, aby poprawić infrastrukturę otaczającą przedsiębiorców rolno-spożywczych w całej Europie. Ponadto mentoring odgrywa ważną rolę, ponieważ może przyczynić się do przezwyciężenia tych problemów. Wiedza ta może być wykorzystana do kierowania decydentami i osobami na szczeblach decyzyjnych w celu opracowania i rozpowszechnienia odpowiednich praktyk zaradczych w celu poprawy ogólnego środowiska pracy dla przedsiębiorców w sektorze rolno-spożywczym.

DOFINANSOWANIE

09

Projekt jest finansowany przy wsparciu Komisji Europejskiej w ramach funduszu Erasmus+ KA2 (2020-1-IE01-KA202-066017). Projekt jest prowadzony przez Atlantic Technological University w Galway (ATU Galway, Irlandia) we współpracy z konsorcjum składającym się z Macra na Feirme (MnF, Irlandia), Polskiego Centrum Doradztwa Rolniczego (PFA, Polska), Confederazione Italiana Agricoltori (CIA, Włochy), University of Bedfordshire (UoB, Wielka Brytania) i Propel Europe (Belgia).

BIBLIOGRAFIA

- ANAND SINGH, K. & KRISHNA, K. 1994. Entrepreneuriat agricole : le concept et les preuves. Le Journal de l'entrepreneuriat, 3 , 97-111.
- AZEVEDO, A. & ALMEIDA, AH 2021. Saisir le défi de la transition numérique dans les PME - Une formation destinée aux décideurs. Sciences de l'éducation, 11 , 151.
- BABIC, A. & HANSEZ, I. 2021. Le plafond de verre des femmes managers : antécédents et conséquences pour l'interface travail-famille et le bien-être au travail. Avant Psychol, 12 , 618250.
- BAE, TJ, QIAN, S., MIAO, C. & FIET, J. 2014. La relation entre l'éducation à l'entrepreneuriat et les intentions entrepreneuriales : une revue méta-analytique. Théorie et pratique de l'entrepreneuriat, 38.
- BANDURA, A. 1997. Auto-efficacité : L'exercice du contrôle , Worth Publishers.
- BAYON, MC, VAILLANT, Y. & LAFUENTE, E. 2015. Initier des activités entrepreneuriales naissantes : le rôle relatif de la capacité entrepreneuriale perçue et réelle. Journal international du comportement et de la recherche entrepreneuriaux .
- BRECHWALD, WA & PRINSTEIN, MJ 2011. Au-delà de l'homophilie : une décennie d'avancées dans la compréhension des processus d'influence des pairs. J Res Adolesc, 21 , 166-179.
- BRODIE, J., VAN SAANE, SH & OSOWSKA, R. 2017. Aide recherchée : Explorer la valeur du mentorat entrepreneurial au démarrage. Industrie et enseignement supérieur, 31 , 122-131.
- BRUTON, G., KHAVUL, S., SIEGEL, D. & WRIGHT, M. 2015. Nouvelles alternatives financières dans l'entrepreneuriat d'amorçage : Microfinance, financement participatif et innovations entre pairs. Publications SAGE Sage CA : Los Angeles, Californie.
- CLARKE, V., BRAUN, V. & HAYFIELD, N. 2015. Analyse thématique. Psychologie qualitative : Guide pratique des méthodes de recherche, 3 , 222-248.
- COGAN, A., PRET, T. & CARDON, MS 2022. Processus de soutien social au quotidien : soutien instrumental et émotionnel des membres du ménage aux entrepreneurs. Journal international des petites entreprises, 40 , 537-563.
- DOWNING, S. 2005. La construction sociale de l'entrepreneuriat : processus narratifs et dramatiques dans la coproduction d'organisations et d'identités. Théorie et pratique de l'entrepreneuriat, 29 , 185-204.
- EDELMAN, LF, MANOLOVA, T., SHIROKOVA, G. & TSUKANOVA, T. 2016. L'impact du soutien familial sur les activités de démarrage des jeunes entrepreneurs. Journal of Business Venturing, 31 , 428-448.
- ELACQUA, TC, BEEHR, TA, HANSEN, CP & WEBSTER, J. 2009. Croyances des managers sur le plafond de verre : Facteurs interpersonnels et organisationnels. Psychologie des femmes trimestrielle, 33 , 285-294.

BIBLIOGRAFIA

- FAIRLIE, RW & FOSSEN, FM 2020. Définir l'entrepreneuriat d'opportunité par rapport à l'entrepreneuriat de nécessité : deux composantes de la création d'entreprise. Dans : POLACHEK, SW & TATSIRAMOS, K. (eds.) Change at Home, in the Labour Market, and On the Job. Émeraude Publishing Limited.
- GAIES, B., MAALAOUI, A., BOTTI, A. & MONDA, A. 2022. Investigating Pull-Entrepreneurship: The Effects of Exogenous Factors on Opportunity Perceptions in OECD Countries. Journal of Enterprising Culture, 30 , 33-69.
- GANGADHAR, B., 2020. Impliquer les femmes dans la mécanisation agricole pour améliorer les moyens de subsistance des agriculteurs d'Odisha. Journal du développement rural
- GARAIKA, G. & MARGAHANA, H. 2019. Efficacité personnelle, personnalité personnelle et confiance en soi sur l'intention entrepreneuriale : étude sur les jeunes entreprises. Journal de l'éducation à l'entrepreneuriat, 22.
- GRAEVENITZ, G., WEBER, R. & HARHOFF, D. 2010. Graevenitz, G. von, D. Harhoff et R. Weber (2010). "Les effets de l'éducation à l'entrepreneuriat", Journal of Economic Behavior and Organization, 76 (1), 90-112. Journal of Economic Behaviour & Organization, 76 , 90-112.
- GRILO, I. & THURIK, R. 2005. Entrepreneuriat latent et réel en Europe et aux États-Unis : quelques développements récents. Le Journal international de l'entrepreneuriat et de la gestion, 1 , 441-459.
- GRILO, I. & THURIK, R. 2008. Déterminants des niveaux d'engagement entrepreneurial en Europe et aux États-Unis. Changement industriel et d'entreprise, 17.
- HENRY, C., FOSS, L. & AHL, H. 2015. Recherche sur le genre et l'entrepreneuriat : examen des approches méthodologiques. Journal international des petites entreprises, 34.
- HOOGENDOORN, B., VAN DER ZWAN, P. & THURIK, R. 2019. Entrepreneuriat durable : le rôle des obstacles et des risques perçus. Journal d'éthique des affaires, 157 , 1133-1154.
- HUANG, Y., ZHANG, M., WANG, J., LI, P. & LI, K. 2022. Cognition psychologique et entrepreneuriat féminin : comparaison par pays à l'aide de la fsQCA. Journal de l'innovation et de la connaissance, 7 , 100223.
- HUMBERD, B. & ROUSE, E. 2015. Te voir en moi et moi en toi : identification personnelle dans les phases des relations de mentorat. Académie de revue de gestion, 41.

BIBLIOGRAFIA 10

- IAKOVLEVA, TA, KOLVEREID, L., GORGIEVSKI, MJ & SØRHAUG, Ø. 2014. Comparaison des obstacles perçus à l'entrepreneuriat dans les pays d'Europe de l'Est et de l'Ouest. Journal international de l'entrepreneuriat et de la gestion de l'innovation, 18 , 115-133.
- ILIE, C., MONFORT, A., FORNES, G. & CARDOZA, G. 2021. Promouvoir l'entrepreneuriat féminin : l'impact des croyances et des perceptions relatives à l'écart entre les sexes. SAGE Ouvert, 11 , 21582440211018468.
- JENNINGS, JE & TONOYAN, V. 2022. Recherche sur les stéréotypes de genre et l'entrepreneuriat : Suggestions de pistes à suivre. Journal de recherche sur l'entrepreneuriat, 12 , 187-212.
- KELLEY, DJ 2013. Global entrepreneurship monitor : 2010 Women's Report , Center for Women's Leadership au Babson College.
- KELLEY, DJ, SINGER, S. & HERRINGTON, MD 2012. Le moniteur mondial de l'entrepreneuriat : rapport mondial 2011 , GeM.
- KIRKWOOD, J. 2009. Le manque de confiance en soi freine-t-il les femmes entrepreneures ? Journal international du genre et de l'entrepreneuriat, 1 , 118-133.
- KLYVER, K., HONIG, B. & STEFFENS, P. 2018. Calendrier du soutien social et persistance dans l'entrepreneuriat naissant : explorer quand le soutien instrumental et émotionnel est le plus efficace. Économie des petites entreprises, 51 , 709-734.
- Kumari, G et Eguruze, ES, 2022. L'entrepreneuriat social chez les artisans. Artisans et entrepreneurs artisanaux , 161-182.
- LAFUENTE, E., VAILLANT, Y. & RIALP, J. 2007. Différences régionales dans l'influence des rôles modèles : comparaison du processus entrepreneurial de la Catalogne rurale. Études régionales, 41 , 779-796.
- LANGOWITZ, N. & MINNITI, M. 2007. La propension entrepreneuriale des femmes. Théorie et pratique de l'entrepreneuriat, 31 , 341-364.
- MARTIN, BC, MCNALLY, JJ & KAY, MJ 2013. Examen de la formation du capital humain en entrepreneuriat : une méta-analyse des résultats de la formation en entrepreneuriat. Journal of Business Venturing, 28 , 211-224.

BIBLIOGRAFIA

- MINNITI, M. 2010. Entrepreneuriat féminin et activité économique. Le Journal européen de la recherche sur le développement, 22 , 294-312.
- MURAWSKI, M. & BICK, M. 2017. Compétences numériques de la main-d'œuvre – un sujet de recherche ? Journal de gestion des processus commerciaux, 23 , 721-734.
- NSENGIMANA, S., TENGEH, RK & IWU, CG, 2017. La durabilité des entreprises à kigali, rwanda : une analyse des obstacles rencontrés par les femmes entrepreneurs. Durabilité, 2017, 9.
- NYSTRÖM, K. 2021. Travailler pour un entrepreneur : paradis ou enfer ? Économie des petites entreprises, 56 , 919-931.
- OBERLÄNDER, M., BEINICKE, A. & BIPP, T. 2020. Compétences numériques : Une revue de la littérature et des applications en milieu de travail. Informatique et éducation, 146 , 103752.
- RAJENDRAN, J. & INDAPURKAR, K., 2020). Les défis de l'entrepreneuriat touristique une analyse thématique. Ingénierie et gestion des tests, 82, 9240-9245.
- RIJKERS, B. & COSTA, R., 2012. Genre et entrepreneuriat rural non agricole. Développement mondial, 40 (12).
- ROPER, S. & SCOTT, JM 2009. Obstacles financiers perçus et décision de démarrage : une analyse économétrique des différences entre les sexes à l'aide des données GEM. Journal international des petites entreprises, 27 , 149-171.
- SCHWARTZ, EB 1976. Entrepreneuriat-Nouvelle frontière féminine. Journal des affaires contemporaines, 5 , 47-76.
- SØBY, M. 2013. Apprendre à être : développer et comprendre les compétences numériques.
- ST-JEAN, É. & MATHIEU, C. 2015. Développer les attitudes envers une carrière entrepreneuriale par le mentorat : le rôle médiateur de l'auto-efficacité entrepreneuriale. Journal du développement de carrière, 42 , 325-338.
- ST-JEAN, E. & TREMBLAY, M. 2020. Le mentorat pour les entrepreneurs : un coup de pouce ou une béquille ? Effet à long terme du mentorat sur l'auto-efficacité. Journal international des petites entreprises .
- STICE, E. & DESJARDINS, CD 2018. Interactions entre facteurs de risque dans la prédiction de l'apparition des troubles alimentaires : hypothèses exploratoires génératrices d'analyses. Recherche comportementale et thérapie, 105 , 52-62.

BIBLIOGRAFIA 10

- TRIANA, MDC, JAYASINGHE, M., PIEPER, JR, DELGADO, DM & LI, M. 2019. Discrimination sexuelle perçue sur le lieu de travail et conséquences pour les employés : une méta-analyse et des études complémentaires tenant compte du contexte national. Journal of Management, 45 , 2419-2447.
- VAN WERVEN, R., CORNELISSEN, J. & BOUWMEESTER, O. 2023. La dimension relationnelle des interactions de rétroaction : une étude des premières réunions de rétroaction entre entrepreneurs et mentors potentiels. Journal britannique de gestion, 34 , 873-897.
- VIAL, G. 2019. Comprendre la transformation numérique : bilan et programme de recherche. La revue des systèmes d'information stratégiques, 28 , 118-144.
- WELSH, DHB, KACIAK, E. & MINIALAI, C. 2017. L'influence des compétences perçues en gestion et de la discrimination sexuelle perçue dans les décisions de lancement par les femmes entrepreneurs. Revue internationale d'entrepreneuriat et de gestion, 13 , 1-33.
- WILLIAMS, DR 2004. Effets des activités de garde d'enfants sur la durée du travail indépendant en Europe. Théorie et pratique de l'entrepreneuriat, 28 , 467-486.
- WILSON, F., KICKUL, J. & MARLINO, D. 2007. Genre, auto-efficacité entrepreneuriale et intentions de carrière entrepreneuriale : implications pour l'éducation à l'entrepreneuriat. Théorie et pratique de l'entrepreneuriat, 31.

INFORMACJE KONTAKTOWE

AWARE SUPPORTING WOMEN IN AGRI-FOOD

AGRIWOMENAWARE

AGRIWOMENAWARE.EU/