RECHERCHE SUR LES OBSTACLES À L'ENTREPRENARIAT TECHNOLOGIQUE FÉMININ : UNE REVUE SYSTÉMATIQUE DE LA LITTÉRATURE

Jaigris Hodson (elle) est professeure agrégée et titulaire d'une chaire de recherche du Canada à l'Université Royal Roads où elle étudie l'impact de la communication numérique sur la participation publique de divers groupes. Dans le cadre de ses recherches, elle a travaillé avec des organisations telles que GCI Canada, le gouvernement du Canada, l'Association canadienne de musique country et Iris: The Visual Group. Sa recherche, financée par le CRSH, porte sur des sujets aussi divers que la circulation de l'information COVID-19, le harcèlement en ligne et les effets de la désinformation en ligne, et elle est sur Twitter @SocMedDr.

Shandell Houlden (elle) est chercheuse postdoctorale à la Royal Roads University et détient un doctorat en anglais et en études culturelles de la McMaster University. Ses recherches actuelles portent sur la désinformation en ligne, l'éducation flexible et le pouvoir des récits dans la communication pour le changement.

Chandell Gosse (elle) est candidate au doctorat à la faculté des études sur l'information et les médias de la Western University. Ses recherches portent sur la violence facilitée par la technologie, la culture socio-digitale et la conception des lois et des politiques. Les projets de recherche actuels de Chandell portent sur les deepfakes, l'usurpation d'identité en ligne, QAnon et l'abus en ligne des chercheurs gouvernementaux et universitaires. Retrouvez-la sur Twitter @chandellenid.

Laura M. Lefevre (elle) est une étudiante de troisième cycle en linguistique appliquée et analyse du discours à l'université de Carleton. Ses domaines d'intérêt comprennent les sciences humaines numériques et les études technologiques critiques, l'économie politique critique et l'analyse critique du discours.

INTRODUCTION

Comme l'ont déclaré Cukier et. al. (2020), tant l'entrepreneuriat que les études sur l'esprit d'entreprise sont dominées par des discours et des politiques qui privilégient un archétype d'entrepreneur : le jeune homme blanc le plus souvent associé aux domaines des sciences, de la technologie, de l'ingénierie et des mathématiques (STEM). Des figures comme Mark Zuckerberg, Bill Gates et Steve Jobs dominent la conception populaire de l'entrepreneur – et surtout celle de l'entrepreneur technologique.

« Tant l'entrepreneuriat que les études sur l'esprit d'entreprise sont dominées par des discours et des politiques qui privilégient un archétype d'entrepreneur: le jeune homme blanc le plus souvent associé aux domaines des sciences, de la technologie, de l'ingénierie et des mathématiques (STEM). »

Les femmes entrepreneures sont chroniquement sous-représentées. Lorsqu'elles sont mises en scène, elles sont souvent très critiquées, comme le montre l'exemple d'Elizabeth Holmes (Aidis, 2018). Elles sont souvent placées en marge de l'entreprenariat « légitime » dans les secteurs féminisés tels que la décoration d'intérieur, la cuisine, les soins personnels, les cosmétiques et la mode, ou le shopping (Cukier, ce numéro ; Meliou et al., 2018). Elles sont souvent étiquetées avec des termes comme « mompreneur » et « funpreneur » et soumises à une « dévaluation féminine » (Ronen, 2017, p. 2 ; Byrne et al., 2019).

« (Les femmes entrepreneures) sont souvent placées en marge de l'entreprenariat " légitime " dans les secteurs féminisés tels que la décoration d'intérieur, la cuisine, les soins personnels, les cosmétiques et la mode, ou le shopping. »

L'ÉCOSYSTÈME ENTREPRENEURIAL

Cukier et al. (2017 ; voir également Cukier dans l'introduction de ce numéro) mettent en évidence une écologie d'obstacles qui sapent les femmes entrepreneures et banalisent leur utilisation de la technologie. Pour comprendre et évaluer efficacement les obstacles auxquels se heurtent les diverses femmes entrepreneures, les études doivent examiner chaque niveau de l'écosystème entrepreneurial : individus, organisations, politiques et normes culturelles. L'identification et l'atténuation des obstacles à un seul niveau de l'écosystème ne seront que partiellement efficaces, et ces initiatives risquent de ne pas durer dans le temps. Par exemple, certaines bourses ont identifié le manque de femmes dans les STEM comme un éventuel problème de pipeline qui a un impact sur le nombre de diverses femmes entrepreneures dans le domaine des technologies. Cependant, même si le nombre de femmes entrepreneures dans le domaine des STIM a augmenté, les femmes entrepreneures dans le domaine des technologies ont toujours eu des difficultés et leur nombre reste faible (Cukier et. al., 2020).

Pour comprendre l'ensemble des obstacles auxquels se heurtent les femmes entrepreneures dans le domaine des technologies ou des TIC, nous souhaitons savoir si un modèle d'écosystème d'entreprise est réellement utile. Nous avons donc procédé à une revue de la littérature la plus récente, dans l'espoir de pouvoir déterminer certaines possibilités d'intervention et de mettre en évidence les espaces qui nécessitent encore une attention. Nous avons examiné les dernières études au moment de la rédaction du présent rapport pour voir les tendances générales et identifier les obstacles auxquels se heurtent les femmes entrepreneures en ce qui concerne la technologie ou l'utilisation des TIC.

MÉTHODES

Nous avons commencé en posant une question directrice : Que révèlent les recherches les plus récentes sur les femmes entrepreneures et l'utilisation des TIC ou des technologies sur les principales opportunités et les principaux obstacles ? À partir de cette question, nous avons procédé à un examen systématique de la littérature récente. La littérature utilisée dans cette étude a été identifiée en interrogeant la chaîne de recherche (femmes OU femmes entrepreneures) « entrepreneurs » ET (technologie OU tech OU TIC* OU numérique) dans la base de données de la bibliothèque de l'université Royal Roads pour les recherches publiées en 2019. La recherche préliminaire a donné 435 résultats. Des paramètres ont été définis pour exclure les articles qui n'ont pas été évalués par des pairs, ce qui a réduit la liste à 236 entrées. Les entrées ont ensuite été examinées pour détecter les doublons (n=20) et le manque de concordance avec la question de recherche (n=171). L'ensemble de données restant de 44 articles a formé l'échantillon de documents qui furent codés pour cette étude. Nous avons regroupé les articles par grands thèmes en fonction des résultats ou des idées sur l'utilisation des TIC ou des technologies par les femmes entrepreneures. Nous avons pu identifier trois grands thèmes dans la littérature :

1. la discussion en cours sur les personnes qualifiées d'entrepreneurs de la technologie;
2. les avantages et les défis des TIC et de la technologie en ce qui concerne les femmes entrepreneures; et
3. les obstacles à la promotion des femmes entrepreneures de la technologie et des TIC.

« À une époque où le recrutement de masse en ligne (crowdwork), l'économie du partage et l'économie du gigue ont transformé le travail indépendant, la définition de qui compte comme entrepreneur technologique n'a pas suivi le rythme de l'époque et doit être repensée. »

LES ENTREPRENEURS TECHNOLOGIQUES. QUI EST VALORISÉ ?

À une époque où le recrutement de masse en ligne (*crowdwork*), l'économie du partage et l'économie du gigue ont transformé le travail indépendant, la définition de qui compte comme entrepreneur technologique n'a pas suivi le rythme de l'époque et doit être repensée (Bogenhold, 2019). La littérature la plus récente confirme que la technologie tend toujours à être associée aux hommes en raison de messages culturels (populaires) diffusés à plus grande échelle (Wheadon, & Duval-Couetil 2019 ; Wu, 2019). En outre, les femmes ne

sont toujours pas prises en compte dans l'idée générale de l'entrepreneuriat – l'entrepreneuriat masculin a tendance à être renforcé dans les médias, au détriment des femmes. Par exemple, le traitement des femmes entrepreneures dans le domaine de la technologie dans la série populaire Shark Tank tend à rabaisser ou à dévaloriser leur expertise (Wheadon, & Duval-Couetil, 2019). Cela n'a aucun sens si l'on considère certaines des entreprises technologiques les plus prospères du monde. Par exemple, Shaw et Sørensen (2019) notent qu'Amazon est un commerce de détail également connu comme une entreprise technologique, Tesla est une entreprise de fabrication également connue comme une entreprise technologique, et même Walmart est considéré comme se déplaçant dans l'espace technologique. Malgré ces exemples notables (tous avec des PDG masculins), souvent les entreprises détenues par des femmes qui utilisent la technologie pour vendre des produits ou des services ne comptent pas comme des entreprises technologiques (Meliou, Mallett, & Rosenberg 2018). Les femmes manquent souvent de légitimité dans l'espace de l'entrepreneuriat technologique du fait qu'elles sont des femmes (Vershinina, Rodgers, Tarba, Khan, & Stokes, 2019). Les femmes ont généralement moins accès aux programmes qui peuvent les aider à se développer en tant qu'entrepreneurs technologiques (ou même en tant qu'entrepreneurs disposant de technologies) (Coleman, Henry, Orser, Foss, & Welter, 2019), et par conséquent, les entreprises détenues par des femmes sont généralement plus petites et plus susceptibles d'échouer que celles des hommes (Yacus, 2019).

AVANTAGES ET DÉFIS DE L'UTILISATION DES TIC POUR LES FEMMES ENTREPRENEURES

Pour les femmes entrepreneures dans l'espace technologique, ainsi que pour les femmes entrepreneures qui utilisent simplement la technologie dans le cadre de leur activité, l'utilisation des TIC dans le cadre de leur activité présente de nombreux avantages. L'utilisation des TIC permet aux femmes entrepreneures de toucher un public beaucoup plus large qu'elles ne le feraient autrement, en particulier pour les entrepreneurs des zones rurales (Kapinga, 2019 ; Bhattacharya, R, 2019). L'utilisation des TIC peut également permettre aux femmes entrepreneures des régions mal desservies de bénéficier de services de mentorat auxquels elles n'auraient pas accès autrement (Byrne et. al., 2019), ce qui augmente le capital social des femmes entrepreneures et, en particulier, le capital social de transition (Crittenden, Crittenden & Ajjan, 2019). L'intégration des TIC dans leurs entreprises aide également les femmes à créer des entreprises avec des coûts initiaux moins élevés. Elle permet aux femmes qui n'ont pas de lieu physique pour leur entreprise d'accroître leur portée et d'élargir leurs réseaux d'affaires entre autres opportunités (Matthews, 2019), en comblant les fossés sociaux et culturels pour atteindre potentiellement de nouveaux marchés pour leurs produits et services (McAdam, Crowley, & Harrison, R. 2019 ; Pinem, 2019).

> « Pour les femmes entrepreneures dans l'espace technologique, ainsi que pour les femmes entrepreneures qui utilisent simplement la technologie dans le cadre de leur activité, l'utilisation des TIC dans le cadre de leur activité présente de nombreux avantages. »

Pour les femmes qui souhaitent développer leur entreprise, les TIC peuvent les aider à le faire en leur donnant accès à l'information et à des possibilités de financement qu'elles n'auraient pas autrement (Pergelova, Manolova et Yordanova, 2019). Bien que les femmes aient généralement plus de difficultés que les hommes à financer leurs entreprises (Cukier, 2017), les plateformes de financement par la foule et les possibilités de financement algorithmique peuvent uniformiser les règles du jeu si le sexe est omis dans la description de l'entreprise (Zhang, & Chen, 2019 ; Hervé, Manthé, Sannajust, & Schwienbacher, 2019 ; Hernandez, Raveendhran, Weingarten, & Barnett, 2019). Pour les femmes entrepreneures qui jonglent avec de multiples responsabilités, les TIC, et en particulier les médias sociaux, peuvent accroître leur visibilité tout comme celle de leur travail. Une étude positive a montré que les « mères au foyer » reçoivent plus de reconnaissance pour leurs efforts professionnels que par le passé (Russum, 2019).

Cependant, l'utilisation des TIC pour les femmes entrepreneures présente également de nouveaux défis. Lorsque les femmes entrepreneures utilisent les médias sociaux pour atteindre de nouveaux marchés, elles doivent s'engager dans le travail affectif de construction et de maintenance de l'identité en ligne (Anderson, Warren et Bensemann, 2019). L'utilisation des TIC peut conduire à l'amalgame de la vie publique et privée et du temps, ce qui a un impact négatif sur l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée, et intensifie le travail des entrepreneurs qui utilisent les TIC (Adisa, Gbadamosi, Mordi, & Mordi, 2019 ; Brydges, 2019 ; Matthews, 2019). Souvent, les secteurs les plus susceptibles d'avoir des femmes entrepreneures axées sur la technologie sont ceux qui sont centrés sur les « mompreneurs », les « funpreneurs » ou les entrepreneurs de la mode et du fitness, ce qui signifie que les femmes travaillant dans ces secteurs doivent également entreprendre un travail esthétique, c'est-à-dire la nécessité de veiller à ce qu'elles s'adaptent personnellement à une esthétique souhaitable en permanence (Brydges, 2019). Cela signifie que les femmes entrepreneures sont toujours exposées sur les médias sociaux ou dans l'espace technologique de manière visible, car leurs choix de vie et de style de vie déteignent davantage sur leurs activités et la promotion de leur entreprise ce qui est moins le cas pour leurs homologues masculins. (Brydges, & Sjöholm, 2019).

OBSTACLES AU DÉVELOPPEMENT DE L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ DANS LES TIC

> « Ces cultures et valeurs culturelles centrées sur les hommes font que les femmes choisissent de ne pas poursuivre les mêmes opportunités que les hommes. Cela est souvent dû à des problèmes de misogynie systémique présents dans le secteur technologique, les incubateurs de jeunes entreprises et le secteur du financement des entreprises. »

Malgré les nombreux avantages de la technologie pour l'entrepreneuriat, des recherches récentes montrent que les hommes sont plus susceptibles d'être des « utilisateurs principaux » des TIC dans les entreprises. Les hommes ont tendance à occuper des postes plus élevés (par exemple, les PDG sont plus souvent des hommes) et sont plus susceptibles d'adopter et de guider l'utilisation des technologies mobiles dans les entreprises (Hallikainen, Alamäki, & Laukkanen, 2019). Cette tendance peut être due en partie au fait que les initiatives visant à encourager l'esprit d'entreprise chez les femmes, notamment en ce qui concerne l'entrepreneuriat technologique, font encore défaut. Par exemple, les incubateurs de haute technologie ont tendance à être des environnements à forte pression, dirigés par les hommes, avec des cultures qui sont au mieux peu attrayantes et, au pire, activement hostiles aux femmes (Bendell, Sullivan, & Marvel, 2019). Bien que certaines études suggèrent que des traits de personnalité spécifiques qui tendent à être associés aux hommes – (tels que la stabilité, l'extraversion et la volonté de prendre des risques) sont des conditions nécessaires à l'entreprenariat numérique (Bode, Bode et. al., 2019), celles-ci sont probablement le résultat de structures sexistes qui sous-estiment l'apport, les compétences et les traits que les femmes entrepreneures de technologie possèdent (Striebing, Kalpazidou Schmidt, & Palmén, 2019). Ces cultures et valeurs culturelles centrées sur les hommes font que les femmes choisissent de ne pas poursuivre les mêmes opportunités que les hommes, ce qui signifie que les initiatives qui pourraient faire évoluer la filière échouent souvent. Cela est souvent dû à des problèmes de misogynie systémique présents dans le secteur technologique, les incubateurs de jeunes entreprises et le secteur du financement des entreprises (Hernandez, Raveendhran, Weingarten & Barnett, 2019).

Les fractures numériques existent toujours pour de nombreuses femmes entrepreneures qui, autrement, entreraient dans l'espace technologique. Par exemple, les entrepreneurs qui sont eux-mêmes pauvres ou limités en ressources et qui ne peuvent pas accéder à la technologie physique nécessaire ou à un internet à large bande fiable ne peuvent pas profiter des avantages des TIC pour leur entreprise, ni créer une entreprise basée principalement sur l'internet (Neumeyer, Santos, & Morris, 2019). Enfin, pour les femmes qui parlent l'anglais comme deuxième langue et qui sont originaires de pays qui privilégient l'accès à l'éducation pour les hommes plutôt que pour les femmes, faire face à la technologie et mener des affaires en utilisant la technologie peut constituer un défi majeur (Shastri, Shastri, & Pareek, 2019).

CONCLUSION

La littérature montre clairement que, bien que d'une certaine manière, les TIC créent de nouvelles et importantes opportunités pour les femmes entrepreneures qui veulent technologiser leurs entreprises et créer de nouveaux débouchés, il existe des obstacles clés sur les plans culturel, politique et pratique qui, premièrement, limiteront le nombre et les types de femmes qui choisissent de créer des entreprises basées sur les TIC et, deuxièmement, amèneront les femmes qui ont actuellement des entreprises basées sur les TIC à choisir d'abandonner ou à connaître un échec. Ce point est particulièrement important à une époque où la COVID-19 a accru les responsabilités des femmes en matière de garde d'enfants, de travail émotionnel et d'autres travaux domestiques. Il est important de noter que si les TIC offrent de nouvelles opportunités aux femmes entrepreneures, elles amplifient également certains des défis auxquels les femmes entrepreneures étaient déjà confrontées et en introduisent de nouveaux.

> « Le modèle écologique proposé par Cukier nous permet de comprendre et sans doute d'aborder les principaux obstacles auxquels sont confrontées les femmes entrepreneures dans le domaine des TIC ou de la technologie. Ce modèle recommande d'introduire des initiatives à plusieurs niveaux, afin de prendre en compte les problèmes de culture, d'accès aux ressources, d'éducation et de changement de politique. »

Le modèle écologique proposé par Cukier (2017 ; Cukier et. al, 2020 ; Cukier, introduction à cette édition) nous permet de comprendre et sans doute d'aborder les principaux obstacles auxquels sont confrontées les femmes entrepreneures dans le domaine des TIC ou de la technologie. Ce modèle recommande de mettre en branle des initiatives à plusieurs niveaux, afin de prendre en compte les problèmes de culture, d'accès aux ressources, d'éducation et de changement de politique. La littérature récente, prise dans son ensemble, montre qu'il existe en effet une écologie d'obstacles superposés au travail qui peut exclure les femmes entrepreneures ayant une composante TIC de l'identification en tant qu'entrepreneurs technologiques et également des ressources qui peuvent

bénéficier aux entrepreneurs technologiques. Une approche à 360 degrés est donc nécessaire pour soutenir les femmes entrepreneures dans l'espace de la technologie ou des TIC.

Pour soutenir les femmes entrepreneures au Canada, qui peuvent représenter une grande variété de milieux culturels, géographiques et socio-économiques (Cukier et. al., 2020), nous pouvons nous inspirer des dernières études. Nous devons examiner comment la technologie et l'entrepreneuriat technologique sont définis, et comment ces définitions excluent les femmes. Nous devons nous efforcer de créer davantage d'outils et de possibilités d'éducation (tels que des mécanismes de financement algorithmiques non sexistes ou des incubateurs adaptés aux femmes) qui facilitent l'égalité d'accès, et nous devons intégrer des changements politiques pour soutenir les travailleurs indépendants, les économies d'échelle et les petites entreprises basées sur les médias sociaux.

RÉFÉRENCES

Adisa, T.A., Gbadamosi, G., Mordi, T., & Mordi, C. (2019). « In search of perfect boundaries? Entrepreneurs' work-life balance ». *Personal Review*, 48(6), 1634-1651. https://doi.org/10.1108/PR-09-2018-0197.

Aidis, R. (2018). « Hitting the top: is there a glass ceiling for high-growth women entrepreneurs? ». In *Women Entrepreneurs and the Myth of 'Underperformance'*. Edward Elgar Publishing.

Anderson, A. R., Warren, L., & Bensemann, J. (2019). « Identity, Enactment, and Entrepreneurship Engagement in a Declining Place ». *Journal of Small Business Management*, 57(4), 1559 – 1577. https://doi.org/10.1111/jsbm.12406.

Bendell, B. L., Sullivan, D. M., & Marvel, M. R. (2019). « A Gender - Aware Study of Self - Leadership Strategies among High - Growth Entrepreneurs ». *Journal of Small Business Management*, 57(1), 110 – 130. https://doi.org/10.1111/jsbm.12490.

Bhattacharya, R. (2019). « ICT solutions for the informal sector in developing economies: What can one expect? » *The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 85(3). https://doi.org/10.1002/isd2.12075.

Bode, E., Brunow, S., Ott, I., & Sorgner, A. (2019). « Worker Personality: Another Skill Bias beyond Education in the Digital Age ». *German Economic Review*, 20(4), e254 – e294. https://doi.org/10.1111/geer.12165.

Bogenhold, D. (2019). « From Hybrid Entrepreneurs to Entrepreneurial Billionaires: Observations on the Socioeconomic Heterogeneity of Self-employment ». (2019). *The American Behavioral Scientist*, 63(2), 129 – 146. https://doi.org/10.1177/0002764218794231.

Bronfenbrenner, U. (1977). « Toward an experimental ecology of human development ». *American psychologist*, 32(7), 513.

Brydges, T. (2019). « What motivates millennials? How intersectionality shapes the working lives of female entrepreneurs in Canada's fashion industry ». *Gender, Place & Culture*, 26(4), 510 – 532. https://doi.org/10.1080/0966369X.2018.1552558.

Brydges, T., & Sjöholm, J. (2019). « Becoming a personal style blogger: Changing configurations and spatialities of aesthetic labour in the fashion industry ». *International Journal of Cultural Studies*, 22(1), 119 – 139. https://doi.org/10.1177/1367877917752404.

Byrne, J., Fattoum, S., & Diaz Garcia, M. C. (2019). « Role Models and Women Entrepreneurs: Entrepreneurial Superwoman Has Her Say ». *Journal of Small Business Management*, 57(1), 154 – 184. https://doi.org/10.1111/jsbm.12426.

Cloud, D. (1996) « Hegemony or Concordance? The Rhetoric of Tokenism in "Oprah" Winfrey's Rags-to-Riches Biography », *Critical Studies in Mass Communication* 13, 115 – 37.

Coleman, S., Henry, C., Orser, B., Foss, L., & Welter, F. (2019). « Policy Support for Women Entrepreneurs' Access to Financial Capital: Evidence from Canada, Germany, Ireland, Norway, and the United States ». *Journal of Small Business Management*, 57(S2), 296 – 322. https://doi.org/10.1111/jsbm.12473.

Crittenden, V. L., Crittenden, W. F., & Ajjan, H. (2019a). « Empowering women micro-entrepreneurs in emerging economies: The role of information communications technology ». *Journal of Business Research*, 98, 191 – 203. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.01.045.

Cukier, W., Gagnon, S., Hodson, J., Saba, T., Grandy, G., Morton, S., Elmi, M., Stolarick, K., Hassannezhad Chavoushi, Z. (2020). *The State of Women's Entrepreneurship In Canada*. Ryerson University: Toronto. Retrieved Sept 8, 2020 from: https://wekh.ca/wp-content/uploads/2020/08/WEKH_The-State-of-Women%E2%80%99s-Entrepreneurship-in-Canada-2020.pdf.

Cukier, W., Gagnon, S., Roach, E., Elmi, M., Yap, M., & Rodrigues, S. (2017). « Trade-offs and disappearing acts: shifting societal discourses of diversity in Canada over three decades ». *The International Journal of Human Resource Management*, 28(7), 1031-1064.

Devine, R. A., Molina-Sieiro, G., Holmes, R. M., & Terjesen, S. A. (2019). « Female-Led High-Growth: Examining the Role of Human and Financial Resource Management ». *Journal of Small Business Management*, 57(1), 81 – 109. https://doi.org/10.1111/jsbm.12492

Gill, R. (2014). « 'If you're struggling to survive day-to-day': Class as optimism and contradiction in entrepreneurial discourse ». *Organization* 21, 50-67.

Hallikainen, H., Alamäki, A., & Laukkanen, T. (2019). « Lead users of business mobile services ». *International Journal of Information Management*, 47, 283. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.10.018

Hernandez, M., Raveendhran, R., Weingarten, E., & Barnett, M. (2019). « How Algorithms Can Diversify the Startup Pool ». *MIT Sloan Management Review*, 61(1), 71 – 78.

Hervé, F., Manthé, E., Sannajust, A., & Schwienbacher, A. (2019). « Determinants of individual investment decisions in investment-based crowdfunding ». *Journal of Business Finance & Accounting*, 46(5 – 6), 762 – 783. https://doi.org/10.1111/jbfa.12372

Kapinga, A. F. (2019). « Mobile marketing application for entrepreneurship development: Codesign with women entrepreneurs in Iringa, Tanzania ». *The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 85(2), n/a. https://doi.org/10.1002/isd2.12073

Matthews, D. (2019). « Beyond Brick and Mortar: The Experiences of U.S. Female Mobile Fashion Truck Entrepreneurs ». *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 47(4), 307 – 323. https://doi.org/10.1111/fcsr.12304

McAdam, M., Crowley, C., & Harrison, R. T. (2019a). « "To boldly go where no [man] has gone before" - Institutional voids and the development of women's digital entrepreneurship ». *Technological Forecasting & Social Change*, 146, 912 – 922. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.07.051.

Meliou E., Mallett O., & Rosenberg S. (2018). « Being a Self-Employed Older Woman: From Discrimination to Activism ». *Work, Employment and Society*. https://doi.org/10.1177/0950017018800235.

Neumeyer, X., Santos, S. C., & Morris, M. H. (2019). « Who is left out: Exploring social boundaries in entrepreneurial ecosystems ». *Journal of Technology Transfer*, 44(2), 462 – 484. https://doi.org/10.1007/s10961-018-9694-0.

Okeke-Uzodike, O. E., & Subban, M. (2019). « Cluster initiative management: A potential for African women entrepreneurs in the informal sector ». *Local Economy: The Journal of the Local Economy Policy Unit*, 34(5), 421 – 438. https://doi.org/10.1177/0269094219864082.

Pergelova, A., Manolova, T., & Yordanova, D. (2019). « Democratizing Entrepreneurship? Digital Technologies and the Internationalization of Female-Led SMEs ». *Journal of Small Business Management*, 57(1), 14 – 39. https://doi.org/10.1111/jsbm.12494.

Pergelova, A., Manolova, T., & Yordanova, D. (2019). « Democratizing Entrepreneurship? Digital Technologies and the Internationalization of Female-Led SMEs ». *Journal of Small Business Management*, 57(1), 14 – 39. https://doi.org/10.1111/jsbm.12494.

Roos. (2019). « Embeddedness in context: Understanding gender in a female entrepreneurship network ». *Entrepreneurship and Regional Development*, 31(3), 279 – 292. https://doi.org/10.1080/08985626.2018.1551793.

Russum, J. A. (2019). « Sewing Entrepreneurs and the Myth of the Spheres: How the "Work at Home Mom" Complicates the Public-Private Divide ». *Frontiers: A Journal of Women Studies*, 40(3), 117 – 138.

Shastri, S., Shastri, S., & Pareek, A. (2019). « Motivations and challenges of women entrepreneurs ». *International Journal of Sociology and Social Policy*, 39(5 – 6), 338 – 355. https://doi.org/10.1108/IJSSP-09-2018-0146

Shaw, K., & Sørensen, A. (2019). « The Productivity Advantage of Serial Entrepreneurs ». *Industrial & Labor Relations Review*, 72(5), 1225 – 1261. https://doi.org/10.1177/0019793919865501

Striebing, C., Kalpazidou Schmidt, E., & Palmén, R. (2019). « Pragmatic ex-ante evaluation using an innovative conceptual framework: The case of a high-tech entrepreneurship program for women ». *Evaluation and Program Planning*, 77. https://doi.org/10.1016/j.evalprogplan.2019.101714

Vershinina, N., Rodgers, P., Tarba, S., Khan, Z., & Stokes, P. (2019). « Gaining legitimacy through proactive stakeholder management: The experiences of high-tech women entrepreneurs in Russia ». *Journal of Business Research*. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.12.063

Wang, J., Li, Y., & Long, D. (2019). « Gender gap in entrepreneurial growth ambition ». *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(6), 1283 – 1307. https://doi.org/10.1108/IJEBR-04-2018-0248

Wheadon, & Duval-Couetil. (2019). « Token entrepreneurs: A review of gender, capital, and context in technology entrepreneurship ». *Entrepreneurship and Regional Development*, 31(3), 308 – 336. https://doi.org/10.1080/08985626.2018.1551795

Wu, J. (2019). « Identifying women's entrepreneurial barriers and empowering female entrepreneurship worldwide: A fuzzy-set QCA approach ». *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(3), 905 – 928. https://doi.org/10.1007/s11365-019-00570-z

Xheneti, M. (2019). « Value of Formalization for Women Entrepreneurs in Developing Contexts: A Review and Research Agenda ». *International Journal of Management Reviews*, 21(1), 3 – 23. https://doi.org/10.1111/ijmr.12172

Yacus, A. M. (2019). « The Influence of Funding Approaches, Growth Expectations, and Industry Gender Distribution on High-Growth Women Entrepreneurs ». J*ournal of Small Business Management*, 57(1), 59 – 80. https://doi.org/10.1111/jsbm.12491