

CONGRES AEI DAKAR – 6, 7 & 8 DECEMBRE 2017

**ENTREPRENEURIAT, CROISSANCE ET COMPETITIVITE : EXPERIENCES
COMPAREES**



**Etudier les Femmes Entrepreneures : l'intérêt
d'une approche contextualiste**

Amina ROUATBI

amina.rouatbi@yahoo.fr

Emile-Michel HERNANDEZ

e-m.hernandez@wanadoo.fr

Résumé

L'entrepreneuriat est un phénomène social, tout comme le genre qui est une construction sociale. Ces deux constats expliquent ainsi la complexité de l'entrepreneuriat féminin, confronté à une double problématique. Malgré le progrès des travaux sur les femmes entrepreneures, ces dernières demeurent dépendantes de leurs homologues masculins, en matière de littérature et surtout de modèles mobilisés pour les étudier. En effet, l'entrepreneuriat féminin manque d'un cadre théorique qui lui soit propre.

Certaines différences existantes entre les femmes entrepreneures et leurs homologues masculins apparaissent aux différents niveaux du phénomène de la création d'entreprise, à savoir, avant la création, pendant la création et après la création. L'objectif de ce travail de recherche est donc de proposer un modèle qui mette en évidence le rôle primordial et récurrent de l'environnement entrepreneurial, en adoptant la définition de l'entrepreneuriat en tant que processus de création d'entreprise. Ce modèle aide à mieux expliquer les différences entre les entrepreneurs masculins et féminins et à mettre en évidence les caractéristiques et particularités des femmes entrepreneures grâce à une approche contextualiste.

Mots clés : entrepreneuriat féminin, environnement entrepreneurial, approche contextualiste, modèle.

Introduction

L'entrepreneuriat féminin est un phénomène complexe, et confronté à une double problématique. En effet, d'un côté, l'entrepreneuriat est un phénomène social. D'un autre côté, le genre est une construction sociale. Malgré les progrès des travaux sur les femmes entrepreneures, ces dernières demeurent dépendantes de leurs homologues masculins, en matière de littérature et surtout de modèles mobilisés pour les étudier. En effet, l'entrepreneuriat féminin manque d'un cadre théorique qui lui soit propre. Les recherches portant sur le sujet ont emprunté des modèles d'entrepreneuriat classique, dédiés aux hommes. De plus, la plupart des travaux sont empiriques et ne traitent pas explicitement des problématiques théoriques (Snyder, 1995, dans Minnitti (2009)).

La plupart des études demeurent comparatives, seules quelques rares recherches sont dédiées uniquement aux femmes entrepreneures.

Certaines différences ont été mises en évidence par les différents travaux de recherche. Carrier, Julien et Menvielle (2006), dans leur revue de littérature, les résumant en sept grands groupes. Les principales différences qui reviennent le plus souvent dans les travaux sur l'entrepreneuriat féminin sont donc au niveau des motivations, du style de gestion, de la performance, des besoins de formation, de la conciliation travail-famille, du réseautage et du financement. Ces différences sont considérées comme des obstacles qui freinent les femmes entrepreneures.

En pratique, le taux d'activité entrepreneuriale est faible. Ce constat est valable pour quasiment tous les pays du monde et surtout les pays développés. Par exemple, selon la Charte Pour l'Entrepreneuriat Féminin (2013), le taux des femmes entrepreneures françaises n'excède pas les 29%.

On constate que ces différences apparaissent à tous les niveaux du processus de la création d'entreprise, à savoir, avant la création, pendant la création et après la création. Toutefois, malgré la complexité du phénomène de l'entrepreneuriat féminin, ce dernier manque d'un cadre théorique qui pourrait mieux expliquer ces obstacles afin d'y faire face. Les économies ont besoin d'améliorer les taux d'activité entrepreneuriale des femmes afin de dynamiser leurs économies et de changer leurs sociétés.

Dans le cadre de ce travail de recherche, nous rejoignons la modélisation de Bruyat (1993), ainsi que l'approche processuelle de Fayolle (2005), selon lesquelles le processus de création

d'entreprise se décline en trois phases : le déclenchement, l'engagement de l'entrepreneur et la survie - développement du projet - entreprise nouvelle.

Hernandez (1999) stipule que « l'entrepreneur est le sujet, l'acteur, et la création de l'entreprise, le résultat de son action ». En d'autres termes, il met en évidence le rôle joué par l'entrepreneur et définit l'entrepreneuriat comme étant le processus de création d'entreprise fait par l'entrepreneur.

« Ainsi, la création d'entreprise est un concept à facettes multiples qui se révèlent dans le temps. Au début, l'acteur, puis, un processus plus ou moins long, d'où émerge plus ou moins rapidement et de manière évidente une entreprise nouvelle. Ces facettes reflètent des points de vue différents au regard du ou plutôt des phénomènes : la création d' (une) entreprise, si le point de vue de l'acteur qui va créer une entreprise particulière est retenu ; la création d'entreprises, si c'est le point de vue de l'environnement et, donc, du résultat (des entreprises nouvelles) ; les créations d'entreprise, si des approches plus contingentes ayant pour but de comprendre la diversité des acteurs/processus/entreprises nouvelles sont privilégiées » (Bruyat, 1993, p. 92). Un autre exemple de modèle entrepreneurial est celui de Long et McMullan (1984). Ces derniers considèrent la création d'entreprise comme un processus d'identification et de création d'une opportunité. L'opportunité n'est pas donnée, elle est construite par le créateur. Le processus comprend quatre étapes :

1) *pre-vision* : durant cette étape, le créateur recherche activement une idée de création ; il se prépare, mais il ne peut pas contrôler tous les facteurs susceptibles d'avoir une influence sur son futur projet ;

2) *point of vision* : le créateur a la conviction qu'il détient une bonne idée de création :

« *I could really make a go of such and such a business idea* » ;

3) *opportunity elaboration* : le créateur va, durant cette étape, opérationnaliser son idée de création en procédant aux arbitrages nécessaires ; cette étape peut demander du temps ;

4) *decision to proceed*

Pour Long et McMullan (1984), ce modèle constitue une véritable carte permettant aux créateurs potentiels d'améliorer l'efficacité de leur processus de création. Ces auteurs introduisent le temps comme une variable importante du processus de création.

Dans ce qui suit, on va donc proposer un modèle qui mette en évidence le rôle primordial et récurrent de l'environnement entrepreneurial, en se basant sur la définition de l'entrepreneuriat en tant que processus de création d'entreprise. Pour ce faire, nous allons procéder en deux temps. Tout d'abord, nous allons faire une brève revue de littérature des

travaux portant sur les femmes entrepreneures afin de mettre en évidence les principales théories mobilisées. Ensuite, on se limitera, à partir des résultats des recherches, à expliciter quelques différences ainsi que les barrières que les entrepreneures affrontent.

Puis, nous analysons le processus entrepreneurial qui permettra finalement de proposer notre modèle.

1. Recherches en entrepreneuriat féminin

L'intérêt pour les femmes entrepreneures ne cesse d'évoluer, depuis les premiers travaux qui ont vu le jour en 1970 (Brush, 1992 ; Carrier, Julien et Menvielle, 2006). Ces études ont évolué surtout au début des années 1990, suite à l'intérêt *du Secretary of Labor and the Glass Ceiling Commission* des Etats Unis pour les barrières qui empêchent les femmes et les minorités d'atteindre des postes à responsabilité élevée. Ces investigations et recherches avaient pour objectif de mettre en place les dispositifs nécessaires pour lutter contre ces obstacles (Minniti, 2009, p.10). A cela, s'ajoute l'augmentation de la participation des femmes à la vie active et économique.

Entre les années 1970 et 1980, les recherches en entrepreneuriat féminin adoptaient plutôt pour une approche psychologique et s'intéressaient aux traits de caractères. Le genre a été considéré comme une simple variable. Et les études n'avaient pas pour objectif de tester les théories (Greene et al., 2007). Dans les années 1990, grâce, en partie, aux théories féministes (Hurley, 1999 ; Fischer et al., 1993 ; Greer et Greene, 2003) les femmes entrepreneures ont commencé à susciter l'intérêt des acteurs politiques. Toutefois, ces travaux inspirés des théories féminines étaient principalement empiriques et n'ont pas cherché à soulever explicitement des problématiques théoriques.

Une grande majorité des études demeure comparative, seules quelques rares recherches sont dédiées uniquement aux femmes entrepreneures. Certains chercheurs ont, par exemple, comparé des entrepreneures immigrées à des entrepreneures non immigrées (Yetim, 2008) ; ou encore des femmes à la tête d'entreprises à forte croissance (Gundry et Welsch, 2001) et d'autres à moindre croissance (Morris et al., 2006). Fischer, Reuber et Dyke (1993) décrivent les études sur les femmes entrepreneures comme étant des études et des investigations spéculatives « *athéoriques* » et insuffisantes pour comprendre et justifier l'existence des différences entre les femmes et les hommes entrepreneurs.

1.1. Cadre théorique de l'entrepreneuriat féminin

A ce jour, on ne peut considérer l'entrepreneuriat féminin comme un champ d'études à part entière. En effet, les recherches portant sur les femmes entrepreneures manquent d'un cadre théorique qui leur soit propre. En réalité, les chercheurs ont toujours emprunté les modèles théoriques de l'entrepreneuriat classique qui demeure réservé aux hommes. Cromie (1987a) reproche aux investigations en sciences sociales d'exclure les femmes ou de supposer qu'elles se comportent de façon très semblable aux hommes.

Par exemple, Brush et al., (2009) sont parmi les chercheurs qui se sont posées la question de la nécessité d'une théorie propre à l'entrepreneuriat féminin. En réponse, les auteurs ont proposé de compléter le modèle entrepreneurial classique 3Ms (*Market, Management and Money*) de Bates et al. (2007) afin de l'adapter à l'entrepreneuriat féminin. Le modèle 5Ms contient désormais deux dimensions (2Ms) qui permettent de prendre en compte les femmes entrepreneures : « *Motherhood* » et « *Macro/Meso Environment* ». La première variable rajoutée représente la femme dans la famille, ce rôle ayant un impact plus important sur la femme (Jennings et McDougald, 2007). Le macro/méso environnement comprend les politiques nationales, les stratégies et les influences économiques et culturelles, ainsi que les institutions et organisations régionales. Ce dernier est intéressant à intégrer car il peut limiter le choix et les décisions des femmes entrepreneures. De plus, il impacte la socialisation du genre, et par conséquent, le contexte dans lequel les décisions sont prises (Brush et al., 2009).

A ce niveau, on pourrait se poser la question de la nécessité et de la légitimité d'un cadre théorique dédié à l'entrepreneuriat féminin indépendamment de l'entrepreneuriat classique.

Principales théories mobilisées pour étudier l'entrepreneuriat féminin : Théories Féministes

Beaucoup de théories ont été mobilisées pour étudier l'entrepreneuriat féminin, sauf qu'elles ne sont pas propres à ce phénomène. En effet, ce sont des théories empruntées à l'entrepreneuriat classique – autrement dit masculin – mais qui ont été adaptées à l'entrepreneuriat des femmes. Les seules théories qui sont vraiment considérées entièrement dédiées aux entrepreneures sont les théories féministes.

Greer et Greene (2003) ont étudié l'entrepreneuriat dans les différentes étapes de création en mobilisant trois théories féministes. Les auteurs se sont basés sur des travaux utilisant

séparément ou en regroupant deux de ces théories dès le début des années 90. Ces trois théories sont le Féminisme Libéralisme (FL), le Féminisme Marxiste (FM) et le Féminisme Radical (FR).

Le FL étudie les barrières légales et institutionnelles qui empêchent les femmes d'accéder au travail, de constituer des réseaux sociaux et d'accéder au financement. Une égalité sur le plan légal et institutionnel s'impose pour garantir une égalité au niveau du comportement entrepreneurial (Greer et Greene, 2003 ; Brush, 1992). Il faudrait éliminer toutes les barrières, même si elles sont implicites. Pour les auteurs, ces barrières sont au niveau de l'éducation et de l'emploi.

Le FM lutte contre l'exploitation économique pour instaurer à la place une égalité économique. Un intérêt doit être porté à la contribution du travail des femmes dans la sphère domestique. Certes c'est un travail non rémunéré mais il est aussi important que tout autre travail dans la sphère économique et peut jouer un rôle dans la détermination de l'opportunité entrepreneuriale (Greer et Greene, 2003). Les auteurs suggèrent de faire des recherches qui comparent les femmes entrepreneures à des femmes dans le secteur privé puis de comparer des femmes et des hommes entrepreneurs. En éliminant l'injustice économique, d'autres injustices - comme l'injustice raciale et sexiste - seraient éliminées. Pour mettre fin à cette inégalité, Coltrane (2000) proposent deux remèdes : une socialisation du travail domestique et de la garde des enfants pour la création d'une conscience à l'égard des classes et/ou groupes de travail ; ainsi qu'une nécessité d'accorder un salaire pour les personnes au foyer afin d'évaluer la contribution des personnes faisant partie de la sphère domestique, en l'occurrence les femmes, dans la sphère économique (Sokoloff, 1981 ; Tong, 1989). Le courant marxiste a été adopté pour étudier l'entrepreneuriat. Certains chercheurs le mobilisent pour expliquer le stress et la difficulté de concilier vie privée et vie professionnelle (Elchardus et Glorieux, 1994). Bird (1992) et Anna et Chandler (2000) partagent l'idée selon laquelle l'intention entrepreneuriale, qui dirige et guide le comportement de l'entrepreneur, est combinée et émane de ses croyances, ses habitudes, ses valeurs en plus de ses orientation et de ses objectifs de pouvoir contrôler les soucis de sa vie familiale et son travail.

Finalement, selon le FR, les hommes et les femmes sont différents. Les hommes utilisent ainsi ces différences pour privilégier les hommes et en faire des êtres supérieurs et avantagés (Greer et Greene, 2003).

Bien avant les travaux de Greer et Greene (2003), Fischer et al. (1993) ont mobilisé le féminisme libéral et le féminisme social pour combler la lacune associée au manque de compréhension des femmes. Ce manque de compréhension représente un obstacle qui influence l'environnement de ces entrepreneures, tels que les financeurs, les décideurs, etc.

1.2. Résultats des recherches en entrepreneuriat féminin

1.2.1. Les motivations

Il y a deux grands facteurs qui peuvent engendrer la création d'entreprise : le choix « *pull factors* » ou la nécessité « *push factors* ». Ces deux facteurs sont évoqués par quelques auteurs, surtout ceux qui se sont intéressés aux motivations. En effet, les motivations de l'entrepreneur(e) dépendent de l'origine du choix (ou non) de sa carrière entrepreneuriale.

Pour Lee-Gosselin et Grisé (1990), les motivations telles que : la réalisation d'un rêve, le désir de mettre en œuvre ses talents et ses connaissances, de contrôler sa vie ou encore de détecter et saisir une opportunité font partie d'une caractéristique principale de l'entrepreneuriat qui est l'auto-détermination (*self-determination*). Les auteurs nomment ces motivations des « motivations habituelles » auxquelles ils rajoutent d'autres motivations – moins habituelles pour eux - constatées à travers l'étude de leur échantillon telles que la création d'emploi pour les membres de la famille, s'exprimer, avoir une meilleure qualité de vie en changeant de travail jugé contraignant. Dans cette même veine, Buttner et Moore (1997) affirment que les principales motivations des femmes qui ont opté pour une carrière entrepreneuriale sont le désir du challenge, la détermination et la volonté, en plus du désir de trouver un équilibre entre la vie personnelle et les responsabilités professionnelles (Watson et Robinson, 2003).

1.2.2. Les barrières

Le principal frein à l'entrepreneuriat féminin est le rôle des femmes dans la sphère domestique. En effet, les responsabilités domestiques empêchent les femmes d'accéder au travail ; on parle des « *socially imposed responsibilities* », selon Hunt (1983, p3) : les hommes travaillent et les femmes s'occupent des foyers, des enfants et des besoins des conjoints. Il s'agit d'une idéologie difficile à surmonter. Certains auteurs, comme Cromie et Hayes (1988) parlent plutôt des « *domestic responsibilities* » et étudient le travail rémunéré versus le travail non rémunéré (*paid vs unpaid employment*).

Dans les années 80, une fois qu'elles avaient des enfants, les femmes ne pouvaient plus travailler. Et donc l'une des solutions contre le chômage est de créer sa propre entreprise et travailler chez soi pour mieux gérer les responsabilités en tant que mère et épouse, et avoir un revenu. Ce revenu n'est pas forcément important car les femmes subissent des charges lourdes (exemple, charges d'électricité) (Cromie et Hayes, 1988).

Bien gérer sa vie personnelle au détriment de sa vie professionnelle peut être un choix fait par les femmes. Mais parfois, ces dernières sont obligées d'abandonner ou de négliger leurs carrières professionnelles à cause des normes culturelles et sociales de la société à laquelle une femme appartient. On parle dans ce cas de barrières psychologiques, sociales et culturelles.

En plus de l'appartenance à la sphère domestique, d'autres obstacles empêchent ou freinent l'activité entrepreneuriale des femmes. Il s'agit d'événements ou de situations vécus qui poussent les femmes à par la création d'entreprise en réponse. Par exemple, l'accès non équitable à l'éducation, le mariage précoce, une mobilité restreinte, et surtout la discrimination poussent les femmes à entreprendre (Noureen et Arshed, 2014). Le plafond de verre est l'une de ces barrières qu'on peut considérer récente. Parfois, avec des diplômes pas très élevés et une expérience quasi inexistante, une femme a très peu de chances de trouver un travail ; et se retourne donc vers l'auto-emploi. Malgré cela, le taux d'activité entrepreneuriale reste très faible par rapport au taux masculin. En France, par exemple, seulement un chef d'entreprise sur trois est une femme.

Parmi les autres obstacles à l'entrepreneuriat des femmes, on cite la difficulté d'accès au financement (Coleman, 2000 ; Carter, 2000). Ces difficultés pourraient être à l'origine du manque de confiance des femmes en elles et par conséquent du manque de confiance des financeurs.

1.2.3. La performance

Toutes les connaissances dans le domaine de l'entrepreneuriat, notamment du succès et de l'échec, viennent des études faites sur les hommes entrepreneurs et leurs entreprises ; les informations sur les femmes entrepreneures et leurs entreprises sont très rares (Kalleberg et Leicht, 1991), malgré l'appel de nombreux chercheurs pour combler ce vide (Bowen et Hisrich, 1986 ; Cromie et Hayes, 1988 ; Hisrich et Brush, 1984). Plusieurs chercheurs

affirment que les entreprises créées par des hommes sont plus performantes et prospères que celles créées par des femmes (Aldrich, 1989 ; Cuba Decenzo et Anish, 1983)¹.

En se référant au raisonnement de Kalleberg et Leicht (1991), la performance des entreprises créées et gérées par des femmes dépend directement de leurs caractéristiques personnelles et de leurs objectifs d'adaptation. Une femme appartient à la fois à la sphère domestique et à la sphère économique. Et par conséquent, elle adapte son entreprise par rapport à sa vie privée.

Bien que les hommes aient souvent des positions dominantes dans la sphère économique et sur le marché de travail (Kalleberg et Leicht, 1991), certains auteurs pensent que l'entrepreneuriat représente un cas particulier à cette généralité et que les femmes, en optant pour l'auto-emploi, surmontent la discrimination ainsi que d'autres difficultés d'accès au travail (Cromie et Hayes, 1988). Par ailleurs, un courant de pensée affirme que l'auto-emploi des femmes demeure défavorable par rapport aux hommes à cause des barrières auxquelles elles sont confrontées et qui sont en relation avec l'éducation, la situation familiale et le marché du travail (Aldrich, 1989 ; Goffee et Scase, 1983). Pour trouver des solutions à cette problématique, il serait judicieux d'étudier comment les différences selon le genre peuvent affecter la performance des entreprises (Kalleberg et Leicht, 1991).

Les rares études sur les femmes entrepreneures sont basées sur des échantillons de très petite taille ou constitués de façon non systématique (Kalleberg et Leicht, 1991).

Dans les études portant sur les mesures de la performance des PME créées par des femmes, la plupart des auteurs se sont intéressés au rôle du capital humain et financier pour expliquer la croissance et la rentabilité des entreprises (Coleman, 2007 ; Sara et Peter, 1998 ; Alsos et Isaksen, 2006). Un autre point sur lequel femmes et hommes entrepreneurs diffèrent est l'accès aux ressources. Ceci a été aussi étudié en relation avec la performance (Carter, Williams et Reynolds, 1997). Carter et Allen (1997) ont plutôt cherché à expliquer non seulement la performance mais aussi la taille des entreprises créées et gérées par des femmes, à travers le facteur « accès aux ressources ».

A travers des mesures quantitatives de la performance, certains auteurs ont conclu que les entrepreneures réussissent moins et génèrent des résultats moins élevés que leurs homologues masculins, notamment en matière de création d'emploi, de chiffre d'affaires et de profit (*e.g.*

¹ Cités par Brush (1992)

Hisrich et Brush, 1983; Cuba, Decenzo and Anish, 1983; Longstreth, Stafford and Mauldin, 1987; Brush, 1992)².

Cela s'expliquerait par le fait que les femmes ne se lancent pas généralement dans la création d'entreprises pour le gain financier, mais plutôt pour atteindre d'autres objectifs intrinsèques (indépendance, flexibilité et gestion du temps par rapport à la vie personnelle). Pour ces femmes, le succès est évalué par rapport à ces objectifs non forcément financiers.

Brush résume le débat comme suit: « *Typically business performance is measured in economic or financial terms (Brush and VanderWerf, 1991). However, there is empirical evidence that suggests that women owned business earn less money (Hisrich and Brush, 1987; Brush, 1990) and often do not grow as rapidly as male owned businesses (Kalleberg and Leicht, 1991). Sexton (1989) notes that growth is a choice; it is likely that many women business owners choose not to grow their businesses, instead pursuing other goals. As one woman business owner recently noted, 'growing is more than growing in size; it is growing in knowledge and ability to do what you do better - its growing in a lot of ways' (Nelton, 1990). Hence the assessment of business performance for women owned businesses should include not only financial measures, but should incorporate other measures such as employee satisfaction, social contributions, goal achievement, and effectiveness* » (Brush, 1992, pp. 21-22).

De plus, la performance des petites entreprises est influencée par les motivations, les aspirations et l'intention des entrepreneurs (Cliff, 1998). Il est donc évident que des motivations d'entrepreneures femmes différentes de celles de leurs homologues masculins, engendrent une performance différente.

1.2.4. Le management ou le style de gestion

Les premières études portant sur le style de management sont celles d'Hisrich et Brush (1984) suivis de Chaganti (1986) (Carrier, Julien et Menvielle, 2006). Ces auteurs suggèrent que les entrepreneures ont une façon différente de gérer leurs entreprises en les comparant avec leurs homologues masculins.

La culture joue un rôle déterminant dans la formation et la prise de décision et par conséquent sur le management (Mitchell, Smith, Seawright et Morse, 2000).

² Cités par Rosa, Carter et Hamilton, 1996

Verheul (2007), quant à lui, s'est intéressé à un aspect particulier du management, à savoir la gestion des ressources humaines. L'auteur rejoint l'évidence de la littérature sur la diversité due au genre et qui concerne les motivations, les traits de caractère, le capital humain et financier et la performance, pour conclure que la façon de gérer une entreprise dépend aussi du genre de l'entrepreneur. Néanmoins, il faut différencier entrepreneuriat et *leadership*. Dans le domaine de la gestion des ressources humaines on parle même de « valeurs féminines » (Verheul, 2007 ; Vecchio, 2002). En effet, les femmes délèguent plus que les hommes et optent plus pour un management plutôt participatif. Cette façon de gérer dépend aussi de la culture (Graham, 2014).

1.3. L'entrepreneuriat féminin : résultats des études « interculturelles »

A partir d'une base de données sur 37 pays développés, et en développement, portant sur les déterminants de l'activité entrepreneuriale des différents pays ainsi que sur les individus, Ardagna et Lusardi (2008) s'intéressent aux différences entre les caractéristiques individuelles et les réglementations des pays. Ils ont montré que certaines caractéristiques comme le genre, l'âge et le statut dans le monde du travail, sont des déterminants importants pour l'entrepreneuriat en plus de l'attitude des personnes vis-à-vis du risque, les auto-évaluations de leurs capacités et surtout, le réseau social auquel ils appartiennent. Ces trois dernières variables sont prises en compte pour informer sur la réglementation qui a été jugée importante surtout pour les individus ayant l'intention de devenir entrepreneurs.

En se basant sur le cas de la Turquie et plus précisément les femmes entrepreneures en Turquie, Yetim (2008) s'est intéressé au capital social représenté par le réseau social. Dans le cadre de son étude, pour mettre l'accent sur l'importance du réseau et surtout lorsqu'il s'agit de réseaux différents, l'auteur a comparé deux groupes de femmes : les immigrées, d'un côté et les non-immigrées, de l'autre. Les résultats montrent que les femmes immigrées ont un réseau réduit, composé principalement de leurs familles, ami(e)s et compatriotes avec qui elles développent de fortes attaches. Pour elles, la société turque représente un nouveau milieu culturel, s'y intégrer et y constituer un réseau n'est pas si évident. Dans son étude de cas, l'auteur fait apparaître deux groupes de femmes selon leur appartenance à des classes sociales plus ou moins aisées. Il constate que les femmes issues de la classe pauvre sont poussées vers l'entrepreneuriat qui représente une solution pour elles et leurs familles. Alors que les femmes des classes moyennes et plus aisées, elles, ont généralement plus de facilité à faire des études

avancées et ont des ambitions de réussir, de s'affirmer et d'avoir des carrières réussies. Pour ces dernières l'entrepreneuriat est un choix de carrière et non une solution.

Durant les dernières décennies, le taux de participation des femmes dans la vie active a progressé de manière remarquable dans la majorité des pays de l'ouest (OCDE, 2000 et OCDE, 1998b.)³. Ceci s'explique par le changement des valeurs et l'attitude envers les femmes actives sans pour autant que ceci contribue à l'augmentation du nombre de femmes entrepreneures (Verheul et al., 2001). Mais selon l'auteur la probabilité que les femmes deviennent auto-employeur a, elle, augmenté.

Le taux d'auto-emploi des hommes dans les pays développés est souvent supérieur à celui des femmes avec, des variations de ce dernier entre les pays selon le nombre de femmes entrepreneures. Ce qui pourrait s'expliquer par les différences institutionnelles et les environnements culturels des pays (Verheul et al., 2001). Verheul et al. (2001) font aussi remarquer qu'il est important d'impliquer les femmes quand il s'agit de taux d'échec en matière de création d'entreprise.

Afandi et Kermani (2014) ont mené une étude empirique pour estimer le rôle des inégalités et les attributs des pays vis-à-vis des hommes et des femmes dans le but de combler le fossé entre les deux sexes en entrepreneuriat. Leurs résultats ont montré que les individus ainsi que les pays privilégient le sexe masculin.

Driouch et Gamar (2014) ont mené une étude empirique qui compare les pays Arabes et les pays de l'Europe de l'Est en matière d'entrepreneuriat. Ils ont montré que les pays Arabes ont besoin d'augmenter leur niveau de performance en termes de création d'entreprise. Les pays de l'Europe de l'Est affichent globalement une performance plus importante mais les pays Arabes, par exemple, les pays du Golfe, assurent de meilleures conditions pour le développement des entreprises. Ces efforts doivent être maintenus. Selon les auteurs, il semblerait que les facteurs culturels et environnementaux guident l'entrepreneuriat dans les pays Arabes.

2. Proposition d'un modèle : adaptation de l'approche contextualiste à l'entrepreneuriat féminin

³D'après Verheul et al., 2001

En étudiant l'entrepreneuriat féminin, il est primordial de mettre l'accent sur l'empreinte et le rôle de l'entrepreneure dans les différentes étapes du processus entrepreneurial complexe. Dans ce cadre multidimensionnel du processus entrepreneurial, d'un côté, et en considérant la complexité de l'environnement social et culturel de l'entrepreneure, de l'autre, il est nécessaire de déterminer un cadre conceptuel qui représente les différentes interactions entre les divers éléments du contexte et de l'environnement dans lequel une entrepreneure latente évolue.

Après avoir fait une revue de littérature qui met en évidence la complexité de l'environnement entrepreneurial, notre travail de recherche consiste à légitimer et justifier la nécessité d'adopter une approche contextualiste qui prend en compte les différents éléments évolutifs qui affectent le phénomène entrepreneurial ainsi que l'entrepreneure.

Certes la culture d'une société influence les choix de l'entrepreneure mais aussi peut aider à déterminer sa façon de gérer son entreprise et de garantir sa survie.

2.1. Un cadre spécifique pour l'entrepreneuriat féminin

2.1.1. Le processus entrepreneurial

Rappelons que l'entrepreneuriat féminin demeure dépendant d'un univers « masculin ». La question qu'on peut se poser est la suivante : a-t-on vraiment besoin d'un cadre théorique dédié à l'entrepreneuriat féminin indépendamment de l'entrepreneuriat classique ? Et si oui, quelle est la légitimité de ce cadre conceptuel genré ?

La réponse est, sans doute, donnée par la littérature et plus précisément l'évolution de la littérature. Les premiers travaux sur l'entrepreneuriat féminin, qui datent seulement des années 1970 ont commencé par citer des exemples de femmes entrepreneures en décrivant leurs situations, les conditions de vie qui les ont menées à choisir cette carrière (*e.g.* Cromie et Hayes, 1988). Ensuite, de plus en plus d'études /se sont interrogées sur/ ont tenté de mettre en évidence les différences entre les hommes et les femmes entrepreneur(e)s (*e.g.* Birley, 1988; Cromie, 1987a et b). Ces études comparatives ont été aussi bien quantitatives que qualitatives. Elles ont porté sur plusieurs dimensions du phénomène de l'entrepreneuriat. Effectivement, les recherches étaient tantôt destinées à comparer les caractéristiques personnelles de l'entrepreneur(e) : âge, formation, expérience, situation familiale, situation économique... ou encore ses motivations, ses intentions entrepreneuriales ; tantôt à comparer

les entrepreneur(e)s dans les différentes phases de création d'entreprises (**avant la création, pendant la création, après la création**).

Jusqu'à nos jours, on reproche à la recherche en entrepreneuriat féminin de manquer de recherches théoriques basées sur le terrain (Brush et al., 2010b; Hughes et al., 2012; Sullivan et Meek, 2012). Et sans ce développement théorique de la notion du genre en entrepreneuriat, les chercheurs manqueraient de base conceptuelle pour explorer et expliquer les différences en matière de création et de croissance d'entreprise entre les hommes et les femmes ainsi que les différences entre les femmes (Jennings et Brush, 2013). Brush, Bruin et Welter (2014) ont constaté d'après leur revue de la littérature que l'approche dominante des recherches en matière de création d'entreprise est une approche avec une perspective économique. Cette dernière prend moins en considération l'influence de l'entourage (famille, conjoint et son rôle, la culture, le contexte) (Aldrich et Cliff, 2003; Bird et Brush, 2002; Shapero et Sokol, 1982)⁴. Les différences résultant des effets et de l'influence du contexte peuvent être masquées par le processus de création d'entreprise (Brush, Bruin et Welter, 2014).

Pour mettre au point leur cadre conceptuel, Brush, Bruin et Welter (2014) se sont basées sur le concept de l'enracinement/ancrage et de son utilisation dans la littérature de l'entrepreneuriat pour construire leur cadre conceptuel. Le concept de l'enracinement met l'accent sur la relation entre le comportement économique et la structure sociale. En effet, celui-ci ne pourrait-être compris en dehors de la structure sociale (Granovetter, 1985, 1990). Zukin et DiMaggio (1990, p.18) définissent, comme Granovetter (1990), la structure d'enracinement comme étant la contextualisation des échanges économiques à travers les relations interpersonnelles (« *the contextualization of economic exchange in patterns of ongoing interpersonal relations* »), en plus d'élargir la typologie, en rajoutant/incluant l'enracinement cognitif, culturel et politique.

2.1.2. De l'environnement entrepreneurial à l'approche contextualiste

L'environnement entrepreneurial s'avère une notion primordiale pour l'approche contextualiste.

Gnyawali et Fogel (1994) définissent l' «environnement entrepreneurial» comme la combinaison des facteurs qui jouent un rôle dans le développement de l'entrepreneuriat. D'un côté, ils font référence à aux facteurs économiques, socioculturels et politiques qui influencent la volonté et la capacité des personnes à entamer une activité entrepreneuriale. D'un autre

⁴ Cités par Brush, Bruin et Welter (2014)

côté, il y a la disponibilité de l'assistance et des supports qui facilitent le processus de création d'entreprise. Les auteurs regroupent la littérature sur l'environnement entrepreneurial en trois courants : 1) les conditions environnementales générales de l'entrepreneuriat; 2) les études descriptives des conditions environnementales dans un pays ou région en particulier ; et 3) le rôle des politiques publiques à déterminer l'environnement entrepreneurial.

En sociologie, l'une des perspectives qui permet de mieux comprendre l'entrepreneuriat est l'impact du contexte social sur la prise de décision par l'individu qui se lance dans la création d'entreprise. Le système social et ses acteurs qui le constituent incluent les individus ainsi que les organisations collectives telles que les entreprises, les partis politiques, les agences gouvernementales, etc. (Reynolds, 1991).

L'intérêt à cet environnement n'est pas récent. En effet, dans les années 80, Gartner (1985) a établi un modèle multidimensionnel basé sur quatre dimensions de l'entrepreneuriat : l'entrepreneur, l'entreprise, l'environnement et le processus. Il s'agit de la fameuse pyramide à trois côtés et une base construite avec chaque pointe représentant une dimension. Gartner a pris en compte une panoplie de facteurs environnementaux comme l'accessibilité aux différentes ressources, l'action des pouvoirs publics, l'accès aux services, le regard de la Société, le niveau de la concurrence, les barrières à l'entrée, etc. comme des facteurs influents de la création de la nouvelle entreprise.

Cela nous renvoie vers l'importance que représente cet environnement qui oriente dans un premier temps l'entrepreneur potentiel et dans un second temps son entreprise (à travers sa personne).

Le cas des femmes est encore plus particulier car elles subissent des pressions, des exigences, des attentes et des rôles différents que les hommes. Donc il est judicieux de mettre en place un modèle qui prend en compte ces spécificités qui pourraient être propres aux femmes entrepreneures.

Malgré les avancées dans la compréhension des motivations, des barrières et des problématiques auxquelles les femmes entrepreneures sont confrontées, il reste encore à découvrir par des recherches futures (Minitti et Naudé, 2010). Étudier l'entrepreneuriat féminin à travers les pays, aide à mieux comprendre le phénomène. Mais ces études ne peuvent être généralisées pour comprendre le phénomène dans d'autres pays. D'où la nécessité d'un modèle plus général et adaptable à tous les environnements.

Les modèles théoriques n'accordent pas assez d'importance au poids de la culture dans leurs représentations ou se sont penchés uniquement sur quelques variables voire une seule pour

représenter le rôle de la culture en entrepreneuriat au prisme du genre. L'entrepreneuriat féminin reste dépendant de l'entrepreneuriat classique en matière de proposition de modèle, bien que plusieurs recherches postulent que la culture influencerait l'entrepreneuriat (Carter et Wilton, 2006). Cette influence a été mise en évidence au niveau de l'intensité et de l'orientation entrepreneuriale (Kreiser, Marino, Dickson et Weaver, 2010) ; de la détection de l'opportunité (Ozgen, 2012 ; Renzulli et al., 2000) et le réseau (Greve et Salaff, 2003). Certains auteurs comme Tan (2000) et Welter, Smallbone et Isakova (2006), affirment que l'accès au financement varie selon les cultures.

2.2. Théorie mobilisée : l'approche contextualiste

Dans sa logique contextualiste, Pettigrew (1987) met en relation une dimension horizontale et une dimension verticale. Ces deux dimensions représentent respectivement l'influence des facteurs internes et externes de l'environnement ainsi que l'évolution du processus. Son cadre conceptuel repose sur trois concepts clés qui sont : le contexte, le contenu et le processus.

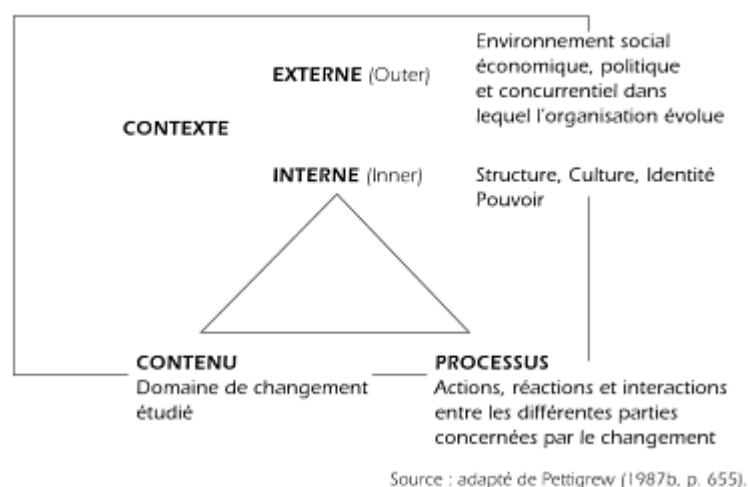


Figure 1 : cadre d'analyse de l'approche contextuelle⁵

Pour Pettigrew (1987), les processus de changement doivent être analysés en tenant compte du contexte, ce dernier étant défini selon deux niveaux d'analyse : les contextes internes et externes de l'organisation. Le contexte interne reprend trois dimensions intra-organisationnelles :

⁵ Source : David Autissier, Isabelle Vandangeon, Alain Vas, 2010, *Conduite du changement : concepts-clés : 50 ans de pratiques issues des grands auteurs*, p.197

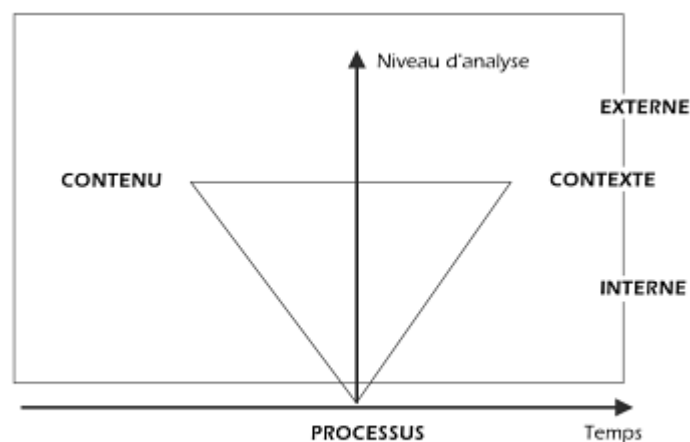
- La dimension structurelle qui porte sur les relations formelles et informelles entre les différentes fonctions au sein d'une organisation ;
- La dimension culturelle qui touche aux systèmes de valeurs et de croyances utilisés pour légitimer l'action dans l'organisation ; et
- La dimension politique qui traite de la distribution du pouvoir entre les différents acteurs de l'organisation.

Le contexte externe couvre, quant à lui, l'environnement socio-économique, politique, technologique et concurrentiel dans lequel l'entreprise évolue. → « Quoi ? »

Le contenu fait référence au domaine spécifique concerné par les changements étudiés. → « Pourquoi ? »

Les processus mettent l'accent sur la manière dont les actions, les réactions, les interactions des différents acteurs impliqués dans le changement. → « Comment ? »

Brouwers et al. (1997) ont adapté cette analyse contextualiste et ont proposé la grille de lecture suivante.



Source : adapté de Brouwers *et al.* (1997, p. 30).

Figure 2: *Grille de lecture de l'approche contextualiste selon Brouwers et al. (1997)*

L'axe vertical représente l'articulation entre plusieurs niveaux d'analyse tels que l'interrelation entre le contexte externe (socio-économique, politique, concurrentiel) et interne (structure, culture, pouvoir) de l'organisation. Ces contextes représentent à la fois une dimension objective captée par des données observables et une dimension subjective,

construite par les perceptions, les actions et les interprétations de ces contextes par les acteurs de l'organisation.

L'axe horizontal correspond à l'évolution du phénomène dans le temps, ce qui correspond à la dimension processuelle de l'analyse.

Pettigrew (1990) met ainsi en avant quatre points clés nécessaires pour mener à bien une analyse contextualiste :

- L'importance de « l'enchevêtrement » des variables par une étude du contexte à des niveaux d'analyse différents et étroitement interconnectés.
- L'importance de l'interconnexion temporelle pour situer le changement dans le temps (passé, présent, futur)
- La nécessité d'étudier le contexte et l'action, le contexte étant un produit de l'action et *vice-versa*. Dans cette perspective, le processus est à la fois contraint et construit par le contexte.
- La nécessité de chercher à identifier les causes multiples, variées et mélangées du changement et d'explorer les conditions et contextes dans lesquels ces mélanges s'opèrent.

Certes l'analyse de Pettigrew est basée sur le concept du changement mais cette approche pourrait aussi s'adapter à notre recherche sur l'entrepreneuriat pour plusieurs raisons. Premièrement, le processus entrepreneurial est un processus complexe qui évolue et qui dure dans le temps. Cela implique forcément des changements. Deuxièmement, l'influence de l'environnement est sans doute un facteur primordial pour déterminer et influencer, non seulement, les caractéristiques de l'entrepreneur(e) (sa perception de soi, de sa capacité à créer et gérer une entreprise, ses connaissances et compétences,...), mais aussi peut faciliter ou compliquer le processus entrepreneurial (la réglementation, les lois, l'accès aux ressources,...). De plus, la notion du genre, des rôles du genre, tout comme le phénomène de l'entrepreneuriat, sont des phénomènes sociaux définis différemment selon les cultures.

A partir de notre étude théorique, on peut proposer le modèle ci-après.

L'axe horizontal représente le processus entrepreneurial avec ses trois phases principales retenues pour notre cadre de recherche.

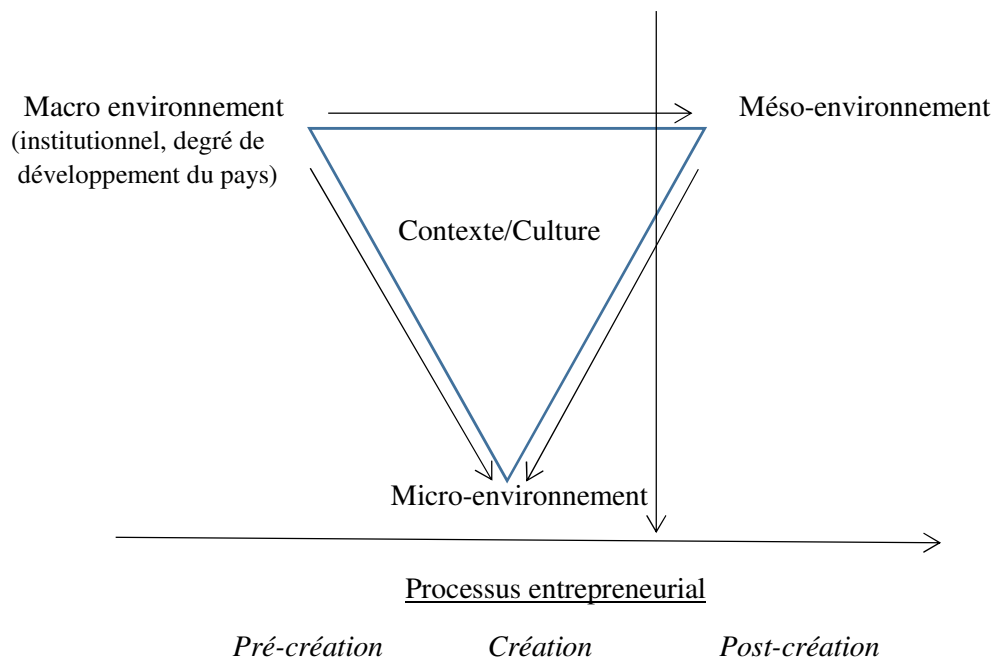


Figure 3: *adaptation de l'approche contextualiste au phénomène entrepreneurial*

Ce modèle est une adaptation de l'approche contextualiste du changement proposée par Pettigrew (1987) appliquée au phénomène entrepreneurial.

En ce qui concerne le processus entrepreneurial, nous le résumons en trois étapes principales à savoir : la pré-crédation, la création et la post-crédation de l'entreprise. Ces trois phases sont assez complexes et comportent différentes variables qui sont interconnectées avec le contexte – ou l'environnement – de l'entrepreneure.

- 1) La phase de pré-crédation qui précède la création et la mise en place de l'entreprise et dans laquelle il est intéressant d'étudier les intentions, les motivations (et certaines caractéristiques personnelles de l'entrepreneure(e)), la détection de l'opportunité, les compétences, ...
- 2) La phase de création et de la naissance de l'entreprise, lors de laquelle l'entrepreneure fait appel au financement, à l'aide de certaines personnes autour pour le conseil, pour faire connaître l'entreprise et démarrer à bien l'activité, ...
Lors de cette étape on étudie alors le réseau ainsi que la notion du capital humain. Ces deux notions ont fait l'objet de beaucoup de recherches et ont représenté des points de différences entre les entrepreneures et leurs homologues masculins.
- 3) La phase de post-crédation dans laquelle, une fois son entreprise installée, l'entrepreneure s'occupe de faire avancer son affaire. Ici, on peut parler du propriétaire-dirigeant ou du propriétaire manager. C'est aussi dans cette étape qu'on

parlera de performance, cette dernière étant l'une des principales caractéristiques qui différencie les femmes entrepreneures.

Les recherches s'inscrivant dans la perspective des traits de caractères n'ont pas fait référence à l'approche processuelle de l'entrepreneuriat. Cela peut s'expliquer par le fait que les caractéristiques personnelles sont propres et intrinsèques à l'entrepreneure et ne dépendent pas des étapes de création d'entreprise. Néanmoins, ces traits de caractère font de chaque entrepreneure un cas unique. Cette dernière réagit différemment selon les situations et pendant les différentes étapes. Par exemple, c'est la personnalité de l'individu, sa façon d'être et de voir les choses qui vont expliquer le choix d'une carrière entrepreneuriale. Pendant la phase de création, l'entrepreneure serait amenée à mobiliser son réseau et son charisme pour négocier son affaire avec les financeurs ou toute autre partie prenante. Finalement, les caractéristiques personnelles déterminent et expliquent la façon avec laquelle la propriétaire-manager dirige son entreprise durant la phase de post-crédation. Un autre point commun qui génère des interactions entre les trois phases est l'effet de la culture et du contexte. En effet, le degré de développement du pays, par exemple, peut déterminer le facteur de choix d'une carrière entrepreneuriale (*push* ou *pull*). La place et le rôle de la femme dans la société (société égalitaire ou non) a certes un effet important sur l'engagement de la femme dans la création d'entreprise. Réellement, la sphère sociale et la sphère économique sont très proches et interdépendantes (Johannisson et Monsted, 1998). Aussi Granovetter (1985) met en évidence dans son article la relation entre l'activité économique et l'ancrage/l'enracinement social.

Conclusion

L'enjeu de ce travail de recherche est double. D'un côté, l'entrepreneuriat féminin fait toujours débat à cause des résultats des fois contradictoires et surtout par rapport à la question du genre. D'un autre côté la complexité de l'environnement est loin d'être un sujet qui fait l'unanimité. D'ailleurs des études établies dans des contextes différents (pays ou régions) fait ressortir des résultats parfois contradictoires.

La création d'entreprise est certes un phénomène genré mais notre objectif n'est pas de comparer des entrepreneures femmes avec des entrepreneurs hommes mais plutôt de mieux comprendre les femmes entrepreneures afin de les aider à dépasser les obstacles et barrières qu'elles affrontent dans leur démarche de création d'entreprise. D'ailleurs l'un des reproches

fait aux études en sciences sociales est d'exclure les femmes ou de supposer qu'elles se comportaient de façon très semblable aux hommes (Cromie, 1987a). Une autre faiblesse des investigations des études en entrepreneuriat féminin est d'être très concentrées sur la comparaison des entreprises déjà créées par des hommes et des femmes alors qu'il faut aussi étudier les différences au niveau de la création d'entreprise.

Ce qui ressort aussi de cette revue de la littérature, sont les contradictions au niveau des conclusions et des résultats, sur l'entrepreneuriat féminin et aussi sur la performance des entreprises des femmes. En effet, certains auteurs défendent l'hypothèse de la sous-performance des femmes alors que d'autres la rejettent. Ces contradictions ont été justifiées, pour la plupart, par le non contrôle des bonnes variables qui influencent les résultats et le rendent biaisé. En effet, en contrôlant, par exemple, la variable « risque », l'hypothèse de sous-performance des femmes n'est plus valable (Watson J., Robinson S., 2003). Un autre reproche fait aussi à ces études est d'ordre méthodologique. Car la majorité des études menées sont des études empiriques et non basées sur le terrain.

Parfois, les résultats des recherches menées sur les entrepreneurs de manière générale (comparaisons hommes-femmes ou femmes entrepreneures *versus* non-entrepreneures) démontrent quelques contradictions. Ces contradictions sont généralement associées et expliquées par le contexte dans lequel évoluent les individus. Cela peut être la culture nationale, la situation économique et politique du pays, des événements survenus au cours de la vie personnelle ou familiale, etc. En définitive, il faudrait focaliser plus d'attention sur l'environnement de l'entrepreneure qui joue un rôle déterminant vis-à-vis de ces caractéristiques personnelles, ces choix, ses comportements, ses interactions avec les parties prenantes, etc. Tout comme les études mobilisant, entre autre, l'influence des stéréotypes l'ont démontré, la société et la culture jouent un rôle primordial dans le comportement et la vision de l'entrepreneure. Par ailleurs, la culture est une caractéristique propre à chaque société voire à chaque groupe même au sein d'un même pays. Ritchie et Brindley (2005) appellent aussi à la nécessité de mettre en place un cadre théorique basé sur le contexte spécifique à chaque pays.

Le défi des études postérieures à ce travail de recherche est de mettre en évidence ce rôle et l'influence de la culture de la société et de manière plus générale de l'environnement entrepreneurial sur les femmes entrepreneures. Grâce au modèle de l'approche contextualiste, ce rôle sera décomposé selon les différentes étapes de la création et donc sera mieux cerné et compréhensible.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Afandi E., Kermani M. (2014), Bridging the Gender Gap in Entrepreneurship: Evidence from Europe, William Davidson Institute, Working paper Number 1074.
- Aldrich, H. E., & Cliff, J. E., (2003), The pervasive effects of family on entrepreneurship: toward a family embeddedness perspective. *Journal of Business Venturing*, 18(5), 573–596.
- Autissier, D., Vandangeon, I., & Vas, A. (2010). *Conduite du changement : concepts-clés: 50 ans de pratiques issues des travaux de 25 grands auteurs*.
- Bird B. J.(1992), The Operation of Intention in Time: The Emergence of the New Venture, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Volume 17, No 1, pp11-20.
- Bird B., Brush C. (2002), A Gendered Perspective On Organizational Creation, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Volume 26, No 3, pp 41-65.
- Brouwers, I., (1997), *Management humain et contexte de changement: Pour une approche constructiviste*. De Boeck Université
- Brush, C. G. (1992). Research on women business owners: Past trends, a new perspective and future directions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 16(4), 5-31.
- 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.
- Brush, C. G., de Bruin, A., & Welter, F., (2014), Advancing theory development in venture creation: signposts for understanding gender, *Women's Entrepreneurship in the 21st Century: An International Multi-Level Research Analysis*, (October 2015), 11–31.
- Bruyat, C. (1993). *Création d'entreprise: contributions épistémologiques et modélisation* (Doctoral dissertation, Université Pierre Mendès-France-Grenoble II).
- Buttner, E. H., & Moore, D. P. (1997). Women's organizational exodus to entrepreneurship: self-reported motivations and correlates with success. *Journal of small business management*, 35(1), 34.
- Carrier, C., Julien, P. A., & Menvielle, W. (2006), Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin: une synthèse des études des 25 dernières années. *Gestion*, 31(2), 36-50.
- Carter, N., & R. Allen, K. (1997). Size determinants of women-owned businesses: choice or barriers to resources?. *Entrepreneurship & Regional Development*, 9(3), 211-220.
- Carter, S. (2011), The Rewards of Entrepreneurship: Exploring the Incomes, Wealth, and Economic Well-Being of Entrepreneurial Households, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 39–55.
- Carter, N. M., Williams, M., & Reynolds, P. D. (1997). Discontinuance among new firms in retail: The influence of initial resources, strategy, and gender. *Journal of business venturing*, 12(2), 125-145.

- Carter, S., & Wilton, W. (2006). Don't blame the entrepreneur, blame government: The centrality of the government in enterprise development; Lessons from enterprise failure in Zimbabwe. *Journal of Enterprising Culture*, 14(01), 65-84.
- Cliff, J. E. (1998). Does one size fit all? Exploring the relationship between attitudes towards growth, gender, and business size. *Journal of business venturing*, 13(6), 523-542.
- Coleman, S. (2000). Access to capital and terms of credit: A comparison of men-and women-owned small businesses. *Journal of Small Business Management*, 38(3), 37.
- Coleman, S., (2007), The Role of Human and Financial Capital in the Profitability and Growth of Women-Owned Small Firms, *Journal of Small Business Management*, 45(3).
- Coltrane, S. (2000). Research on household labor: Modeling and measuring the social embeddedness of routine family work. *Journal of Marriage and family*, 62(4), 1208-1233.
- Driouch A., Gamar A., Hofstede's Cultural Indicators, (2014), Knowledge Economy and Entrepreneurship in Arab Countries, Paper No. 58731, Munich Personal RePEc Archive.
- Elchardus, M., & Glorieux, I. (1994). The search for the invisible 8 hours: The gendered use of time in a society with a high labour force participation of women. *Time & society*, 3(1), 5-27.
- Fayolle, A. (2005). *Introduction à l'entrepreneuriat*. Dunod.
- Fischer E. M., Reuber A. R., & Dyke L.S. (1993), A Theoretical Overview and Extension of Research on Sex, Gender, and Entrepreneurship, *Journal of Business Venturing*, 8, pp. 151-168.
- Gartner, W. B. (1985), A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation, *The Academy of Management Review*, 10(4), 696.
- Gnyawali, D. R., & Fogel, D. S. (1994). Environments for entrepreneurship development: key dimensions and research implications. *Entrepreneurship: theory and practice*, 18(4), 43-63.
- Goffee, R., & Scase, R. (1983). Business ownership and women's subordination: A preliminary study of female proprietors. *The Sociological Review*, 31(4), 625-648.
- Granovetter, M. (1985), Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481 – 510.
- Granovetter, M. (1990), The Myth of Social Network Analysis as a Special Method in the Social Sciences, *Connections*, 13–16.
- Greene, P. G., Hart, M. M., Gatewood, E. J., Brush, C. G., & Carter, N. M. (2003). Women Entrepreneurs: Moving Front and Center: An Overview of Research and Theory. *United States Association for Small Business and Entrepreneurship*, (October 2015).
- Greer M.J., Greene P.G., Feminist Theory and the Study of Entrepreneurship, Edited by Butler J. E.(2003), *New Perspectives on Women Entrepreneurs: A Volume in Research in Entrepreneurship and Management*, pp1-24.

- Greve A., Salaff J.W.(2003), Social Networks and Entrepreneurship, *Entrepreneurship Theory and Practice*.
- Gundry, L. K., & Welsch, H. P. (2001). The ambitious entrepreneur: High growth strategies of women-owned enterprises. *Journal of business venturing*, 16(5), 453-470.
- Hernandez, E. M. (1999). *Le processus entrepreneurial*.
- Hurley, A. E. (1999), Incorporating feminist theories into sociological theories of entrepreneurship, *Women in Management Review*, 14(2), 54–62.
- Jennings, J. E., & Brush, C. G. (2013), Research on Women Entrepreneurs: Challenges to (and from) the Broader Entrepreneurship Literature?, *Academy of Management Annals*, 7(1), 663–715.
- Jennings, J. E., & McDougald, M. S. (2007). Work-family interface experiences and coping strategies: Implications for entrepreneurship research and practice. *Academy of Management Review*, 32(3), 747-760.
- Johannisson, B. & Monsted, M. (1998), Contextualizing Entrepreneurial Networking The Case of Scandinavia, *International Studies of Management & Organization*, 27(3), 109–136.
- Kalleberg, A. L., & Leicht, K. T. (1991). Gender and organizational performance: Determinants of small business survival and success. *Academy of management journal*, 34(1), 136-161.
- Long, W., and McMullan, WE. (1984), Mapping the new venture opportunity identification process, *Proceedings of the Babson Annual Entrepreneurship Research Conference*, Wellesley, MA: Babson College.
- Minniti, M. (2009). Gender issues in entrepreneurship. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 5(7–8), 497-621.
- Minniti M., Naudé W. (2010), What Do We Know about the Patterns and Determinants of Female Entrepreneurship across Countries?, *European Journal of Development Research*, Volume 22, pp. 277–293.
- Mitchell, R. K., Smith, B., Seawright, K. W., & Morse, E. A. (2000). Cross-cultural cognitions and the venture creation decision. *Academy of management Journal*, 43(5), 974-993.
- Morris, M. H., Miyasaki, N. N., Watters, C. E., & Coombes, S. M. (2006). The dilemma of growth: Understanding venture size choices of women entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 44(2), 221-244.
- Noureen, G., & Arshad, M. EFFECTS OF SOCIAL CAPITAL ON MICRO FEMALE ENTREPRENEURSHIP IN PAKISTAN.
- Ozgen E.(January, 2012), The Effect of National Culture on Female Entrepreneurial Activities in Emerging Countries: An application of the Globe Project Cultural Dimensions, *International Journal of Entrepreneurship*, Vol. 16.

- Pettigrew, A. M., (1987), Context and action in the transformation of the firm, *Journal of Management Studies*, 24(6), 649–670.
- Pettigrew, A. M. (1990). Longitudinal field research on change: Theory and practice. *Organization science*, 1(3), 267-292.
- Reynolds, P. D. (1991). Sociology and entrepreneurship: Concepts and contributions. *Entrepreneurship theory and practice*, 16(2), 47-70.
- Ritchie, B., & Brindley, C. (2005). Cultural determinants of competitiveness within SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 12(1), 104-119.
- Sullivan, D. M., Meek, W. R., (2012), *Gender and entrepreneurship: a review and process model*. *Journal of Managerial Psychology* (Vol. 27).
- Verheul I., Wennekers S., Audretsch D., Thurik R. (2001), An Eclectic Theory of Entrepreneurship: Policies, Institutions and Culture, Tinbergen Institute Discussion paper, No. 01-030/3, Version March.
- Verheul, I. (2007). Commitment or control? Human resource management practices in female and male-led businesses.
- Yetim N. (2008), Social Capital in Female Entrepreneurship, *International Sociology*, pp 864-885.