

کارآفرینی با محوریت زنان (مرور سیستماتیک)

مریم خانلرزاده^۱

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد کارآفرینی-کسب و کار جدید

چکیده

توجه به نقش زنان در اداره و اجرای کسب و کارها در اقتصاد جهانی معطوف شده، که عمدتاً به دلیل افزایش تاکید بر برابری جنسیتی است. علیرغم اهمیتی که کارآفرینی زنان دارد، اخیراً توجه تحقیقات به کارآفرینی در زمینه پویایی کارآفرینی زنان افزایش یافته است. این مقاله با مطالعه مروری مقالات کارآفرینی زنان، دو هدف را دنبال می نماید: اولاً با بررسی بخشی از مقالات منتشر شده بین سال های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۲، مایل به پیشرفت ادراکاتمان از تحقیقات کارآفرینی زنان در سایر کشورها هستیم، ثانیاً: شکاف های موجود در ادبیات تحقیق را مشخص می کنیم.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، کارآفرینی زنان، کسب و کار، بررسی سیستماتیک

امروزه کارآفرینی و مشارکت زنان در این زمینه بعنوان ابزاری مرتبط با توسعه اقتصادی در نظر گرفته می شود. در واقع در سال ۲۰۱۰، ۱۸۷ میلیون زن در سرمایه گذاری و مدیریت مشارکت داشته ؛ بدین معنی که تقریباً ۴۲ درصد کارآفرینان در جهان زن بوده اند . ارتباط موضوع کارآفرینی زنان هم در موضوعات تحقیقاتی و هم در زمینه اجرایی ما را ملزوم به بسط یک ادبیات سیستماتیک مرتبط با موضوع کرده است . به این دلیل که آخرین تحلیل های نظام مند مرتبط با این موضوع به مقالات منتشر شده در سال ۲۰۰۰ برمی گردد (Ahl, 2006). در بین این موضوعات دو موضوع رایج و خیلی چالشی خود نمایی می کند: (۱) نقش کارآفرینان زن و (۲) روابط کارآفرینان مهاجر زن. مطالعات قبلی در زمینه زنان کارآفرین (Ahl, 2006; Brush, 1992; Gundry, Ben Yoseph & Posing, 2002) بر ارتباط این موضوعات تاکید نداشته و بجای آن تنها بر مشخصات زنان کارآفرین ، روانشناسی ، انگیزه ها ، فعالیت های شبکه ای، عملکرد و رشد در کشورهای توسعه یافته بویژه آمریکا ، کانادا و انگلستان تمرکز داشته اند. این ایده با مطالعات انجام شده در آسیا، خاورمیانه، آسیای شرقی و اقیانوسیه و با مهاجرت زنان کارآفرین از کشورهايشان که جدیداً در مجلات بین المللی مطرح شده، می تواند تعدیل شود. در این راستا، هدف ما تعمیق سیل تحقیقات جدید و نوید دهنده در این زمینه به دو دلیل است. از یک طرف با تجزیه و تحلیل ویژگی های صاحبان مشاغل زنان ، امکان مشارکت در افزایش درک نسبت به پدیده ی چند وجهی کارآفرینی وجود دارد. ویژگی های یک کشور همچون ویژگی های فرهنگی اجتماعی و جو سازمانی نقش اصلی را در تعیین میزان فرصت های زنان جهت دسترسی به راه های کارآفرینی و موفقیت کاری آنان دارد، بنابراین شانس آزمون ترکیب تئوری ها و بررسی اینکه به چه شکلی تعلق به یک فرهنگ خاص به اشکال متفاوتی تجارب کارآفرینی زنان و تمایلات آنها را تحت تاثیر قرار می دهد را برای ما فراهم آورد. از طرف دیگر زنان کارآفرین در طول تاریخ نقش مهمی در رشد اقتصادی کشورهای در حال توسعه، از طریق نقش مدیریتی در کارهای تولیدی، دست یابی به برابری جنسی و کاهش فقر ایفا کرده اند، بنابراین تحلیل ویژگی های اصلی آنها می تواند در موفقیت آمیز بودن سیاست های مرتبط با کارآفرینی و در جهت درک ظرفیت رشد و رقابت یک کشور مفید واقع شود. تحلیل های صورت گرفته در تحقیق پیش رو با رویکردی بین رشته ای و مبتنی بر هردوی ابعاد مدیریتی و جامعه شناسی می باشد. چنین انتخابی با در نظر گرفتن اینکه شکاف های موجود در تحقیقات کارآفرینانه را می توان تا حدی به بنیاد قوی تئوری های کارآفرینانه که تنها در اقتصاد ریشه یابی می شود نسبت داد (Hebert & Link, 1982; Shane, 2003) در صورتی که بعضی از جنبه های برجسته ی زنان کارآفرین را می توان تنها از طریق یکپارچه سازی رویکردهای تئوریک و ظرفیت ها و تناسب های متفاوت مورد بررسی قرار داد. عواملی همانند محدودیت های خانوادگی یا تفاوت های جنسی که به طور خاصی توسط جامعه شناسان مورد بررسی قرار می گیرد، نقش محوری را در انتخاب زنان بعنوان واحد تحلیل داشته است. تحلیل های صورت گرفته نتایج جالب توجهی را نشان می دهد. اگرچه درجه تاثیر گذاری ابعاد ساختار جامعه، فرهنگ و ارزشها بر زنان کارآفرین وابسته به جو خاص حاکم بر جامعه آنها می باشد، اما خصوصیات برای هر ناحیه جغرافیایی نشان داده شده است. تاثیر مذهب (در آسیای شرقی و ناحیه اقیانوسیه)، تفکیک اجتماعی (در منطقه خاورمیانه) و موضوع مشروعیت اجتماعی در فعالیت به عنوان یک کارآفرین (جنوب آسیا و جنب

صحرای آفریقا) همگی بعنوان فا کتوری محوری در دینامیک زنان کارآفرین خود نمایی کرده اند. در بخش های بعدی به توضیح روش تحقیق مقاله و سپس بحث و نتایج می پردازیم.

۲- مبانی نظری

معیارهای انتخاب شده و شواهد

بخش های اولیه ی مقاله در رابطه با کارآفرینی زنان مبتنی بر مروری برمبانی نظری در این ارتباط است. بعد از این فرآیند مرسوم ،بعنوان منبع اطلاعاتی تحقیق نشریات "EBSCO" و اطلاعیه ها و سایت SineceDirect انتخاب شده اند. در این راستا از سه استثنا بعنوان معیار انتخاب منابع بهره گرفته شده است: الف) استفاده از مقالات مشترک مجلات به منظور افزایش کنترل کیفیت، بنابراین کتاب ها ،فصل هایی از کتاب ها، گزارشات، کنفرانس ها و مقالات در حال اجرا و دیگر کارهای چاپ نشده مستثنی شد؛ ب)مقالاتی که به انگلیسی نوشته شده اند؛ و ج) کارهایی که در دوره زمانی ژانویه ی ۲۰۰۰ تا ژانویه ی ۲۰۱۲ منتشر شده اند. سپس مقالاتی را که در چکیده خود از کلمات کلیدی همچون "زن" یا "جنس" استفاده کرده بودند را انتخاب کردیم. در نهایت در جهت تضمین ارتباط اساسی سهم مدیریتی هریک از مقالات بواسطه جمع آوری مقالاتی که حداقل دارای هشت کلمه کلیدی دیگر علاوه بر کلمات کلیدی اصلی شامل "موسسه" یا "بخش اول کلمه کارآفرینی (Enter)" یا "شخص" یا "مشاغل" یا "مشارکت" یا "شرکت" یا "منبع" یا "نوآوری" بودند انتخاب گردید.

از سال ۲۰۰۰، تحقیقات در ارتباط با کارآفرینی زنان رشدی اساسی داشته است. نتایج نشان دهنده ی ۱۴ نشریه در دوره ۲۰۰۵-۲۰۰۰، در صورتی که در دوره ی ۲۰۱۱-۲۰۰۶ سالیانه ۴، ۵ مقاله منتشر شده؛ همچنین با رسیدن تعداد نشریات به ۱۵ در سال ۲۰۱۱، رشد توجهات به موضوع در سال های اخیر تایید می شود. چند رشته ای بودن موضوع، سبب توجه به علوم مختلف اقتصاد، جامعه شناسی، روانشناسی و مدیریت در تحقیق در رابطه با نقشی که زنان کارآفرین در کشورهای درحال توسعه ایفا کرده و اینکه چگونه زنان کارآفرین فعالیت های کارآفرینانه خود را در کشورهای خارجی بهبود می دهند، شده است. بنابراین، در پایگاه اطلاعاتی تحقیق،تنوع گسترده ای از مجلات با علوم متفاوت همانند، مجله بین المللی مدیریت و تجارت، اقتصادهای فمینیستی، سازمان انسانی، روانشناسی کاربردی:در یک نگاه بین المللی ؛جامعه شناسی بین المللی و سرمایه ی کارآفرینانه مورد استفاده قرار گرفته است.

نتایج طبقه بندی

زنان کارآفرین

سازماندهی این ساختار بر مبنای این حقیقت که تحقیقات مرتبط با کارآفرینی معمولا در برآورد چگونگی این که کارآفرینی زنان بعنوان بازتابی از زمینه ی اجتماعی، که مشاغل در آن راه اندازی می شوند ناموق عمل می کند صورت گرفته است.. در این راستا تصور مشخصات پایه ی کارآفرینی زنان به لحاظ ناحیه جغرافیایی، باتوجه به اینکه کدام فعالیت کارآفرینانه در فضای قانونی و اقتصادی کشور و همچنین بطن اجتماعی فرهنگی آن قابل پذیرش بوده، ریشه در نظریه نهادی دارد.

آسیای شرقی و اقیانوسیه

ناحیه محدوده ای وسیع و شامل کشورهای است که هرکدام از آنها از دیگری بر مبنای تاریخ، ارزشها و فرهنگ (همانند مالزی، اندونزی، چین، کره، و ویتنام) متفاوت می باشد، بنابراین یک تحلیل جامع بسیار مشکل می باشد. تفاوتها همچنین در نرخ کل کارآفرینی زنان نیز قابل ارائه است: برای مثال، مالزی بالاترین درصد زنان کارآفرین را به خود اختصاص داده، چین با کمی اعتدال دارای سطحی بالا بوده، در صورتی که کره دارای درصدی خیلی پایین از زنان کارآفرین می باشد (GEM, 2010). علی رغم این تفاوتها، تحلیل‌های ما نشان می دهد که موضوعی که در این زیر خوشه بیش از همه مورد بررسی قرار گرفته، تاثیر مذهب در فعالیت‌های کارآفرینانه می باشد. لازم به ذکر است که در تمام این سالها در کشورهای توسعه یافته توجهات بسیار کمی به این موضوع شده است (Barro & McCleary, 2003; Guisa & et al, 2006). با این حال مطالعات اخیر بیانگر اهمیت مذهب و تاثیر آن بر کارآفرینی چه بصورت مثبت و چه بصورت منفی می باشد (Audretsch, Werner & Jagannadha Pawan, 2007). در همپوشی با این مطالعات، نتایج مقاله ما بیانگر تاثیر پذیری زیاد فعالیت‌های زنان کارآفرین از اصول و مبانی اسلام (بعنوان مثال در مالزی) و کنفوسیوس (بعنوان مثال در کامبوج و ویتنام) می باشد (Faud & Bohari, 2011).

با نگاهی خاص به محتوای مقالات مربوط به این خوشه با تاکید بر مالزی، که ۳ مقاله در مجموعه داده ما را در بر می گیرد، محتواها دارای ناهمگونی بسیار بوده اما خصوصیات اجتماعی و اقتصادی هر کشور در هر کدام از آنها، نشان داده شده است. تجانس فرهنگی جامعه مالزی (Ahmad & Seet, 2010) نقشی که زنان در دوره‌های بحران ایفا می کنند (Alam, Jani & Omar, 2011) تاثیرات اسلام (Faud & Bohari, 2011) تحلیل‌های شرایط زنان کارآفرین را در کشور به طور خاصی جالب می سازد.

بررسی خصوصیات زنان چینی تنها در دو مقاله از مجموعه داده‌های ما صورت گرفته است. این نقص تحلیلی را می توان از طریق تاریخ کشور توضیح داد: تنها از سال ۱۹۸۸ شرکت‌های خصوصی و فعالیت‌های تجاری قانونی شده و در طی این سالها مسئله جنسیتی مورد غفلت بوده است. با این حال نتایج به دست آمده جالب توجه می باشد. با بررسی ۳۰۱۲ شرکت خصوصی "اینهای" (Enhai, 2011) دریافت که موسسات زنان به لحاظ تعداد کارمندان، درآمد و سهم نسبت به همتای مرد خود کوچکتر بوده، بنابراین نتایج حاصل از کشورهای توسعه یافته تایید شده و همچنین این که زنان کارآفرین بعد خانوار کوچکتر و طول مدت کاری بیشتری در شرکت‌های خود نسبت به مردان کارآفرین دارند.

آمریکای لاتین و حوزه کارائیب

تحلیل‌های اخیر ارائه شده از سوی بانک جهانی و وزارت جهانی کارآفرینی در مورد نقش اجرایی زنان بعنوان کارآفرین در آمریکای لاتین و کشورهای حوزه کارائیب به طور قابل توجهی نشان می دهد که در این نواحی تفاوت خیلی زیادی بین جنسیت باتوجه به نرخ کل فعالیت‌های کارآفرینانه وجود دارد. علاوه بر این، گزارشات اخیر شرکت مالی بین المللی بانک جهانی نشان می دهد که بیش از ۴۰ درصد مشاغل شناسایی شده در آمریکای لاتین و حوزه کارائیب در تملک زنان کارآفرین می باشد. بانگهی خاص به هرکدام از کشورهای مورد بررسی نتایج نشان می دهد که دو مقاله در مجموعه اطلاعاتی ما شرایط زنان کارآفرین را در برزیل مورد بررسی و تحلیل قرار داده اند. نمونه کوچکی از زنان مجرد در اینجا مورد بررسی قرار گرفته و نتایج مشابهی برای آنها همانند دیگر زنان کارآفرینی که

در نواحی جغرافیایی دیگر وجود دارند آشکار شد: زنان کارآفرین در این ناحیه از آموزش زیادی برخوردار بوده ولی هنوز از داشتن مشکلات مالی در مرحله راه اندازی مشاغل خود رنج می‌برند؛ بنابراین آنها متکی به پس انداز شخصی در شروع مشاغل خود می‌باشند (Smith Hunter & Leone, 2010a; Smith Hunter & Leone, 2010b). هدف اصلی هریک از این مقالات تحلیل اعتبارات خرد در رابطه با زنان کارآفرین می‌باشد. یک تصویر واضح از کارآفرینی زنان را در این نواحی جغرافیایی ترجمان و آمورس (Terejesen and Amoros, 2010) ارائه می‌دهند، که فعالیت‌های کارآفرینانه زنان را در ۱۳ کشور آمریکای لاتین و حوزه کارائیب مورد بررسی قرار داده اند. با بهره‌گیری از داده‌های وزارت جهانی کارآفرینی، این محققان برنقشی که موسسه‌های رسمی و غیر رسمی در بهبود کمیت و کیفیت زنان کارآفرین می‌تواند داشته باشند تاکید می‌کنند.

خاورمیانه

وضعیت زنان کارآفرین در خاورمیانه در مقایسه با دیگر کشورهای در حال توسعه بیانگر خصوصیات غیر معمولی است که اساسا ناشی از ساختار اجتماعی این نواحی می‌باشد. تحقیقات بین‌کشوری وزارت جهانی کارآفرینی و بانک جهانی نشان دهنده پایین‌ترین نرخ مشارکت نیروی کار زن در ناحیه خاورمیانه نسبت به سطح جهانی می‌باشد؛ بنابراین، کارآفرینی می‌تواند فرصت‌های جدیدی را برای زنان در راستای تولید درآمد خود و به منظور تقویت شرایط اجتماعی و شخصی آنها فراهم آورد. آنچنان که در مقالات ارائه شده بوسیله‌ی ال آلک و الحداد (Al-Alak and Al-Haddad, 2010) و الدجدانی و مارلو (Al, Dajani and Marlow, 2010) نسبت قدرت مردان به لحاظ فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و مهمتر از همه مذهبی تعبیه شده و زنان اغلب وابسته به مردان می‌باشند. نتیجتا، احتمال یا حق ایجاد یک شرکت خانه-محور یک فرآیند ساده نیست.

جنوب آسیا

به نظر می‌رسد گسترش فعالیت‌های کارآفرینانه در جنوب آسیا در سطح موسساتی، تا حد زیادی وابسته به سطح آموزش زنان می‌باشد. سالز لوزاک (Salz-lozach, 2011) از سوی بنیاد آسیایی بیان می‌کند که اولین و مهمترین محدودیت در مقابل مالکان مشاغل در آسیای جنوبی معمولا ترکیب سطح پایین آموزش و محدودیت دسترسی به اعتبارات می‌باشد. مقالات مرتبط با این خوزه نقش استراتژیکی که زنان کارآفرین می‌توانند در توسعه اقتصادی کشورهای خود ایفا کنند را تحلیل کرده و نتیجتا مهمترین مسایلی که مانع این توانایی‌های توسعه‌ای می‌شود را بازتاب می‌دهد. بنابراین مقالات دو موضوع اصلی را مورد بررسی قرار داده‌اند، اولین موضوع در رابطه با مقبولیت زانی است که تصمیم گرفته‌اند کارآفرین باشند اما هنوز در انتخاب بخش سرمایه‌گذاری خود و امکان بسط مشاغل خود با محدودیت روبه‌رو هستند. دومین موضوع به نیاز زنان به حمایت نه تنها در شکل اعتبارات خرد بلکه همچنین برنامه‌های آموزشی خاص به منظور ترقی مهارت‌ها و شایستگی‌هایشان در راستای تسریع رشد و عملکرد مشاغل خود و بنابراین توسعه‌ی کمی و کیفی مشاغل خود مرتبط می‌باشد (Ayadurai & Sohail, 2006; Bhatti Shar, & Shaikh, 2010).

در میان کشورهای موجود در این خوزه هندوستان یکی از آنها می‌باشد که بیشتر مورد تحلیل قرار گرفته: نتایج نشان می‌دهند که سیستم کاست هنوز بیشترین تاثیر را بر زندگی زنان و متعاقبا مشاغل و فعالیت‌های آنها دارد؛ زنانی که تصمیم به شروع کاری دارند اساسا در فعالیت‌های کارآفرینانه غیر انتفاعی مشارکت داشته و سرمایه‌های

آنها معمولاً در ابعاد خرد و خیلی کوچک می باشد (Handy & et al, 2007; Menon & van de, 2011, Nagadevara, 2009).

کارهای انجام شده در ارتباط با جنوب آسیا همچنین به تحلیل شرکت های با مالکیت زنان در بنگلادش پرداخته و اشاره دارند که اگرچه زنان حدود نیمی از جمعیت این کشور را تشکیل می دهند، وجود موانع اجتماعی و فرهنگی زنان را در راه اندازی مشاغل خود مانع می شود. با وجود آن که زنان امروزه بیشتر نسبت به توانایی ها و استعداد های خود مطلع هستند. سیستم اقتصادی حاکم آنها را به نقش حاشیه ای در جامعه هدایت می کند (Kabir & Huo, 2011).

در نهایت، مقالات انجام شده در زیرخوشه ها نیز نشان می دهند زمانی که زنان تصمیم به شرکت در سرمایه گذاری های کارآفرینانه در جنوب آسیا می کنند، کارآفرینی روستایی اولین انتخاب آنها می باشد، بنابراین در راستای حمایت از فعالیت ها و پروژه های کارآفرینانه ی آنها، برنامه های ارائه اعتبار خرد مورد نیاز می باشد (Afrin & et al, 2010).

زنان کارآفرین مهاجر

با انجام تحلیلی که بطور خاصی بر ملیت زنان کارآفرین متمرکز می باشد می توان گفت با اینکه اکثریت کارها در مجموعه ی اطلاعاتی ما بر نقشی که زنان در کشورهای مبدا خود ایفا می کنند، متمرکز هست، اما جریان های امیدوارکننده ای از تحقیقات اگرچه به ندرت، نقش خاصی که زنان کارآفرین مهاجر می توانند در کشورهای توسعه یافته ایفا کنند را مورد مطالعه قرار داده اند (Azmat, 2010; Collins & Low, 2010).

آنچه که آشکار می شود تجانس قومیتی مهاجران مورد بررسی می باشد: تجارب زنان کارآفرین، آفریقایی، عرب، آسیایی، هندوستانی، موراگویی، و ترکیه ای در ۱۰ مقاله شرایط و مشخصات کارآفرینانه ی آنها را در کشورهای توسعه یافته مختلف: هلند (Essers & et al, 2010; Essers & Benschop, 2007, 2009; Essers & et al, 2010; نیوزیلند (Pio, 2006, 2007; استرالیا (Collins & Low, 2010; ایالت متحده (Low, 2008; McQuaid, & et al; اسرائیل (al, 2010; Heilbrunn & Abu-Asbah, 2011) و ژاپن (Billore (Zainuddin, Al- Haj, & Halkias, 2010) مورد بررسی قرار داده است.

نتیجه کلی این مقالات به رنج بردن زنان کارآفرین مهاجر از دو نقطه ضعف اشاره دارد: آنها زن و متعلق به یک اقلیت ملی هستند. بنابراین جای تعجب ندارد که آنها معمولاً از نرخ خیلی بالای کارآفرینی در کشورهای میزبان برخوردار نیستند (Heilbrunn & Abu-Asbah, 2011; Pio, 2006, 2007).

۳- نتیجه گیری

این مقاله در شکل مروری بر ادبیات موضوع، یک دیدگاه جامع از تحقیقات بین رشته ای را در رابطه با زنان کارآفرین را به منظور طبقه بندی ادبیات و بسط فهم ما از مشخصه های زنان کارآفرین صورت گرفته است. باوجود ادبیات مربوط به کارآفرینی در زبان های محلی توجه به زنان کارآفرین، اخیراً فقط در مجلات انگلیسی بین المللی صورت گرفته است. این موضوع آکادمیکی جدید، در سطح بین المللی از طریق نرخ بالای کارآفرینی زنان در کشورهای در حال توسعه قابل توجه است که این موضوع به این حقیقت که این زنان اقتصادی معمولاً با چندین مشکل و مانع در دسترسی به بازارهای نیروی کار رسمی روبه رو هستند، وابسته می باشد. بنابراین زنان کارآفرین با بچه های

جوان بیشتر علاقه مند به ورود در مسیرهای کارآفرینانه می باشند چرا که کارآفرینی تنها راه آنها در جهت فرار از بیکاری است. با این حال اهمیت مطالعه و پیگیری این موضوع، اساساً به نقشی که کارآفرینی زنان هم در بُعد اجتماعی و هم در بُعد اقتصادی در این کشورها ایفا می کند مرتبط می باشد. از دیدگاه اقتصادی در این کشورها نقش زنان در ایجاد و راه اندازی مشاغل یک محرک بنیادی در رشد و توسعه اقتصادی در کل جامعه می باشد. از دیدگاه اجتماعی، ایده کارآفرینی نه تنها زمینه رهایی افراد و خانوارها را از فقر فراهم می آورد بلکه به آنها در جستجوی نیروهای رهایی بخش از انجام کارها کمک می کند. با این حال، زنان کارآفرین نقش مهمی را در اقتصاد و فرآیند توسعه این کشورها ایفا می کنند. اکثر شرکت های در مالکیت زنان در ایجاد خدماتی که شرایط کل جامعه را بهبود می بخشد مشارکت دارند. به همین دلیل و دلایلی چون اثرات مثبت فعالیت های آنها بر روی اقتصاد محلی در برنامه های اعتبارات خرد بین المللی زنان نسبت به مردان از امتیازات خاصی برخوردارند. علاوه بر این زنان در فقیرترین کشورها، نسبت به توانایی ها و مهارت های خود اعتماد داشته و در مقایسه با زنان کشورهای توسعه یافته نسبت به شکست ترس کمتری دارند. این موضوع وابسته به این حقیقت می باشد که اولاً در بسیاری موارد برای زنان کارآفرین شدن تنها راه عملی برای داشتن شغل می باشد دوماً تاثیر فرهنگی شدید مانعی در برابر زنانی است که تمایل به قرار گیری در فرآیند رقابت با مردان دارند.

مراجع

- ✓ Afrin, S., Islam, N., & Ahmed, S. U. (2010). Microcredit and rural women entrepreneurship development in Bangladesh: A multivariate model. *Journal of Business Management*, 16, 9–36.
- ✓ Ahl, H. (2006). Why research on women entrepreneurs needs new directions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 30, 595–621.
- ✓ Ahmad, N. H., & Seet, P. S. (2010). Gender variations in ethical and socially responsible considerations among SME entrepreneurs in Malaysia. *International Journal of Business and Society*, 11, 77–88.
- ✓ Alam, S. S., Jani, M., & Omar, N. A. (2011). An empirical study of success factors of wome entrepreneurs in Southern Region in Malaysia. *International Journal of Economics and Finance*, 3, 166–175.
- ✓ Al-Dajani, H., & Marlow, S. (2010). Impact of women's home-based enterprise on family dynamics: Evidence from Jordan. *International Small Business Journal*, 28, 470–486.
- ✓ Audretsch, D. B., Werner, B., & Jagannadha Pawan, T. (2007). Religion and entrepreneurship. *Jena Economic Research Papers*, 75.
- ✓ Ayadurai, S., & Sohail, M. (2006). Profile of women entrepreneurs in a war-torn area: Case study of North East Sri Lanka. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 11, 3–17.
- ✓ Azmat, F. (2010). Exploring social responsibility of immigrant entrepreneurs: Do home country contextual factors play a role? *European Management Journal*, 28, 377–386.
- ✓ Barro, R. J., & McCleary, R. (2003). Religion and economic growth across countries. *American Sociological Review*, 68, 760–781.

- ✓ Bhatti, N., Shar, A. H., & Shaikh, F. M. (2010). Entrepreneur business development in Sindh: The case of Jacobabad district. *International Business Research*, 3, 132–138.
- ✓ Billore, S., Zainuddin, A., Al-Haj, N., & Halkias, D. (2010). Female immigrant entrepreneurship: A developing sector in Japan's entrepreneurial economy. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 15, 165–186.
- ✓ Black, N. (1989). *Social feminism*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- ✓ Brush, C. (1992). Research on women business owners: Past trends, a new perspective, and future directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16, 5–30.
- ✓ Collins, J., & Low, A. (2010). Asian female immigrant entrepreneurs in small and medium-sized businesses in Australia. *Entrepreneurship and Regional Development*, 22, 97–111.
- ✓ Enhai, Y. (2011). Are women entrepreneurs more likely to share power than men entrepreneurs in decision-making? *International Journal of Business and Management*, 6, 111–119.
- ✓ Essers, C., & Benschop, Y. (2007). Enterprising identities: female entrepreneurs of Moroccan or Turkish origin in the Netherlands. *Organization Studies*, 28, 49–69.
- ✓ Faud, N., & Bohari, A. (2011). Malay women entrepreneurs in the small and medium sized ICT related business: A study on need for achievement. *International Journal of Business and Social Science*, 2, 272–278.
- ✓ Guisa, L., Sapienza, P., & Zingales, L. (2006). Does culture affect economic outcomes? *Journal of Economic Perspectives*, 20, 23–48.
- ✓ Gundry, L., Ben-Yoseph, M., & Posig, M. (2002). Contemporary perspectives on women's entrepreneurship: A review and strategic recommendations. *Journal of Enterprising Culture*, 10, 67–87.
- ✓ Handy, F., Ranade, B., & Kassam, M. (2007). To profit or not to profit: Women entrepreneurs in India. *Non Profit Management and Leadership*, 17, 383–401.
- ✓ Hébert, R. F., & Link, A. N. (1982). *The entrepreneur: Mainstream views and a radical critique*. New York: Praeger.
- ✓ Heilbrunn, S., & Abu-Asbah, K. (2011). Disadvantaged and embedded: Arab women entrepreneurs in Israel. *International Journal of Business and Social Science*, 2, 45–55.
- ✓ Kabir, M. S., & Huo, X. (2011). Advancement of rural poor women through small entrepreneurship development: The case of Bangladesh. *International Journal of Business and Management*, 6, 134–140.
- ✓ McQuaid, J., Smith-Doerr, L., & Monti, D. (2010). Expanding entrepreneurship: Female and foreign-born founders of New England biotechnology firms. *American Behavioral Scientist*, 53, 1045–1063.
- ✓ Menon, N. R., & Van Der Meulen, Y. (2011). How access to credit affects selfemployment: Differences by gender during India's rural banking reform. *Journal of Development Studies*, 47, 48–69.
- ✓ Mitra, R. (2002). The growth pattern of women-run enterprises: An empirical study in India. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 7, 217–237.
- ✓ Nagadevara, V. (2009). Impact of gender in small scale enterprises: A study of women enterprises in India. *International Journal of Business and Economics*, 9, 111–117.

-
- ✓ Onuoha, G. (2007). Entrepreneurship. *AIST International Journal*, 10, 20–32.
 - ✓ Pio, E. (2006). Solo songs and symphonies: Ethnic minority Indian women entrepreneurs in New Zealand. *Journal of Enterprising Culture*, 14, 155–176.
 - ✓ Salze-Lozac'h, V. (2011). APEC 2011: Unleashing women entrepreneurship in Asia. The Asian Foundation. Published online, <http://asiafoundation.org>.
 - ✓ Shane, S. (2003). *A general theory of entrepreneurship*. Cheltenham: Edward Elgar.
 - ✓ Smith-Hunter, A. E., & Leone, J. (2010a). Afro-Brazilian women entrepreneurs: Characteristics, critical issues and current comments. *Research in Business and Economics Journal*, 2, 1–15.
 - ✓ Smith-Hunter, A. E., & Leone, J. (2010b). Evidence on the characteristics of women entrepreneurs in Brazil: An empirical analysis. *International Journal of Management and Marketing Research*, 3, 85–102.
 - ✓ Terjesen, S., & Amoros, J. E. (2010). Female entrepreneurship in Latin America and the Caribbean: Characteristics, drivers and relationship to economic development. *European Journal of Development Research*, 22, 313–330.