

دراسة ميدانية لريادة الأعمال النسائية في منطقة الشرق الأوسط

- التحديات والفرص -

د. بوران سمية

المركز الجامعي نور البشير البيض - الجزائر -
soumia_bourane@yahoo.fr

د. ضيف عائشة

جامعة محمد خيضر بسكرة - الجزائر -
difaicha@gmail.com

Received: October 2017

Accepted: November 2017

Published: December 2017

ملخص: واجهت المرأة الجزائرية العديد من التحديات للدخول إلى قطاع الأعمال، مثل صعوبة الحصول على ترخيص من الجهات الرسمية لمزاولة بعض الأنشطة في قطاع الأعمال، كالاستشارات الهندسية والمقاولات والاستيراد والتصدير، واضطرار المرأة بالتالي إلى أن تعمل من خلال تسجيل نشاطها باسم والدها أو زوجها في بعض الأحيان، ونظراً لما تتمتع به المرأة الجزائرية من إمكانيات ومستويات تعليمية متميزة، فضلاً عن تغير نظرة المجتمع الجزائري وتقبله دخول المرأة مجال العمل والاستثمار، توسع حضور المرأة في النشاط الاقتصادي. وتكشف إحصاءات وزارة الصناعة والتجارة عن حضور ملموس للمرأة كسيادة أعمال، إذ تبلغ نسبة مشاركتها من جملة السجلات التجارية في عام 2014 إلى 7,55%، وهي النسبة التي ارتفعت إلى 8% بنهاية عام 2015، وبالنظر إلى هذه الإحصاءات نجد أن حصة سيدات الأعمال لم تسجل ارتفاعاً ملحوظاً بالمقارنة مع مثيلاتها في دول الخليج والمنطقة العربية. وفقاً لتقرير منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (2014) فإن اقتصاديات لديها أدنى نسبة في عمالة المرأة في العالم وبالمثل مستوى منخفض من رائدات الأعمال، واستغلال إمكانيات المرأة قد يعزز تنمية القطاع الخاص وينعش الإنتاجية والابتكار والنمو الاقتصادي. يقوم هذا البحث حول إمكانية رفع التحديات المتعلقة بريادة الأعمال النسائية في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وهذا بالاعتماد على مجموعة من الدراسات الميدانية.

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال النسائية؛ التحديات؛ منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا؛ دراسات ميدانية.

Abstract: The primary aim of this research is to examine challenges and opportunities facing women entrepreneurship in the developing context of MENA region with a particular focus on sociocultural context of Algeria. While existing studies have laudably increased the interest of scholars in theorizing and conceptualizing issues and policy makers in promoting entrepreneurship in various economic sectors and for everyone, there has been a tendency to over emphasize male entrepreneurship with a particular focus on Anglo-American economies and a few emerging business contexts. Such Western- and male-dominated entrepreneurship research has been to the detriment of other: women entrepreneurship in non-Western developing economies which are characterized by their masculine domination. The absence of recent empirical research on women entrepreneurship suggests that the existing research of entrepreneurship fails to account for challenges and opportunities in contemporary fast-growing economies of MENA region which has been characterized by its unique socio-economic, religious, cultural and political context. In fact, recent research evidence indicates that women entrepreneurship world wide is an under-tapped force that has the potential to rekindle economic growth and development in the region. Overall, the current study highlights a need for a context-based evaluation of women entrepreneurship. In the light of sparse nature of the empirical evidence on women entrepreneurship within the milieu of non-Western developing economies, the rise of feminism coupled with the promising economic opportunities for women in MENA region, the fundamental question remains as to 'whether the current business environment promotes or inhibit female entrepreneurship in the region'. The current study aims to respond to this question by adopting a qualitative research method to elucidate the factors that could play a part

in creating a robust business environment for women entrepreneurship in Algeria. In a manner consistent with the institutional theory, the findings lend support to myriad of institutional forces and social structure that impede transition to a stable business environment which is conducive to women entrepreneurship: the assumptions underpinning

Keywords: Women entrepreneurship, MENA region, The theory of gender, Case study, Algeria.

مقدمة:

سجلت الأبحاث النظرية والدراسات الميدانية عبر العالم اتفاقاً حول أهمية ريادة الأعمال النسائية باعتبارها محور من محاور النمو الاقتصادي وعلى ضرورة تشجيع المرأة باعتبارها عنصر فعال من المجتمع؛ إذ تتجلى مميزات ريادة الأعمال النسائية في:

- تقليص البطالة وخلق مناصب العمل وبالأخص للنساء الماكثات في البيوت.
 - المساهمة في تنشيط وإنعاش الاقتصاد الوطني والمحلي على حد سواء.
 - محاربة الفقر وتعزيز مكانة المرأة في المجتمع.
- كما يجدر بنا الذكر أن فكرة تأنيث ريادة الأعمال تعود إلى نظرية المقاربة بالنوع (Dif, 2010, p. 15)؛ والتي تهتم بدراسة المفارقات بين النوع الواحد كدراسة أسباب انعدام الحظوظ بالنسبة للمرأة في تولي بعض المناصب أو دراسة أسباب انعدام مشاركة المرأة في بعض المجالات الاقتصادية، السياسية... الخ.
- وتشير بعض الدراسات أن ريادة الأعمال النسائية تختلف من دولة إلى أخرى ومن منطقة إلى أخرى، فقد نجد:
- اختلافات في نوع وطبيعة المشاكل التي تواجه المرأة رائدة من دولة إلى أخرى ومن منطقة إلى أخرى في نفس الدولة.
 - اختلاف في نسبة الحظوظ من دولة إلى أخرى ومن منطقة إلى أخرى في نفس الدولة.
 - تنوع المميزات وفقاً للعوامل السوسولوجية والثقافية (Dif, 2010, p. 20).
- وللعلم فقد أثارت ظاهرة ريادة الأعمال النسائية حالياً انتباه العديد من الباحثين فمنهم من ربط ما بين دور الزوج (Nikina, Shelton, & Loarne, 2012) في دعم الرئة الرائدة كفرضية لتطوير منهج البحث في ريادة الأعمال النسائية (Nikina, Le Loarne, & Shelton, 2013, p. 39)، فهم يحاولون فهم هذه الظاهرة في جميع أنحاء العالم وقد استنتج البعض منهم أنه لدراسة ريادة الأعمال النسائية فإنه ينبغي أن توضع في سياقها الأصلي أي دراستها في محيطها أو بعبارة أخرى في السياق الاجتماعي الثقافي الخاص بما (Albagli, 1995; Arasti, 2008; Dif, 2010; GHIAT, n.d). وفي هذا الصدد يتطرق بحتنا إلى:

- دراسة ريادة الأعمال النسائية في منطقة الدول العربية وبالأخص في دولة الجزائر.
 - فهم تحديات وفرص ريادة الأعمال النسائية في الدول العربية.
 - تحديد أهم الحلول والاقترحات للنهوض بريادة الأعمال النسائية في الدول العربية.
- واجهت المرأة الجزائرية العديد من التحديات للدخول إلى قطاع الأعمال، مثل صعوبة الحصول على ترخيص من الجهات الرسمية لمزاولة بعض الأنشطة في قطاع الأعمال، كالاستشارات الهندسية والمقاولات والاستيراد والتصدير، واضطرار المرأة بالتالي إلى أن تعمل من خلال تسجيل نشاطها باسم والدها أو زوجها في بعض الأحيان، ونظراً لما تتمتع به المرأة الجزائرية من إمكانيات ومستويات تعليمية متميزة، فضلاً عن تغير نظرة المجتمع الجزائري وتقبله دخول المرأة مجال العمل والاستثمار، توسع حضور المرأة في النشاط الاقتصادي. وتكشف إحصاءات وزارة الصناعة والتجارة عن حضور ملموس للمرأة كسيدة أعمال، إذ تبلغ نسبة مشاركتها من جملة السجلات التجارية في عام 2014 إلى 7,55%، وهي النسبة التي ارتفعت إلى 8%

بنهاية عام 2015، وبالنظر إلى هذه الإحصاءات نجد أن حصة سيدات الأعمال لم تسجل ارتفاعا ملحوظا بالمقارنة مع مثيلاتها في دول الخليج والمنطقة العربية. وفقا لتقرير منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (2014) فإن اقتصاديات لديها أدنى نسبة في عمالة المرأة في العالم وبالمثل مستوى منخفض من رائدات الأعمال، واستغلال إمكانات المرأة قد يعزز تنمية القطاع الخاص وينعش الإنتاجية والابتكار والنمو الاقتصادي. يقوم هذا البحث حول إمكانية رفع التحديات المتعلقة بريادة الأعمال النسائية في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وهذا بالاعتماد على مجموعة من الدراسات الميدانية.

1. نظرية المقاربة بالنوع وريادة الأعمال النسائية

حسب تقرير لمنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OECD, 2014) سجلت منطقة الشرق الأوسط و شمال أفريقيا أدنى نسبة لعمالة المرأة و لرائدات الأعمال في العالم فوفقا لهذا التقرير فإن معدل مشاركة المرأة العربية في القوة العاملة في المنطقة هو الأدنى في العالم إذ يبلغ 24٪. مقارنة بأكثر من 60٪ في المتوسط في بلاد منظمة التعاون الاقتصادي. يمكننا القول أن منطقة الشرق الأوسط و شمال أفريقيا تتميز بأكبر فجوة بين الجنسين في ميدان ريادة الأعمال في العالم، إذ تمثل نسبة مساهمة المرأة 12٪ مقارنة مع 31٪ من الرجال. وعلى هذا الأساس اتجهت الأبحاث الاقتصادية المتخصصة بدور المرأة العربية بصفة عامة (Bengharbit -Remaoun & Rahou, 2006, 2008; Dif, 2010; Tahir-Metaiche, 2013) و في ميدان ريادة الأعمال بصفة خاصة لفهم وتحديد أهم المحفزات والعوائق التي تواجهها المرأة العربية للدخول في ميدان ريادة الأعمال، كما لا يفوتنا أن نعزز الدور الفعال للمرأة كمتعامل اقتصادي، قصد النهوض بريادة الأعمال النسوية باعتبارها محرك للاقتصاد وعامل أساسي لمحاربة الفقر وتحسين دور المرأة العربية في المجتمع. انطلاقا مما ورد سابقا يعود أصل تأنيث ريادة الأعمال إلى نظرية المقاربة بالنوع ودورها الأساسي في إبراز أهمية المرأة كعنصر بشري. الجدول رقم (1) يوضح لنا تطور قضية المرأة في العالم وفقا للمؤتمرات العالمية التي انعقدت ما بين فترة 1975-1995 والتي اهتمت بدراسة المرأة باعتبارها عنصر فعال في المجتمع يجب المحافظة عليه.

الجدول رقم (1): أهم المؤتمرات العالمية التي ساهمت في حماية المرأة وتعزيز مكانتها في العالم

المؤتمر العالمي	مضمونه
المكسيك (1975) (للمرأة)	<ul style="list-style-type: none"> - القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة - ضمان المساواة بين المرأة والرجل في الحقوق والحرية - ضما المشاركة المتساوية في الحياة السياسية والعامة
كوبنهاجن (1980) (للمرأة)	<ul style="list-style-type: none"> - إلغاء التمييز والفرقة بين المرأة والرجل، وفيما بين النساء أنفسهن حسب العرق والدين والحالة الاجتماعية والاقتصادية. - وضع قانون يحمي المرأة من ضرر التمييز والفرقة والتهميش للمرأة.
نيروبي (1985) (للمرأة)	<ul style="list-style-type: none"> - تمكين المرأة - مشاركة المرأة والحد من الفجوة النوعية - التمتع بحقوق الإنسان - المساواة بين الجنسين في مجالات مشاركة التنمية
القاهرة (1994) (للسكان والتنمية)	<ul style="list-style-type: none"> - توسيع وزيادة فرص التعليم للفتيات ذلك لرفع وضع المرأة - تحسين نوعية الرعاية الصحية فيما يتعلق بالمرأة. - تمكين المرأة
كوبنهاجن (1995) (التنمية الاجتماعية)	<ul style="list-style-type: none"> - إيقاف حدة الفقر - زيادة العمالة وسط الفئات العمرية من القوة العاملة

تحقيق التماسك الاجتماعي وتخفيف حدة الصراع العرقي الاجتماعي	
اعتماد "منهاج عمل" يركز على القضايا الرئيسية التي حددت العقبات أمام النهوض بالمرأة في العالم.	بيجين (1995) (للمرأة)

المصدر: حوصلة من إعداد الباحثين.

1.1. نظرية المقاربة بالنوع: مند السبعينات بدأت السياسات التنموية في التركيز على أهمية العنصر البشري باعتباره مورد اقتصادي يساهم في تطوير الإنتاج ومنذ ذلك الوقت أصبحت التنمية تكتسب معنى أكثر شمولية فهي تتضمن احترام حقوق كل أنواع البشر نساء أو رجلا، كهولا أو شبابا، ريفيين أو حضريين ، فللتنمية البشرية مبدئين :

– تحديد الإمكانيات ويشمل هذا المبدأ تحسين الصحة، المعرفة، الكفاءات (التأهيل).
– فهم كيفية استعمال الأفراد للإمكانيات التي اكتسبوها: الإنتاج، استغلال أوقات الفراغ، الأنشطة الاجتماعية والثقافية والسياسية.

إذن يمكننا القول أن بداية الاهتمام بالمرأة كعنصر بشري يعود إلى نظرية التنمية البشرية أولا وثانيا لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي باعتبارها من أهم المؤشرات التي تساعد في قياس وتقييم مستوى التنمية البشرية ألا وهو **مؤشر المشاركة النسائية**. إن إثارة موضوع التنمية البشرية أو إدماج المرأة فيها لا يكفي فلا بد من التعمق في الأبحاث العلمية التي شددت الانتباه لفكرة تأنيث ريادة الأعمال وهي نظرية المقاربة بالنوع . وتشمل هذه النظرية عنصرين، فالأول مفهوم المقاربة والثاني مفهوم النوع ، وهما :

– المقاربة وهي التركيز على الفوارق بين الدول النامية و الفقيرة.

– أما النوع GENDER فهو مصطلح اجتماعي بحث يشير إلى التنظيم الاجتماعي لفتيتين مختلفتين: رجلا ونساء.

1.2. التحليل حسب النوع الاجتماعي: على هذا الأساس تميزت جميع الأبحاث العلمية المتخصصة في ميدان ريادة الأعمال النسائية (Popescu, 2012)، فقد تم تحليل مفهوم النوع الاجتماعي لريادة الأعمال بالاعتماد على الوسائل المعتمدة في ميدان النوع الاجتماعي وهي تتمثل فيما يلي :

* **تحديد النوع الاجتماعي للأدوار :** يعتبر التعرف على تقسيم الأدوار بين النساء والرجال أول وسيلة لإظهار وتوضيح الأعمال والأدوار التي يؤديها النساء والرجال في مجتمع ما أو في بيئة معينة والتي تحددها ثقافة المجتمع وتقاليد و عاداته :
– فمن هنا يمكن تقييم الدور الاقتصادي للمرأة في المجتمع وفقا لمكانتها التي تؤديها داخل الأسرة والمجتمع ففي بعض المجتمعات تخضع المرأة للتقاليد والعادات التي تقيدها وتخصر دورها في الإنجاب والتربية داخل الأسرة فقط(المرأة دورها الأسري فقط أي بدورها كزوجة وأم وربة بيت).

– تقسيم العمل بين النساء والرجال على أساس بعض التصورات الفكرية السائدة الناتجة عن التطبيع الاجتماعي التي تجنس بعض الميادين الاقتصادية وتحرمها قطعيا (ادوار مخصصة للرجال فقط).

– التقليل من مكانة المرأة ،بالفعل يهتم التحليل وفقا للنوع بدراسة حظوظ المرأة في تقلد بعض المهام الاقتصادية كنسبة امتلاكها لمناصب عليا أو نسبة مشاركتها في سوق العمل بصفة عامة و بريادة الأعمال بصفة خاصة، وعلى سبيل المثال يعد مشكل الوكيل من احد صفات التقليل من شان المرأة (Welsh, Memili, Kaciak, & Al Sadoon, 2014, p. 760)

* **المساهمة في تعريف وإبراز ريادة الأعمال النسائية :** عدة تساؤلات تم تداولها في الأبحاث التي اهتمت بدراسة ريادة الأعمال النسائية من هي المرأة رائدة ؟ لماذا تصبح رائدة ؟ ما نوع الأعمال التي تهتم بإنشائها أو القطاع الذي يجذبها ؟ كيف تحصل المرأة الرادة على رأس المال لإنشاء مؤسسة؟ (Parker, 2010, p. 170) المرأة الرائدة أو "المقاولة" هي " المرأة التي

تنشئ، تشتري أو تتلقى مؤسسة كميراث لها، وتقوم بتحمل المسؤولية المالية، الإدارية والاجتماعية. كما تقوم بتسييرها". وفي هذا السياق لا يفوتنا أن نحدد التصنيفات الأربعة للمرأة رائدة التي تم تحديدها انطلاقاً من التعريف المتفق عليه للأدوار حسب النوع والذي يقتضي بتعريف المرأة رائدة حسب درجة قبولها لتبعية الرجل (Shabbir & Di Gregorio, 1996, p. 510):

— المرأة الرائدة المألوفة أو التقليدية (**Conventional business owners**): تتميز هذه الفئة من النساء بقدرتهن على التأقلم مع الضغط المتولد داخل الأسرة و خبراتهن المهنية معظمهن متزوجات وينشان مؤسستهن بالاعتماد على المهارات المكتسبة من خلال متابعتهم لأدوارهن الأنثوية التقليدية.

— المرأة الرائدة المبدعة (**Innovative proprietors**): تتميز هذه الفئة من النساء بقدرتهن العالية في الإبداع ولرفضهن للانصياع لفكرة تبعية الرجل وفكرة تأنيث ادوار المرأة، من مميزات هذه الفئة أنهم يعتبرون ريادة الأعمال كمحور أساسي في الحياة، وهن نساء ذات مستوى تعليمي عالي نجحن في تأسيس وتسيير مشروعاتهن على جميع المستويات وبالأخص المستوى التنظيمي. هذه الفئة هن النساء رائدات استطعن أن يجعلن من المشاكل والعراقيل التي تواجههن دافعا لتعزيز روح المبادرة وتحقيق طموحاتهن.

— المرأة الرائدة المتزلية أو الأسرية (**Domestic business owners**): تتميز هذه الفئة من النساء بكونهن يتمتعن بحس منخفض لريادة الأعمال فهن يجذبن دورهن كأمهات أو ربات بيوت كدور أساسي على فكرة الاستقلالية ويعتبرن ريادة الأعمال دور ثانوي لكن ريادة الأعمال تمنحهن فرصة تحقيق الذات.

— المرأة الرائدة المتطرفة (**Radical proprietors**): تتميز هذه الفئة من النساء بكونهن يرفضن فكرة التبعية للرجل، هن في اغلب الأحيان من أتباع الفكر النسائي (feminists) الذي ينادي بالمساواة بين الرجل والمرأة في المجتمع، ويتميزن بالتفوق ما بين الجانب الاقتصادي والاجتماعي لمؤسستهن كما يعتمدن على مؤشر الأرباح المحققة من طرفهن لتعزيز الفكر النسائي.

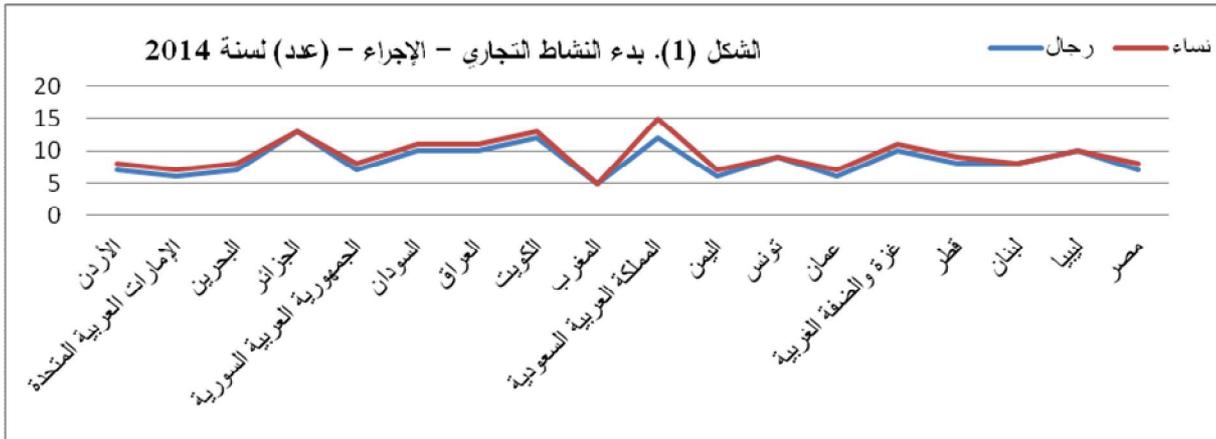
2. مشاركة المرأة العربية في ميدان ريادة الأعمال

يعتبر معدل مشاركة المرأة في سوق العمل مؤشراً رئيسياً على مكانتها في المجتمع، إذ تمثل مشاركة المرأة العربية في سوق العمل نحو 50 في المائة من السكان وحوالي 63 في المائة من الطلاب الجامعيين، ولكنها لا تشكل في المتوسط أكثر من 29 في المائة من اليد العاملة وفقاً للتقرير الاقتصادي العربي الموحد (الفصل العاشر: مشاركة المرأة العربية في سوق العمل التقرير الاقتصادي العربي الموحد أسواق العمل في الدول العربية).

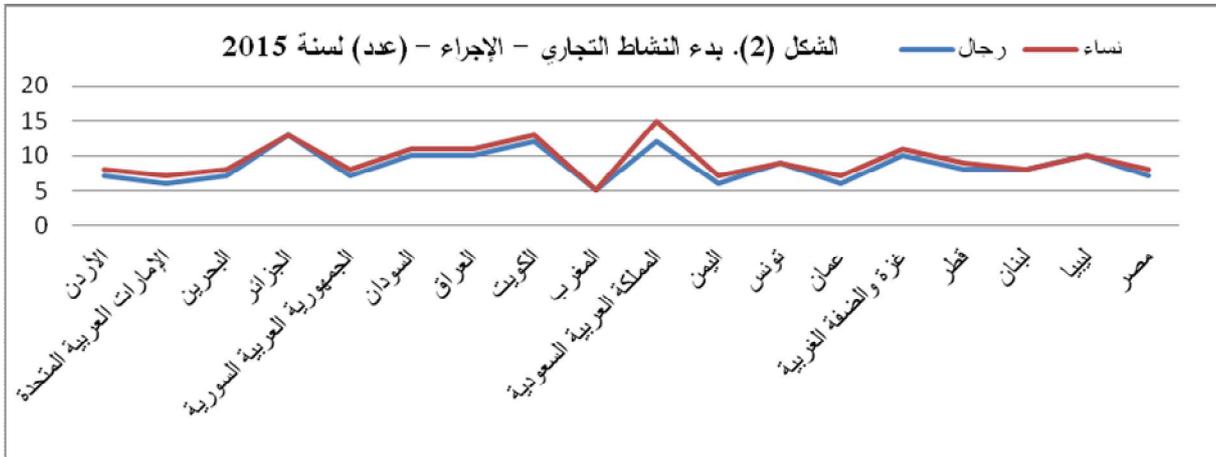
2.1 مؤشرات مشاركة المرأة العربية في ميدان ريادة الأعمال

2.1.1 بدئ النشاط التجاري عدد الإجراءات: يختلف معدل عدد الإجراءات (القانونية والإدارية) الخاصة بإنشاء النشاط التجاري من دولة عربية إلى أخرى، لكن هذا الاختلاف لا يشكل أبداً أي إشكال إن تم المقارنة من دولة عربية إلى أخرى كما هو موضح في البيانات التالية:

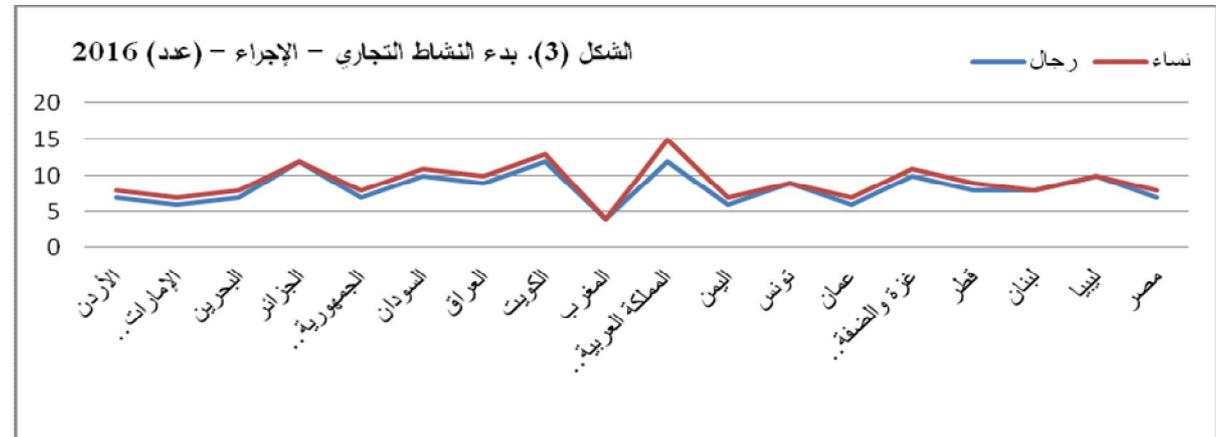
وفقاً لإحصائيات سنة 2014، فإن الدول التي سجلت أعلى عدد الإجراءات الخاصة ببداية النشاط التجاري هي كالتالي: في المرتبة الأولى المملكة السعودية ب 12 إجراء إداري للرجل و 15 إجراء إداري للنساء تليها الجزائر ب 13 إجراء إداري لكلي الجنسين على حد سواء ثم الكويت ب 12 إجراء إداري للرجل و ب 13 إجراء إداري للنساء.



المصدر: أعدت البيانات من معطيات البنك الدولي لقياس أنظمة الأعمال الخاصة بإقليم الشرق الأوسط وشمال أفريقيا لسنة 2014 وفقا لإحصائيات سنة 2015 فان الدول التي سجلت أعلى عدد الإجراءات الخاصة ببدء النشاط التجاري هي كالتالي: في المرتبة الأولى المملكة السعودية ب 12 إجراء إداري للرجل و 15 إجراء إداري للنساء تليها الجزائر ب 13 إجراء إداري لكلي الجنسين على حد سواء ثم الكويت ب 12 إجراء إداري للرجل و ب 13 إجراء إداري للنساء.



المصدر: أعدت البيانات من معطيات البنك الدولي لقياس أنظمة الأعمال الخاصة بإقليم الشرق الأوسط وشمال أفريقيا لسنة 2015 وفقا لإحصائيات سنة 2016، فان الدول التي سجلت أعلى عدد الإجراءات الخاصة ببدء النشاط التجاري هي كالتالي: في المرتبة الأولى المملكة السعودية ب 12 إجراء إداري للرجل و 15 إجراء إداري للنساء تليها الجزائر ب 12 إجراء إداري لكلي الجنسين على حد سواء ثم الكويت ب 12 إجراء إداري للرجل و ب 13 إجراء إداري للنساء.



المصدر: أعدت البيانات من معطيات البنك الدولي لقياس أنظمة الأعمال الخاصة بإقليم الشرق الأوسط وشمال أفريقيا لسنة 2016.

على الرغم من تمركز الدول الثلاثة في نفس الفئة للمدة المتراوحة من 2014 إلى 2016، إلى أننا نلاحظ اختلاف واضحاً بين الفئتين (رجال ونساء) فيما يخص مؤشر عدد الإجراءات الخاصة ببدء النشاط التجاري من دولة عربية إلى أخرى، كما يمكننا تحديدها فيما يلي :

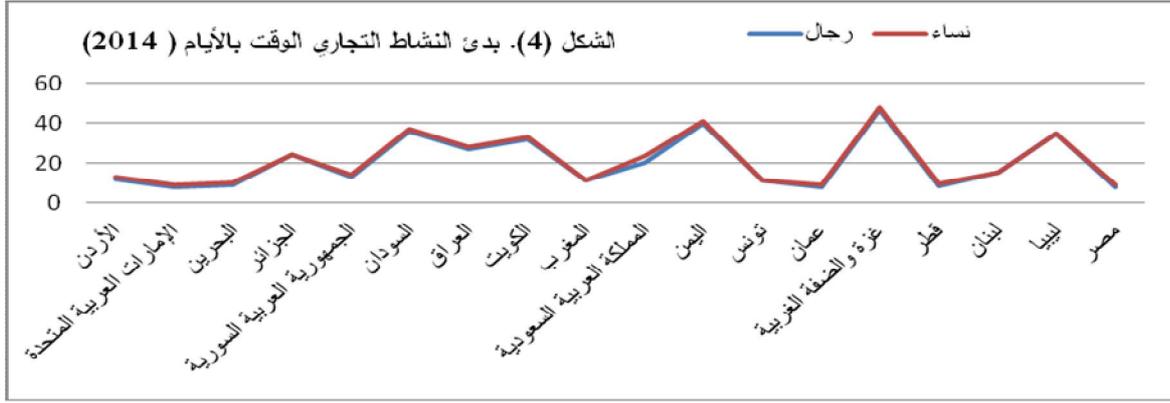
* الدول التي لا تميز بين جنس صاحب النشاط التجاري: الجزائر، المغرب، تونس، لبنان و ليبيا.
* الدول التي تميز بين جنس صاحب النشاط التجاري: الأردن، الإمارات العربية المتحدة، البحرين، الجمهورية العربية السورية، السودان، العراق، الكويت، المملكة العربية السعودية، اليمن، عمان، قطر، غزة والضفة الغربية.
إن دول شمال إفريقيا على غرار لبنان تتسم بالمساواة بين الجنسين فيما يتعلق بعدد الإجراءات أما دول الشرق الأوسط وبالأخص الخليج لا تحترم بتاتا هذا المبدأ وبالأخص المملكة العربية السعودية التي حطمت الرقم القياسي بفارق 3 إجراءات إضافية للنساء مقارنة مع باقي الدول العربية بفارق إجراء واحد مابين الجنسين وهذا ما يوضحه الجدول رقم (2) .

الجدول رقم(2): بدء النشاط التجاري - الإجراءات - (عدد)						
البلدان	السنة 2014		السنة 2015		السنة 2016	
	رجال	نساء	رجال	نساء	رجال	نساء
الأردن	7	8	7	8	7	8
الإمارات العربية المتحدة	6	7	6	7	6	7
البحرين	7	8	7	8	7	8
الجزائر	13	13	13	13	12	12
الجمهورية العربية السورية	7	8	7	8	7	8
السودان	10	11	10	11	10	11
العراق	10	11	10	11	9	10
الكويت	12	13	12	13	12	13
المغرب	5	5	5	5	4	4
المملكة العربية السعودية	12	15	12	15	12	15
اليمن	6	7	6	7	6	7
تونس	9	9	9	9	9	9
عمان	6	7	6	7	6	7
غزة والضفة الغربية	10	11	10	11	10	11
قطر	8	9	8	9	8	9
لبنان	8	8	8	8	8	8
ليبيا	10	10	10	10	10	10
مصر	7	8	7	8	7	8

المصدر: من معطيات البنك الدولي لقياس أنظمة الأعمال الخاصة بإقليم الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

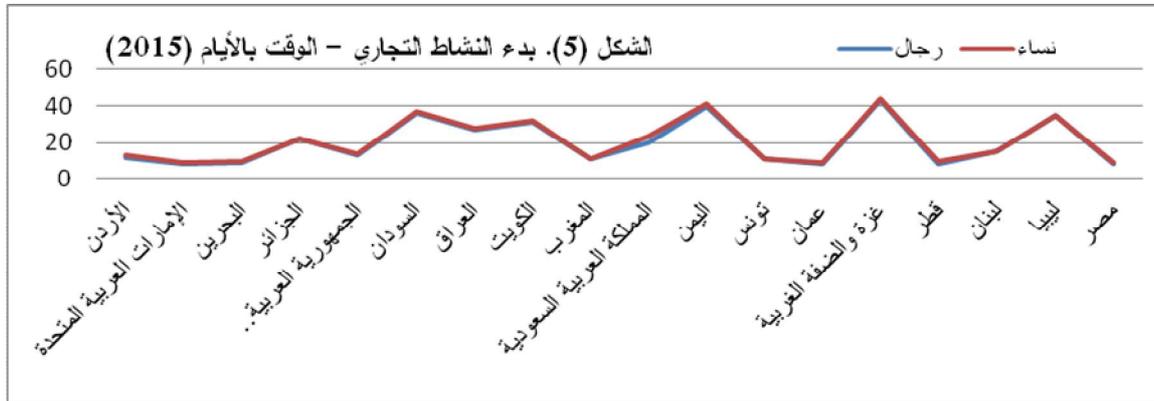
2.1.2. بدئ النشاط التجاري الوقت بالأيام: يختلف معدل المدة الخاصة ببدء بإنشاء النشاط التجاري من دولة عربية إلى أخرى، لكن هذا الاختلاف لا يشكل أبداً أي إشكال إن تم المقارنة من دولة عربية إلى أخرى كما هو موضح في البيانات التالية :

وفقاً لإحصائيات سنة 2014، فإن الدول التي سجلت أعلى مدة خاصة ببدء النشاط التجاري هي كالتالي : في المرتبة الأولى غزة والضفة الغربية ب 47 يوم للرجل و 48 يوم للنساء، تليها السودان ب 36 يوم للرجل و 37 يوم للنساء ، ثم ليبيا ب 35 يوم لكل الجنسين على حد سواء.



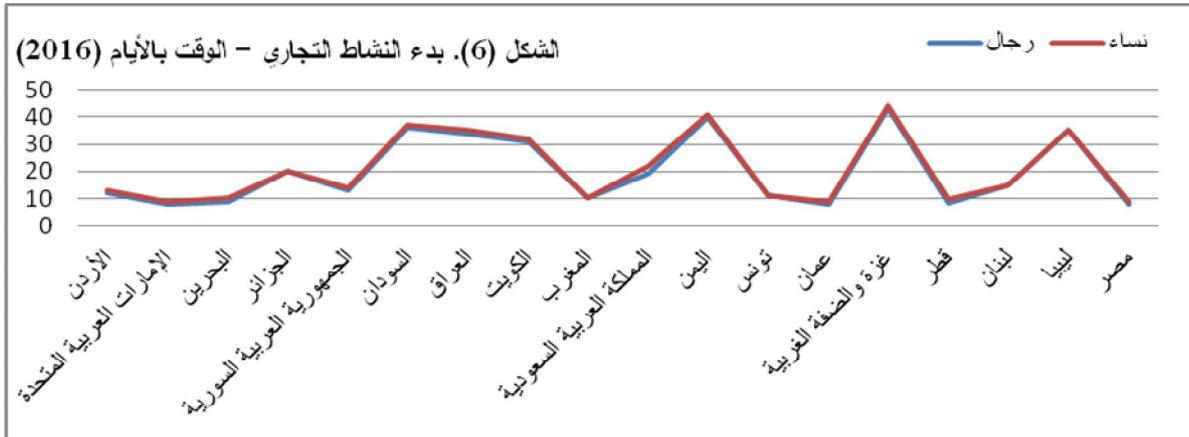
المصدر: أعدت البيانات من معطيات البنك الدولي لقياس أنظمة الأعمال الخاصة بإقليم الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

وفقا لإحصائيات سنة 2015، فإن الدول التي سجلت أعلى مدة خاصة ببدء النشاط التجاري هي كالتالي : في المرتبة الأولى غزة والضفة الغربية ب 43 يوم للرجل و44 يوم للنساء، تليها السودان ب 36 يوم للرجل و37 يوم للنساء، ثم ليبيا ب 35 يوم لكلى الجنسين على حد سواء.



المصدر: أعدت البيانات من معطيات البنك الدولي لقياس أنظمة الأعمال الخاصة بإقليم الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

وفقا لإحصائيات سنة 2016 فإن الدول التي سجلت أعلى مدة خاصة ببدء النشاط التجاري هي كالتالي : في المرتبة الأولى غزة والضفة الغربية ب 43 يوم للرجل و44 يوم للنساء، تليها السودان ب 36 يوم للرجل و37 يوم للنساء ثم ليبيا ب 35 يوم لكلى الجنسين على حد سواء.



المصدر: أعدت البيانات من معطيات البنك الدولي لقياس أنظمة الأعمال الخاصة بإقليم الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

على الرغم من تمركز الدول الثلاثة في نفس الفئة للمدة المتراوحة من 2014 إلى 2016 إلى أننا نلاحظ اختلاف واضحاً بين الفئتين (رجال ونساء) فيما يخص مؤشر المدة الخاصة ببدء النشاط التجاري من دولة عربية إلى أخرى، كما يمكننا تحديدها فيما يلي :

* الدول التي لا تميز بين جنس صاحب النشاط التجاري: الجزائر، المغرب، تونس، لبنان و ليبيا.
* الدول التي تميز بين جنس صاحب النشاط التجاري: الأردن، الإمارات العربية المتحدة، البحرين، الجمهورية العربية السورية، السودان، العراق، الكويت، المملكة العربية السعودية، اليمن، عمان، قطر، غزة والضفة الغربية.
إن دول شمال إفريقيا على غرار لبنان تتسم بالمساواة بين الجنسين فيما يتعلق المدة الخاصة ببدء النشاط التجاري أما دول الشرق الأوسط وبالأخص الخليج لا تحترم بتاتا هذا المبدأ وبالأخص المملكة العربية السعودية التي حطمت الرقم القياسي بفارق 3 أيام إضافية للنساء مقارنتاً مع باقي الدول العربية بفارق يوم واحد ما بين الجنسين وهذا ما يوضحه الجدول رقم (3) .

الجدول رقم 3 . بدء النشاط التجاري - الوقت - (أيام)						
البلدان	السنة 2014		السنة 2015		السنة 2016	
	رجال	نساء	رجال	نساء	رجال	نساء
الأردن	12	13	12	13	12	13
الإمارات العربية المتحدة	8	9	8	9	8	9
البحرين	9	10	9	10	9	10
الجزائر	24	24	22	22	20	20
الجمهورية العربية السورية	13	14	13	14	13	14
السودان	36	37	36	37	36	37
العراق	27	28	27	28	34	35
الكويت	32	33	31	32	31	32
المغرب	11	11	11	11	10	10
المملكة العربية السعودية	20.5	23.5	20.5	23.5	19	22
اليمن	40	41	40	41	40	41
تونس	11	11	11	11	11	11
عمان	8	9	8	9	8	9
غزة والضفة الغربية	47	48	43	44	43	44
قطر	8.5	9.5	8.5	9.5	8.5	9.5
لبنان	15	15	15	15	15	15
ليبيا	35	35	35	35	35	35
مصر	8	9	8	9	8	9

المصدر: من معطيات البنك الدولي لقياس أنظمة الأعمال الخاصة بإقليم الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

استناداً إلى المعطيات التي سجلتها بيانات منظمة GEM (OECD-MENA, 2013) فإن الشكل (7) يمثل معدل نشاط ريادة الأعمال وفق النوع في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، إذ بلغت نسبة النساء 3,65% ضمن فئة أصحاب الأعمال ذوي مؤسسات تم إنشائها في مدة (<3.5 سنوات) مقارنتاً مع 12% للرجال. بينما تمثل نسبة النساء 8,5% من فئة أصحاب الأعمال ذوي مؤسسات تم إنشائها حديثاً مقارنتاً مع 18,4% للرجال.

الشكل (7). معدل نشاط ريادة الأعمال وفق النوع في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا



المصدر: تم إعدادها استنادا من بيانات GEM للبلدان الآتية: الجزائر، مصر، الأردن، لبنان، المغرب، المملكة العربية السعودية، سوريا، تونس، الإمارات العربية المتحدة والصفة الغربية وقطاع غزة (كل 2009 باستثناء مصر 2008).

وفقا لما ذكر سابقا من تحليل للإحصائيات حسب النوع فإنه يتضح لدينا أن ظاهرة ريادة الأعمال في بلدان منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا لا تزال ضعيفة جدا وانطلاقا من هذه الاستنتاجات نود أن نعرف ما أهم العراقيل التي تواجهها المرأة العربية؟ فيما يلي سندرس ريادة الأعمال النسائية في دولة الجزائر باعتبارها تتميز بنفس الخصائص الثقافية والعربية على سبيل المثال.

3. دراسة ميدانية لريادة الأعمال النسائية بالجزائر

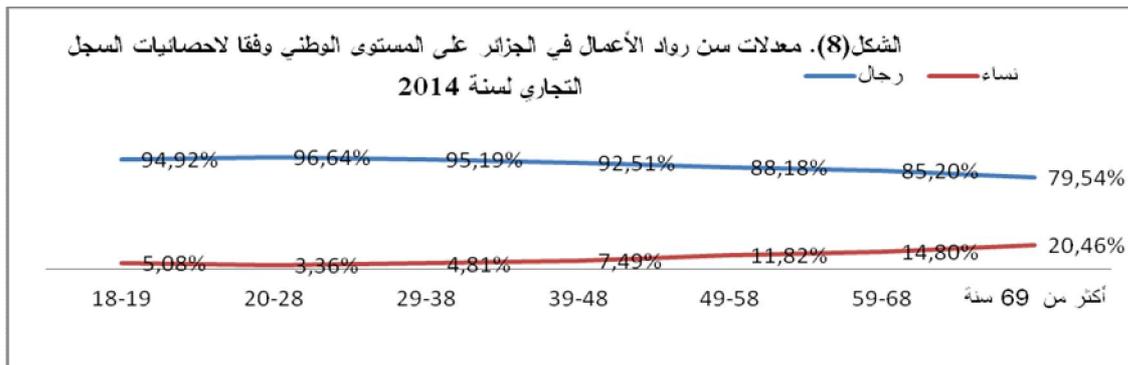
اعتمادا على نظرية المقاربة بالنوع أي التحليل الاقتصادي لريادة الأعمال (وفقا للنوع) فإن قراءتنا للإحصائيات المتحصل عليها من بيانات السجل التجاري الموضحة في الجدول رقم (4)، تكون كالآتي:

الجدول رقم (4): معدل ريادة الأعمال السنوي وفقا لإحصائيات السجل التجاري

السنة	رجال	نساء	المجموع
2014	92,45%	7,55%	100,00%
2015	92,39%	7,61%	100,00%

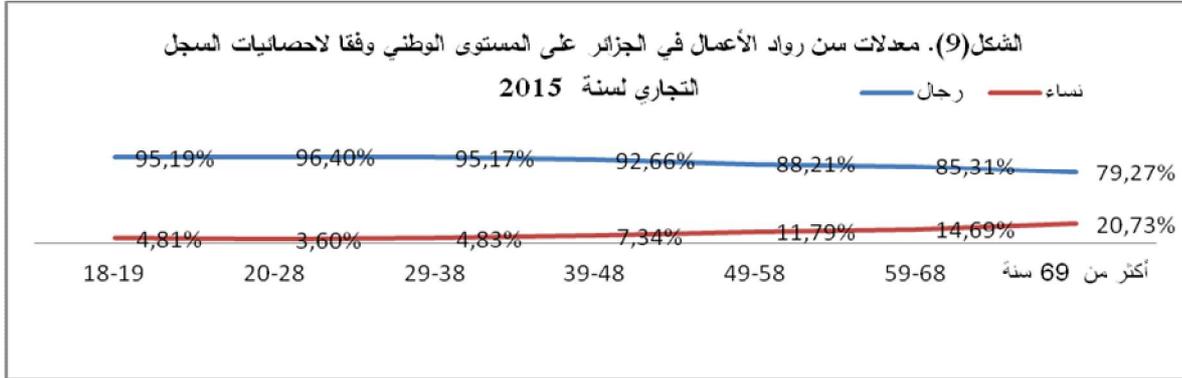
المصدر: تم إعدادها من إحصائيات السجل التجاري للفترة (2014 - 2015).

المقارنة ما بين الجنسين توضح أن معدل ريادة الأعمال النسائية ضعيف جدا والذي يبلغ 7,55% لسنة 2014 و 7,61% لسنة 2015 أو بمعنى آخر فإن نسبة ريادة الأعمال عند الرجال تفوق نسبة ريادة عند النساء بفارق 13 مرة. سجلت الإحصائيات الرسمية للسجل التجاري بالجزائر على المستوى الوطني معدل متوسط ضعيف جدا قدر ب 5,18% لسنة 2014 بالنسبة للفتة العمرية من [18-48] سنة باعتبارها تمثل فئة الشباب مقارنة مع الفئات العمرية الأخرى هذا من جهة ومن جهة أخرى نلاحظ اعتمادا على الشكل (8) أن أعلى المعدلات تتمركز في الفئات الثلاثة [49-58] سنة [59-86] سنة و [أكثر من 69] سنة ب 11,82%، 14,80% و 20,46% على التوالي.



المصدر: أعدت البيانات من إحصائيات السجل التجاري لسنة 2014.

كما سجلت الإحصائيات الرسمية للسجل التجاري بالجزائر على المستوى الوطني معدل متوسط ضعيف جدا قدر ب 5,14 % لسنة 2015 بالنسبة للفئة العمرية من [18-48] سنة باعتبارها تمثل فئة الشباب مقارنة مع الفئات العمرية الأخرى هذا من جهة ومن جهة أخرى نلاحظ اعتمادا على الشكل (9) أن أعلى المعدلات تتمركز في الفئات الثلاثة [49-58] سنة [59-86] سنة و [أكثر من 69] سنة ب 11,79% و 14,69% و 20,73% على التوالي.



المصدر: أعدت البيانات من إحصائيات السجل التجاري لسنة 2015.

3.1 منهجية الدراسة: لقد اعتمدت الدراسة على تحليل قاعدة بيانات المؤسسة الوطنية لدعم و إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (ANSEJ) في الجزائر بالتحديد في منطقة وهران :

3.1.1 الخصائص العامة للمرأة رائدة في وهران

● **العمر:** وفقا لإحصائيات الرسمية للوكالة الوطنية لدعم وإنشاء المؤسسات الصغيرة ، يتراوح عمر المرأة رائدة المسجلة في سجلات هذه الوكالة ما بين الفئات العمرية 34-39 سنة و 29-34 سنة.

● **المستوى الدراسي:** المستوى الدراسي لمعظم النساء رائدات يتمثل في التكوين المهني و الصناعات الحرفية، يقدر ب 9.65%، إلا انه لا يمكننا أن ننكر وجود فئة من رائدات ذات المستوى التعليمي الجامعي متمثلة في النخبة مثل مهندسات، محاميات، محاسبات وغيرهن.

● **الاستفادة من التمويل المصرفي:** رغم ضعف نسبة رائدات الأعمال المسجلة في الوكالة إلا أنها تحصلت على مستوى تمويل مصرفي قوي جدا بمعدل يقدر ب 99.10% للفترة 1997-1999 ونلاحظ أنه لا يوجد أي شكل من أشكال التمييز ضد المرأة.

3.1.2 مشاركة المرأة في إنشاء المشاريع الصغيرة: قدر العدد الإجمالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تم إنشاؤها على مستوى الوكالة ب 4649 مشروع مسجل خلال الفترة الممتدة 1997-2007. وتم تسجيل أعلى نسبة مشاركة للمرأة رائدة بمعدل 14.67% في سنة 2005.

الجدول رقم(5): العدد الإجمالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تم إنشاؤها على مستوى الوكالة حسب النوع

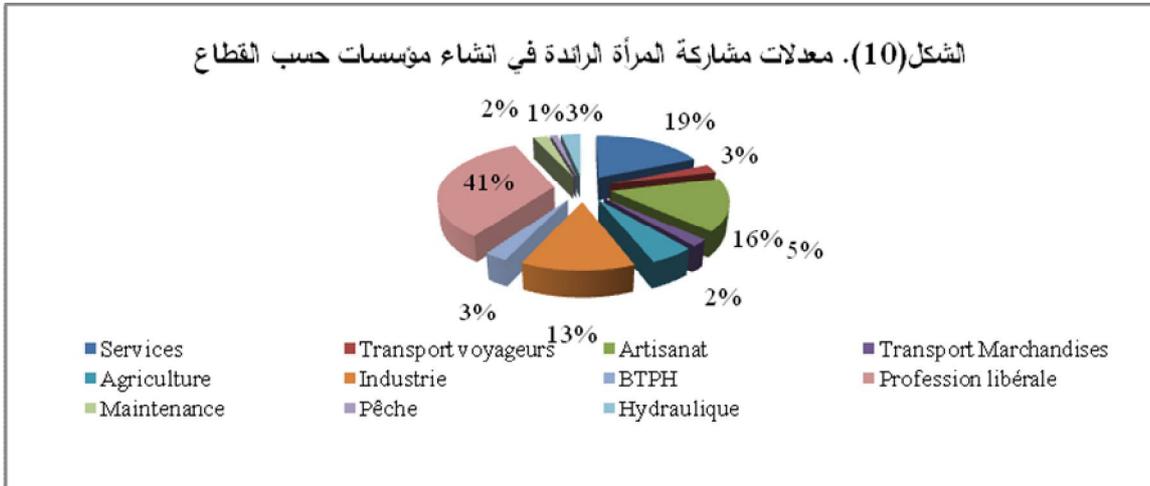
السنة	نساء	%	رجال	%	المجموع
1997	1	0,10%	2	0,05%	3
1998	91	9,15%	669	18,31%	760
1999	127	12,76%	759	20,77%	886
2000	73	7,34%	334	9,14%	407
2001	89	8,94%	190	5,20%	279

الأوسط (التحديات والفرص)-

2002	112	11,26%	204	5,58%	316
2003	92	9,25%	176	4,82%	268
2004	70	7,04%	179	4,90%	249
2005	146	14,67%	465	12,73%	611
2006	112	11,26%	417	11,41%	529
2007	82	8,24%	259	7,09%	341
المجموع	995	100%	3654	100%	4649

المصدر: أعدت البيانات من إحصائيات للوكالة الوطنية لدعم وإنشاء المؤسسات الصغيرة.

رغم ذلك تبقى نسبة مشاركة المرأة ضئيلة جدا مقارنة مع الرجل أي بعبارة أخرى تم إنشاء 3654 مؤسسة مصغرة منشأة من طرف الرجال مقابل 995 مؤسسة مصغرة منشأة من طرف النساء وفقا للجدول رقم (5) باعتبارها تفوقها بثلاثة مرات على مستوى الوكالة. و من هنا نستنتج انه بالفعل نسبة ريادة الأعمال النسائية تحتاج لتبرير. من الشكل رقم (10) نلاحظ أهم القطاعات التي تتمركز فيها المرأة رائدة كما نلاحظ أيضا تمرکز أغلبية رائدات الأعمال في قطاع الخدمات وقطاع الأعمال الحرة (DIF, 2016; DIF & BOURANE, 2016)



المصدر: أعدت البيانات من إحصائيات للوكالة الوطنية لدعم وإنشاء المؤسسات الصغيرة

3.1.3. أهم الصعوبات التي تواجهها المرأة رائدة: تواجه المرأة رائدة عدة صعوبات يمكننا تحديدها فيما يلي وفقا لأهميتها (DIF, 2016)، وهي تنجزاً بدورها إلى مجموعتين :

- العوائق الاقتصادية: وهي
 - الصعوبات المتعلقة باختيار القطاع؛
 - الصعوبات المالية؛
 - الصعوبات التجارية؛
 - نفقات السجل التجاري والتسجيل للمؤسسة الصغيرة؛
 - المشاكل الإدارية.
- الصعوبات الاجتماعية: وهي
 - مشاكل أسرية؛
 - صعوبات متعلقة بالشبكات الاجتماعية؛

- صعوبات في صورة المرأة رائدة ؛
- مشكلة التحرش؛
- قضايا الفساد.

ويجد الذكر أن ما توصلنا إليه من نتائج لا يختلف مع ما أكدته الأبحاث التي أجريت في نفس السياق حول زيادة الأعمال النسائية من طرف الباحثين اللتين قامتا بدراسة عينة مؤلفة من 85 امرأة رائدة والتي قامتا بتلخيص أهم العوائق فيما يلي :

- صعوبة تسديد الضرائب بنسبة 34,12%
- صعوبة في التمويل ب نسبة 22,35 %
- المسؤوليات الأسرية ب نسبة 17,6%
- قلة عروض المناقصات ب نسبة 15,29 %

4. خاتمة

إن ظاهرة ريادة الأعمال النسائية لا تزال إلى يومنا هذا محور للعديد من الدراسات الاجتماعية والاقتصادية التي تهتم بمساهمة المرأة رائدة في الاقتصاد ففي الجزائر على سبيل المثال قدر وجود سيدات الأعمال على المستوى الوطني في 12.3% وفقا لإحصائيات السجل التجاري تعد نسبة مشاركة المرأة ضعيفة جدا مقارنة مع نسبة الرجال؛ بينما تعد نسبة مشاركة المرأة رائدة أعلى نسبة في مدينة وهران والمقدرة ب 13.5% في سنة 2007 وفي سنة 2008 قدرت ب 13.6%. على الرغم من ذلك تظل نسبة مشاركة المرأة رائدة جد منخفضة مقارنة مع نسبة مشاركة الرجل في خلق الأعمال والذي يقدر ب 87.7%. بالنسبة لعامل السن تشير إحصائيات السجل التجاري أن أدنى نسبة مشاركة للمرأة رائدة على المستوى الوطني تتمركز في فئة اقل من 38 سنة؛ وفقا لإحصائيات سنة 2008 بلغت نسبة مشاركة المرأة رائدة ب 6.1% على المستوى الوطني لفئة النساء رائدات اللواتي تتراوح أعمارهن ما بين 29-38 سنة و 4.4% للواتي تتراوح أعمارهن ما بين 19-28 سنة؛ يمكننا القول إنها ظاهرة شاملة إذ تشير الإحصائيات أيضا أن أدنى نسبة مشاركة للمرأة رائدة على المستوى منطقة وهران تتمركز في فئة اقل من 38 سنة والتي تقدر ب 10.9% و ب 10.2% للواتي تتراوح أعمارهن ما بين 19-28 سنة.

بالرجوع إلى نتائج الدراسة الميدانية يتجلى لنا ما يلي :

- مشاركة المرأة رائدة تقتصر على بعض الميادين وتتمركز بالأخص في قطاع الخدمات كالخدمات الخاصة بالنساء على سبيل المثال.
 - ارتفاع سن (عمر) النساء رائدات وانخفاض مشاركتهن في فئة الشباب.
 - صغر حجم المؤسسات التي المنشأة من طرف النساء.
 - ميزة الخوف من المخاطرة واللجوء إلى تمويل ذاتي في بعض الحالات اوالى قروض مالية ضئيلة.
- إن التمييز الذي تتعرض له النساء رائدات في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا يتسم بطابع اجتماعي موحد وهذا لربما يعود إلى الثقافة العربية المتعصبة التي لا تزال ترفض صورة المرأة رائدة ولا توافق كليا على فكرة تحرير المرأة ومدى أهميتها في المشاركة لبناء الاقتصاد وخلق مناصب العمل؛

وفقا لتقرير منظمة الاقتصاد (OECD, 2014) انخفاض نسبة مشاركة المرأة الرائدة في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا يرجع إلى عدم انتباهها بميدان ريادة الأعمال أو بمعنى آخر لانشغالها بمسؤوليات أخرى؛ وهذا راجع حتما إلى طبيعة العراقيل التي تتعرض لها النساء رائدات الأعمال في جميع مراحل الإنشاء والتطوير . وفي الأخير يمكننا القول أن الميزة المشتركة تكمن في رفض المجتمع لفكرة المرأة الرائدة وتحصنها ضمن قطاع معين؛ منتج أو خدمات معينة لتبقى محصورة بين فكرة العمل الأسري أو العمل المؤقت أي الميادين المؤقتة من طرف المجتمع العربي لكن في حقيقة الأمر تحتاج المرأة الرائدة لدعم المجتمع دون الإساءة إليها فكرا وتصورا وللسماح لها في حدود إمكانياتها لتحقيق ذاتها والمساهمة في بناء الاقتصاد مثلما تجيد دورها في بناء الأسرة فتطور ريادة الأعمال النسائية لا يجب أن يكون على حساب تفكيك المجتمع وتغيير العادات والتقاليد العربية المميزة له وإنما بتقبل فكرة مساهمة المرأة كفرد فعال في تقليص البطالة ومحاربة الفقر دون مخالفة التوازن الاجتماعي.

الهوامش:

- Albagli, C. (1995). L'innovation socioculturelle comme stimulant entrepreneurial, pp. pp. 13–27. Paris.
- Ahl, H. (2006). Why Research on Women Entrepreneurs Needs New Directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 595–621.
- Allen, I. E., Langowitz, N., & Minniti, M. (2007). Global entrepreneurship monitor. 2006 Report on Women and Entrepreneurship. Retrieved from <http://155.48.10.202/Academics/centers/blank-center/global-research/gem/Documents/gem-2007-women-entrepreneurship-report.pdf>
- Anna, A. L., Chandler, G. N., Jansen, E., & Mero, N. P. (2000). Women business owners in traditional and non-traditional industries. *Journal of Business Venturing*, 15(3), 279–303.
- Arasti, Z. (2008). L'entrepreneuriat féminin en Iran: les structures socioculturelles. *Revue Libanaise de Gestion et d'Economie*, 1(2). Retrieved from http://www.religec.org/lodel/docannexe/file/75/article_arasti_4.pdf
- Bajtelsmit, V. L., & Bernasek, A. (n.d.). *Why Do Women Invest Differently than Men?* (SSRN Scholarly Paper No. ID 2238). Rochester, NY: Social Science Research Network. Retrieved from <http://papers.ssrn.com/abstract=2238>
- Bates, T. (2002). Restricted access to markets characterizes women-owned businesses. *Journal of Business Venturing*, 17(4), 313–324.
- Baughn, C. C., Chua, B.-L., & Neupert, K. E. (2006). The Normative Context for Women's Participation in Entrepreneurship: A Multicountry Study. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 687–708.
- Becker-Blease, J. R., & Sohl, J. E. (2007). Do women-owned businesses have equal access to angel capital? *Journal of Business Venturing*, 22(4), 503–521.
- Bengharbit -Remaoun, N., & Rahou, Y. (2006). Itinéraire de femmes entrepreneurs en Algérie : cas d'Oran. Presented at the colloque international création d'entreprise et territoire, Tamanrasset.
- Bengharbit -Remaoun, N., & Rahou, Y. (2008). Atouts et difficultés de l'entrepreneuriat féminin : analyse d'enquêtes. Presented at the Colloque international sur l'Emergence des femmes dans le monde de l'entrepreneuriat en Algérie : Opportunités contraintes et perspectives, Hôtel Hilton, Alger.
- Boz, A., & Ergeneli, A. (2014). Women Entrepreneurs' Personality Characteristics and Parents' Parenting Style Profile in Turkey. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 109, 92–97.
- Brush, C. G. (1992). Research on women business owners: past trends, a new perspective and future directions. *Small Business: Critical Perspectives on Business and Management*, 1038–70.
- Brush, C. G. (1992). Research on Women Business Owners: Past Trends, a New Perspective and Future Directions. *Entrepreneurship Theory and Practice* 6(4), 5–30., (6(4)), 5–30.
- Brush, C. G., de Bruin, A., & Welter, F. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), 8–24.
- Bullough, A., & Abdelzaher, D. (2013). Global Research on Women's Entrepreneurship: An Overview of Available Data Sources & Limitations. *Business and Management Research*, 2(3), 42–59.
- Buttner, E. H., & Rosen, B. (1989). Funding new business ventures: Are decision makers biased against women entrepreneurs? *Journal of Business Venturing*, 4(4), 249–261.
- De Bruin, A., Brush, C. G., & Welter, F. (2006). Introduction to the special issue: towards building cumulative knowledge on women's entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 585–593.

- De Bruin, A., Brush, C. G., & Welter, F. (2007). Advancing a framework for coherent research on women's entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 323-339.
- DeMartino, R., & Barbato, R. (2003). Differences between women and men MBA entrepreneurs: exploring family flexibility and wealth creation as career motivators. *Journal of Business Venturing*, 18(6), 815-832.
- De Vita, L., Mari, M., & Poggesi, S. (n.d.). Women entrepreneurs in and from developing countries: Evidences from the literature. *European Management Journal*.
- Dhaliwal, S. (1998). Silent contributors: Asian female entrepreneurs and women in business. *Women's Studies International Forum*, 21(5), 463-474.
- Dif, A. (2009). Impact des dispositifs de création d'emploi sur le genre féminin : Cas de la Wilaya d'Oran. Presented at the Colloque international : Les femmes africaines à l'épreuve du développement, Alger les 19 et 20 Juillet.
- Dif, A. (2010). *L'Entrepreneuriat Féminin : Cas de la wilaya D'Oran*. Université d'Oran - Sénia. Retrieved from <https://www.pnst.cerist.dz/detail.php?id=58377>
- Dif, A. (2012). Promotion de l'Entrepreneuriat et de l'employabilité des jeunes femmes en Algérie. Presented at the Conférence internationale Economie verte organisé par la GIZ, Alger 27 & 28 Mars.
- Dif, A., & Benyahia-Taibi, G. (2011). L'Entrepreneuriat féminin : Etude de cas des entrepreneures de la Wilaya d'Oran. Presented at the Colloque international : Les Journées Scientifiques internationales sur l'Entrepreneuriat, Biskra les 03/04/05 Mai.
- Dif, A. & Adel, F. Z (2014). La diversité, facteur d'émergence de la femme entrepreneure algérienne. Presented at the Journée Entrepreneuriat et PME du 23 mai 2014 Kedge Business School Aix-Marseille. Retrieved from http://www.entrepreneuriat.com/fileadmin/user_upload/Journee_thematique_AE/Aix_Marseille_mai_2014/Actes_Journee_AEI_-_AIREPME.docx
- Dif, A. (2016). L'entrepreneuriat féminin en Algérie: obstacles et motivations Tome1 (édition universitaire européenne). Germany.
- Driga, O., Lafuente, E., & Vaillant, Y. (2009). Reasons for the relatively lower entrepreneurial activity levels of rural women in Spain. *Sociologia Ruralis*, 49(1), 70-96.
- Elam, A., & Terjesen, S. (2010). Gendered institutions and cross-national patterns of business creation for men and women. *European Journal of Development Research*, 22(3), 331-348.
- Fagenson, E. A. (1993). Personal value systems of men and women entrepreneurs versus managers. *Journal of Business Venturing*, 8(5), 409-430.
- Garcia-Tabuenca, A., Crespo-Espert, J. L., & Pablo-Martí, F. (2011). Women, Entrepreneurial Activity And Territory: Differences Or Myths? In *ERSA conference papers*. European Regional Science Association. Retrieved from <http://www.sre.wu.ac.at/ersa/ersaconfs/ersa10/ERSA2010finalpaper1465.pdf>
- Ghani, E., Kerr, W. R., & O'Connell, S. D. (n.d.). Political Reservations and Women's Entrepreneurship in India. *Journal of Development Economics*.
- Ghat, P. B. (n.d.). Contraintes socioculturelles des femmes entrepreneurs en Algérie. Retrieved from http://www.researchgate.net/publication/236021545_Contraintes_socio-culturelles_des_femmes_entrepreneurs_en_Algrie/file/3deec515d2cfae3b67.docx
- Godwyn, M. (2009). "This Place Makes me Proud to be a Woman": Theoretical explanations for success in entrepreneurship education for low-income women. *Research in Social Stratification and Mobility*, 27(1), 50-64.
- González-González, J. M., Bretones, F. D., Zarco, V., & Rodríguez, A. (2011). Women, immigration and entrepreneurship in Spain: A confluence of debates in the face of a complex reality. *Women's Studies International Forum*, 34(5), 360-370.
- Gupta, V., Goktan, A., & Gunay, G. (2012). Stereotype threat effects on evaluation of new business opportunity by men and women: evidence from turkey (SUMMARY). *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 32(8). Retrieved from <http://digitalknowledge.babson.edu/fer/vol32/iss8/1>
- Hani, U., Rachmania, I. N., Setyaningsih, S., & Putri, R. C. (2012). Patterns of Indonesian Women Entrepreneurship. *Procedia Economics and Finance*, 4, 274-285.
- Heilman, M. E., & Chen, J. J. (2003). Entrepreneurship as a solution: the allure of self-employment for women and minorities. *Human Resource Management Review*, 13(2), 347-364.
- Jamali, D. (2009). Constraints and opportunities facing women entrepreneurs in developing countries: a relational perspective. *Gender in Management: An International Journal*, 24(4), 232-251.
- Kain, P., & Sharma, M. (2013). Women Entrepreneurship Education Need for Today. *Journal of Management Sciences And Technology*, 1(1), 43-53.
- Klyver, K., Nielsen, S. L., & Evald, M. R. (2013). Women's self-employment: An act of institutional (dis)integration? A multilevel, cross-country study. *Journal of Business Venturing*, 28(4), 474-488.

- Kovalainen, A., Stenholm, P., & Heinonen, J. (2012). Changing jobs, changing entrepreneurship - young highly educated women in search of perfect place through entrepreneurship (INTERACTIVE PAPER). *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 32(8). Retrieved from <http://digitalknowledge.babson.edu/fer/vol32/iss8/5>
- Lerner, M., Brush, C., & Hisrich, R. (1997). Israeli women entrepreneurs: An examination of factors affecting performance. *Journal of Business Venturing*, 12(4), 315-339.
- LES FEMMES ENTREPRENEURS, A. L. T., & PME, D. (2001). Chapitre 1 Les femmes entrepreneurs a la tête de pme: pour une participation dynamique a la mondialisation et a l'économie fondée sur le savoir: synthèse par. *Women Entrepreneurs in SMEs*, 65.
- Metaiche -Tahir, F. (2013). Le profil de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : une étude exploratoire (pp. 01-26). Presented at the 8e Congrès AEI l'écosystème entrepreneurial : enjeux pour l'entrepreneur, Fribourg du 22 au 25 Octobre.
- Nikina, A., Shelton, L., & Loarne, S. L. (2012). A look at husbands, ventures, and the psychological contracts of women entrepreneurs (INTERACTIVE PAPER). *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 32(8). Retrieved from <http://digitalknowledge.babson.edu/fer/vol32/iss8/6>
- Nikina, A., Le Loarne, S., & Shelton, L. M. (2013). Le rôle de la relation de couple et du soutien du conjoint dans l'entrepreneuriat féminin. *Revue de l'Entrepreneuriat*, Vol. 11(4), 37-60.
- OECD. (2014). Women in Business 2014 - Accelerating Entrepreneurship in the Middle East and North Africa Region (OECD Publishing) (p. 212). Paris. Retrieved from <http://www.oecd.org/publications/women-in-business-2014-9789264213944-en.htm>
- OECD-MENA. (2013). Gender inequality and entrepreneurship in the Middle East and North Africa A statistical portrait (OECD Publishing) (p. 42). OECD.
- Parker, B. J. (2010). A Conceptual Framework for Developing the Female Entrepreneurship Literature. *Journal of Research on Women and Gender*, (1), 169-190.
- Popescu, S. (2012). Women And Men In Entrepreneurship. *Journal of Knowledge Management, Economics and Information Technology*, 4, 60-69.
- Stevenson, Lois, Daoud, Yousef, Sadeq, Tareq and Tartir, Alaa (2010) Global entrepreneurship monitor: GEM-MENA regional report 2009 (Middle East and North Africa). International Development Research Centre, Cairo, Egypt.
- Shabbir, A., & Di Gregorio, S. (1996). An examination of the relationship between women's personal goals and structural factors influencing their decision to start a business: The case of Pakistan. *Journal of Business Venturing*, 11(6), 507-529.
- Welsh, D. H. B., Memili, E., Kaciak, E., & Al Sadoon, A. (2014). Saudi women entrepreneurs: A growing economic segment. *Journal of Business Research*, 67(5), 758-762. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.040>
- Women in Entrepreneurship Business Resource Materials. (n.d.). Retrieved February 17, 2014, from <http://www.entrepreneurship.org/entrepreneurship-law/women-in-entrepreneurship-business-resource-materials.aspx>