

---

## Actes de la deuxième conférence internationale sur la Francophonie économique

### *L'ENTREPRENEURIAT ET L'INSERTION PROFESSIONNELLE DES JEUNES ET DES FEMMES EN AFRIQUE FRANCOPHONE*

Université Mohammed V de Rabat, 2-4 mars 2020

---

## **LES DÉTERMINANTS DU SUCCÈS ENTREPRENEURIAL DES FEMMES : CAS DU SÉNÉGAL**

**Safae ELOTMANI**

*Doctorante. Ecole Nationale de Commerce et de Gestion – Kénitra, Maroc*  
[Safae.elotmani@gmail.com](mailto:Safae.elotmani@gmail.com)

**RÉSUMÉ** – Durant les dernières années, le succès entrepreneurial a fait l'objet d'une prolifération des recherches scientifiques. En effet, la communauté scientifique fait appel à l'exploration de la perception subjective et objective du succès entrepreneurial (Fisher et al., 2014; Staniewski, 2019; Sheperd et al., 2019; Wiklund et al., 2019). Dans cette optique, la recherche suivante a pour but d'explorer les déterminants et les critères du succès entrepreneurial en priorisant la perception des femmes. Suite à une étude qualitative réalisée auprès de 11 femmes entrepreneures, nous avons traité les résultats en favorisant la méthode d'analyse de contenu thématique. Les résultats montrent que l'éducation, l'expérience professionnelle, les compétences, les traits de personnalité, les motivations, le support du mari et le réseau influencent favorablement la réussite des femmes. De surcroît, les femmes s'appuient sur des critères quantitatifs et qualitatifs à la fois pour définir le succès entrepreneurial.

**Mots clés :** Succès entrepreneurial, femmes entrepreneures, perception subjective, déterminants, Sénégal

### **Introduction**

Les dernières décennies témoignent d'une production scientifique impressionnante sur le thème de l'entrepreneuriat féminin. Il s'affirme aujourd'hui comme étant un sous-champ distinct de l'entrepreneuriat (Jennings et Brush, 2013). L'entrepreneuriat des femmes est, sans contexte, l'un des facteurs pouvant conduire à un développement économique durable, avec des avantages comme la réduction du chômage, la création de richesses et l'amélioration du niveau de vie (Brush, 1992). Le Sénégal, à l'instar d'autres pays en développement, ne cesse de déployer des efforts pour encourager l'entrepreneuriat des femmes parmi lesquels la promotion des tontines et le renforcement des institutions de microfinance. Cependant, le pourcentage des femmes entrepreneures demeure deux fois inférieur à celui des hommes (68,7 %)¹.

---

¹ Rapport global du recensement général des entreprises 2017, Ministère de l'économie, des finances et du plan, république du Sénégal.

Plusieurs recherches ont étudié le succès entrepreneurial dans la littérature (Duchesneau et Gartner, 1990; Buttner et Moore, 1997; Anna et al., 2000; Masuo et al., 2001; Reavley et al., 2005; Indarti et Langenberg, 2008; Tlaiss, 2013). Néanmoins, peu de travaux scientifiques se sont intéressés à l'aspect subjectif du succès et à la perception propre de l'entrepreneur. En effet, les recherches ont souvent privilégié la performance d'entreprise. Il sied de constater que l'aspect objectif (financier) du succès entrepreneurial ne prend pas en considération la réalité des petites et moyennes entreprises (Robichaud et McGraw, 2008) ni celle des femmes (Butter et Moore, 1997). C'est dans cette optique que les dernières recherches s'intéressent de plus en plus à la dimension subjective du succès entrepreneurial (Fisher et al., 2014; Dej, 2010; Wach et al., 2016; Kirkwood, 2016; Constantinidis et al., 2018; Gupta et Mirchandani, 2018; Angel et al., 2018; Staniewski et Awruk, 2019).

Dès lors, l'intérêt de cette recherche est de répondre à l'appel de la communauté scientifique qui incite à l'exploration des critères subjectifs et objectifs du succès entrepreneurial (Anna et al., 2000; Robichaud et al., 2003; Kirkwood, 2016; Gupta et Mirchandani, 2018; Constantinidis et al., 2018). De ce fait, la problématique de cette recherche peut être formulée comme suit : quels sont les déterminants et les critères du succès entrepreneurial selon la perception des femmes sénégalaises ?

Dans une première partie, nous nous attarderons sur les fondements théoriques du succès entrepreneurial. Une attention particulière sera accordée aux critères d'évaluation et aux déterminants du succès entrepreneurial. La seconde partie sera consacrée à l'aspect méthodologique de notre recherche. Finalement, nous analyserons et discuterons dans une troisième partie les résultats obtenus.

## **Revue de littérature**

### **Définition du succès entrepreneurial**

Le succès entrepreneurial a longuement été assimilé à la performance de l'entreprise (Fairlie et Robb, 2009). Néanmoins, plusieurs études réalisées dans le domaine présument que le succès entrepreneurial ne peut être limité uniquement à cet aspect. De ce fait, le succès entrepreneurial est qualifié de phénomène complexe et multidimensionnel (Shane et Ventakaraman; 2000, Wach et al., 2016) incluant à la fois plusieurs critères d'ordre financier et non financier (Dej, 2010). Masuo et ses coauteurs (2001) définissent le succès entrepreneurial en matière de mesures économiques et financières (ventes, bénéfice, nombre d'employés, survie d'entreprise, etc.) ; ainsi qu'en matière de mesures subjectives (satisfaction client, développement personnel, l'accomplissement personnel, etc.). Dans la même lignée, Paige et son collègue (2002) définissent le succès selon des critères intrinsèques qui incluent la liberté, l'indépendance, le contrôle de son futur, être son propre patron ; et selon des critères extrinsèques soit le retour sur investissement, le revenu personnel et la richesse. De plus, il convient de définir le succès entrepreneurial subjectif comme étant la compréhension et l'évaluation personnelle de l'individu des critères importants en termes de réalisation et de réussite entrepreneuriale (Wach et al., 2016).

### **Les critères d'évaluation du succès entrepreneurial**

Pendant plusieurs décennies, la réussite entrepreneuriale a été assimilée à des indicateurs purement quantitatifs et financiers à savoir la survie, le nombre d'employés et le chiffre d'affaires (Robichaud et al., 2003 ; Zhou et al., 2017). Or, les femmes valorisent davantage les critères intrinsèques subjectifs pour évaluer leur succès entrepreneurial (Robichaud et al., 2003). Ainsi, les entreprises

gérées par des femmes paraissent moins performantes, de petite taille et dont la croissance demeure limitée (Rochibaud et al., 2003; Carrington, 2006; Fairlie et Robb, 2009). D'ailleurs, Buttner et Moore (1997) ont découvert que le succès est évalué chez les femmes d'abord suite à des critères intrinsèques (accomplissement personnel, équilibre travail-famille, satisfaction des clients) (Robichaud et al., 2003) et ensuite par des critères extrinsèques (le profit, croissance, etc.). Cependant, il y a de plus en plus de recherche dans la littérature qui favorise les critères subjectifs d'évaluation du succès entrepreneurial (Fisher et al., 2014; Kirkwood, 2016; Wach et al., 2016; Constantinidis et al., 2018). À titre d'exemple, (Wach et al., 2016) ont découvert dans leur étude que la performance d'entreprise, les relations au travail, la réalisation de soi, l'impact sur la communauté ainsi que les récompenses financières personnelles représentent les critères les plus utilisés par les entrepreneurs pour définir le succès. Ces résultats se concordent avec ceux des auteurs (Angel et al., 2018), dans la mesure où ils identifient la réalisation de soi, la relation client, l'impact sur la communauté et la croissance d'entreprise comme étant les principaux critères du succès entrepreneurial.

## **Les déterminants du succès entrepreneurial**

### **Les caractéristiques personnelles et le succès entrepreneurial des femmes**

Pendant plus de 20 ans de recherche, l'approche internaliste a permis de relever les principaux traits de caractère qui mènent à la réussite entrepreneuriale (Hernandez, 1999). Plusieurs chercheurs s'accordent sur le fait que les caractéristiques de l'entrepreneur sont essentielles à la compréhension du succès entrepreneurial (Schumpeter, 1943; McClelland, 1965; Buttner et Moore, 1997; Sexton et Bowman, 1984, 1985; Brockhaus, 1980; Gupta et Mirchandani, 2018). Dans la même lignée, (Chatterjee et al., 2019) avancent que les caractéristiques psychologiques de l'entrepreneur sont un facteur clé de succès des femmes entrepreneurs. Dans le même esprit d'idées, nous postulons qu'il serait judicieux de présenter dans ce qui suit les principales caractéristiques personnelles.

- **Éducation et expériences professionnelles**

Plusieurs auteurs semblent s'accorder sur le lien entre le niveau d'étude de l'entrepreneur et la performance de l'entreprise (Hamilton, 2000; Masuo et al., 2001; Indarti et Langenberg, 2008). Panda (2008) suggère que l'expérience de l'entrepreneur est un facteur clé du succès de l'entreprise (Yusof et al., 2017; Gupta et Mirchandani, 2018). Ces auteurs démontrent que l'éducation (Indarti et Langenberg, 2004) et l'expérience (Buttner et Moore, 1997) impactent positivement la réussite des entreprises. De même, l'auteur Kamitewoko (2013) stipule qu'il existe une relation positive entre l'éducation, l'expérience de l'entrepreneur et le succès entrepreneurial. C'est dans cette optique que nous présentons notre première proposition de recherche :

**P1** : l'éducation et les expériences professionnelles sont des déterminants du succès entrepreneurial.

- **Compétences**

Man et al. (2002) définissent la compétence comme étant un ensemble de traits de personnalité, d'aptitudes, de connaissances, d'expériences, de formation et de critères démographiques. Omrane, Fayolle et Ben-Slimane (2011) concluent que la combinaison intelligente de ces compétences confère à l'entrepreneur plus de chances de réussite et de succès. De plus, l'auteur Raman (2004) s'aperçoit dans son étude que la compétence est un déterminant du succès entrepreneurial

(Krishnamoorthy et Balasubramani, 2014). Dans cette lignée, Masuo et ses coauteurs (2001) s'accordent sur le fait que le succès entrepreneurial dépend en partie des compétences de l'entrepreneur (Yusof et al., 2017). Cependant, il existe une multitude de compétences en littérature, nous citons quelques unes parmi elles : leadership, capacités communicationnelles, relations humaines, technicité, aptitudes innées. Intégrant ces compétences dans leur model structurel, Chatterjee et ses collègues (2019) postulent que les compétences impactent positivement le succès entrepreneurial des femmes à l'exception des compétences techniques. C'est dans cette perspective que nous avançons notre deuxième proposition de recherche :

**P2** : les compétences sont un déterminant du succès entrepreneurial à l'exception des compétences techniques.

- **Traits de personnalité**

Certaines études ont montré qu'il existe un lien positif entre les traits de personnalité de l'entrepreneur et le succès entrepreneurial (Rauch et Frese, 2007; Fairlie et Robb, 2009; Zhao et al., 2010; Robichaud et al., 2003; Staniewski et Awruk, 2019). À titre illustratif, il s'avère que le besoin d'accomplissement, l'innovation, une personnalité proactive, l'auto-efficacité, la tolérance au stress, l'autonomie, la capacité de contrôle ainsi que la prise de risque sont significativement corrélés au succès entrepreneurial (Rauch et Frese, 2007). De plus, Zhao et ses coauteurs (2010) démontrent que la conscience, l'ouverture d'esprit, la stabilité émotionnelle et l'ouverture à l'expérience impactent positivement la performance d'entreprise. De ce fait, nous formulons notre troisième proposition :

**P3** : les traits de personnalité représentent un déterminant du succès entrepreneurial.

- **Motivations**

La littérature comporte une diversité d'études sur les motivations entrepreneuriales. Parmi les motivations les plus recensées chez les femmes, citons celles relatives à l'indépendance et la flexibilité (Carrier et al., 2006; Cornet et Constantinidis, 2004; Jamali, 2009; Kirkwood, 2009; Meyer et Landsberg, 2015 ; Lebègue, 2015), la recherche de profit (Das, 2000), l'équilibre entre vie de famille et professionnelle (Kirkwood, 2009; Meyer et Landsberg, 2015; McGowan et al., 2012; Tlaiss, 2013; Lebègue, 2015), l'insatisfaction au travail ou chômage (Kane, 2009; Jamali, 2009; Lebègue, 2015). La motivation est considérée comme l'un des facteurs les plus importants influençant la survie et la performance de l'entreprise (Shane et al., 2003). Herron et Robinson (1993) estiment dans leur modèle que la motivation joue un rôle très important dans l'étude de la performance de l'entreprise. Il paraît que les facteurs de motivation conduisent à la réussite entrepreneuriale (Raman, 2004; Reavley et al., 2005; Dej, 2010). De surcroît, Robichaud et McGraw (2008) avancent dans leurs résultats que la nature des motivations (intrinsèques ou extrinsèques) influence la façon dont le succès entrepreneurial est mesuré. Ainsi, nous formulons notre quatrième proposition de recherche :

**P4** : les motivations représentent un déterminant du succès entrepreneurial.

### **L'environnement interne et le succès entrepreneurial des femmes**

De façon générale, l'environnement est un élément crucialement important au sein du processus entrepreneurial (Gartner, 1985). De ce fait, Hisrich et Fulop (1995) stipulent que l'environnement est un déterminant du succès entrepreneurial. S'inscrivant dans la même vision, (Gupta et

Mirchandani, 2018) avancent que la réussite des entreprises féminines est fortement influencée par l'environnement. D'autant plus que les dimensions socioculturelles ont un impact direct sur le succès entrepreneurial des femmes (Chatterjee et al, 2019). Nous choisissons alors de traiter les éléments les plus influents de l'environnement de la femme.

- **Support familial**

Pour les femmes en général, la sphère familiale est d'une importance cruciale. En Afrique, cela est essentiellement dû à l'héritage culturel et religieux. En dépit des évolutions qu'a connues la place de la femme ses dernières décennies, sa position dans la société continue d'être assimilée au rôle primaire (mère, épouse, femme au foyer). Dès lors, le soutien de la famille et l'approbation du mari sont primordiaux à la création et à la réussite de l'entreprise (Aït Errays et Tourabi, 2018). D'après Dia et al. (2017), le soutien du mari est particulièrement observé dans les familles sénégalaises où le couple est monogame. En effet, il s'agit d'une forte coopération conjugale, où le mari représente généralement le premier soutien moral et financier pour la femme. Il met son expérience professionnelle au service de sa femme en l'aidant dans les orientations majeures et stratégiques. Force est de conclure que plusieurs études s'accordent sur le fait que le support familial est un facteur déterminant du succès entrepreneurial de la femme (Robichaud et al., 2003; Das, 2000; Brush, 2009; Jennings et McDougald, 2007; Lebègue, 2015 ; Jabeen et al., 2015 ; Robichaud et McGraw, 2015; Constantinidis et al., 2018; Chatterjee et al., 2019). Ainsi, nous postulons la cinquième proposition :

P5 : le support familial est primordial à la réussite des femmes

- **Réseau**

Les réseaux sociaux aident les femmes à se procurer des ressources humaines et financières, il s'agit essentiellement d'associations professionnelles, de tontines au Sénégal (Diouf et Simen, 2016) ou de l'entourage familial (Constantinidis et al., 2018). Ces réseaux offrent la possibilité d'échanger autour des difficultés communes que les femmes rencontrent, ce qui permet de répondre à leurs besoins spécifiques (McGowan et al., 2012). En cela, le succès entrepreneurial des femmes semble fortement influencé par le réseautage peu importe qu'il soit formel ou informel (Zafir et Fazilah, 2011). La recherche menée par l'auteur Watson (2012) confirme l'importance de l'intégration des entrepreneurs des réseaux d'affaires pour mieux réussir. Dans cet ordre, nous formulons la sixième proposition :

P6 : le réseau est un déterminant du succès entrepreneurial.

## **L'environnement externe et le succès entrepreneurial**

- **La culture**

Il est communément admis que les femmes entrepreneurs rencontrent plusieurs obstacles d'ordre social, culturel et religieux (Tlaiss, 2013). En effet, l'entrepreneuriat féminin demeure fortement impacté par les exigences religieuses et les valeurs culturelles (Arasti, 2008). Ces dernières sont définies par (Hofstede, 1980), comme étant un état d'esprit qui distingue les membres d'un groupe d'individus d'un autre et leur interaction avec l'environnement. Yusof (2007) et ses coauteurs montrent que les attitudes culturelles sont des mécanismes qui contribuent à l'atteinte du succès entrepreneurial (Gupta et Mirchandani, 2018; Chatterjee et al., 2019). Ainsi, nous énonçons la septième proposition :

**P7** : la culture est un déterminant du succès entrepreneurial.

- **Accessibilité aux ressources financières**

L'accès au capital est un déterminant important du succès entrepreneurial (Indarti et Langenberg, 2008; Gupta et Mirchandani, 2018). Cependant au Sénégal, l'accès des femmes au crédit bancaire est beaucoup plus difficile que dans les pays développés (Dia, et al., 2017). Dans la mesure où la majorité des femmes ne remplissent pas les conditions exigées par les banques. Ainsi, pour financer les projets entrepreneuriaux les femmes sénégalaises à faible revenu se dirigent essentiellement vers les institutions de microfinance ou les tontines (Diagne, 2013). Dans la même veine, Chatterjee et ses co-auteurs (2019) découvrent que l'accès aux finances n'est aucunement un facteur de succès pour les femmes en Inde. De ce fait, nous émettons la huitième proposition de notre recherche :

**P8** : l'accès aux ressources ne représente pas un déterminant du succès entrepreneurial.

- **Actions des pouvoirs publics**

Les programmes d'accompagnement mis en place par les pouvoirs publics ont une influence positive sur la survie des entreprises nouvellement créées (Berger-Douce, 2005). Les résultats trouvés par les auteurs Gupta et Mirchandani (2018) suggèrent que le support gouvernemental impacte positivement et significativement le succès entrepreneurial des petites et moyennes entreprises des femmes émiraties. Tandis que Chatterjee et ses co-auteurs (2019) avancent dans leurs résultats que le support du gouvernement n'a qu'une faible influence sur le succès entrepreneurial des femmes indiennes.

**P9** : les actions des pouvoirs publics aident les femmes à mieux réussir en entrepreneuriat.

## **La méthodologie**

### **L'intérêt de la recherche qualitative**

La majorité des recherches en entrepreneuriat sont quantitatives (Rispal et al, 2014). Pourtant, plusieurs auteurs et experts montrent l'intérêt de mobiliser la recherche qualitative pour contribuer au développement du champ de l'entrepreneuriat (Cornet et Constantinidis, 2004; Borges, Simard, Fillion, 2005; Carrier et al., 2006; Robichaud et al., 2003 ; Gartner, 2007; Kirkwood, 2009; Constantinidis et al., 2018). En effet, la recherche qualitative s'avère très intéressante lors de l'exploration d'un nouveau phénomène ou d'un contexte singulier. Souvent, la liberté d'expression accordée à l'interlocuteur lors des entretiens permet de relever de nouveaux éléments jusque-là encore ignorés par le chercheur. Finalement, l'étude qualitative semble efficace pour étudier un sujet de recherche en profondeur. Dans la mesure où elle permet d'enrichir les connaissances d'un champ de recherche et de s'adapter aux spécificités du phénomène étudié (Rispal et al., 2014). Suite au constat dressé ci-dessus, nous avons choisi d'opter pour une étude qualitative dans la mesure où notre problématique s'inscrit dans une perspective exploratoire.

### **Échantillonnage et instrument d'investigation**

Nous avons interrogé 11 femmes entrepreneures issues de la zone urbaine de Dakar. Elles opèrent toutes dans le secteur des services. L'âge des répondantes varie entre 24 et 55 ans. Nous nous sommes limités à cette région du pays, car elle représente 60 %<sup>2</sup> du PIB sénégalais; et au secteur

<sup>2</sup> Enquête Nationale Emploi au Sénégal 2015 (ENES)

des services, car les femmes opèrent essentiellement et traditionnellement dans ce secteur. Nous avons privilégié les entretiens semi-directifs afin de procurer une certaine liberté à nos interviewées pour s'exprimer librement. L'auteur Wacheux (1996) préconise cet instrument d'investigation parce qu'il permet de mettre en relief une diversité des connaissances. L'entretien semi-directif est un type d'entretien soit une conversation qui se déroule entre l'interviewé et le répondant. Il comporte une question d'entrée pour mettre le répondant en confiance avant d'entamer un enchaînement de questions ouvertes et guidées qui assurent une certaine scientificité à l'étude (Romelaer, 2005). Les entretiens ont duré en moyenne 1 h 10 min. Nous avons enregistré et retranscrit l'intégralité des entretiens. Différentes méthodes ont été utilisées pour approcher les femmes entrepreneurs, notamment à travers un bureau d'accompagnement des entrepreneurs « Unacois » et le réseau personnel du chercheur. Nous avons également utilisé la méthode d'échantillonnage « boule de neige » pour interviewer d'autres participantes.

### **Traitement et analyse des données**

L'analyse des données est une analyse de contenu thématique à l'aide du logiciel NVIVO. L'intérêt de cette méthode est la compréhension profonde des perceptions personnelles, des représentations sociales et l'interprétation des fragments de discours. L'analyse des entretiens s'est déroulée en cinq étapes. Premièrement, les entretiens ont été lus plusieurs fois afin de constituer une vue d'ensemble. Deuxièmement, la lecture de chaque entretien a permis de ressortir les thèmes principaux et les sous-thèmes. Troisièmement, nous avons réalisé la codification de l'ensemble des entretiens, il s'agit de regrouper l'ensemble des fragments de discours appartenant au même thème ou sous thème. Quatrièmement, nous avons constitué à l'aide du logiciel Nvivo plusieurs matrices qui ont permis la réalisation de l'analyse verticale, horizontale et transversale. Et finalement, nous avons établi le lien avec la théorie.

### **Lecture et discussion des résultats**

#### **Caractéristiques personnelles et succès entrepreneurial**

- Parcours scolaire et expériences professionnelles

Les résultats démontrent une première classification. Elle concerne d'une part les femmes qui n'ont pas pu décrocher le diplôme de baccalauréat (CM2, 4<sup>ème</sup> secondaire...) à cause des conditions financières et sociales défavorables. Ces femmes se sont dirigées vers l'entrepreneuriat comme solution pour éviter le chômage compte tenu des exigences académiques du marché de travail. Elles opèrent dans le secteur informel, il s'agit essentiellement d'un entrepreneuriat de nécessité. D'autre part, nous observons les femmes entrepreneurs avec un niveau d'étude supérieure (Bts, licence, master) qui disposent généralement de plusieurs années d'expérience avant de se lancer en entrepreneuriat. Elles créent des entreprises formelles et entreprennent par opportunité.

*« J'ai arrêté les études au CM2 pour aider ma mère à élever ses enfants, car nous sommes plusieurs frères et sœurs à la maison ». « Mon niveau scolaire ne me permet pas de travailler dans un bureau, donc si ce n'est pas l'entrepreneuriat je risque fort de me retrouver au chômage ». (Keur)*

*« J'ai une licence et un master en marketing et communication. Et en parallèle, j'ai eu beaucoup d'expériences professionnelles. J'étais responsable marketing et communication pendant 3 ans. Et la toute dernière expérience, j'étais chef de publicité dans une agence où je gérais les budgets de communication de l'entreprise et un portefeuille de clients important ». (Nogaye)*

À l'unanimité, toutes les femmes entrepreneurs de notre échantillon estiment que le parcours scolaire et les expériences professionnelles sont primordiaux à la réussite entrepreneuriale. Kamitewoko (2013) conclut également dans son étude que l'éducation (Indarti et Langenberg, 2004) et l'expérience influencent positivement le succès entrepreneurial (Hamilton, 2000 ; Raman, 2004 ; Panda, 2008). Elles procurent à l'entrepreneur la possibilité d'augmenter ses revenus, d'assurer la survie de l'entreprise et d'atteindre le succès (Kamitewoko, 2013). Néanmoins, les femmes entrepreneurs sénégalaises pensent que les expériences professionnelles sont plus importantes à l'atteinte du succès.

- Compétences entrepreneuriales

Les compétences entrepreneuriales mobilisées lors de la création et du développement d'entreprise sont la vente, la négociation commerciale et le marketing ainsi que le leadership et la gestion des ressources humaines. Ces compétences ont permis aux femmes entrepreneures de mieux réussir en entrepreneuriat. Dans la même veine, Raman (2004) démontre que les compétences mènent au succès entrepreneurial.

*« J'ai une compétence celle de savoir convaincre les autres à savoir convaincre les sponsors à collaborer avec nous et les clients à travailler avec nous. C'est les compétences qui font la réussite de l'entreprise ». (Mery)*

*« Je me suis rendu compte que grâce à la compétence de gestion des ressources humaines que j'ai pu gérer et faire face à beaucoup de problèmes par conséquent ça m'a permis de mieux réussir ». (Nogaye)*

La communication, l'écoute client ainsi que l'innovation et la créativité se dressent en deuxième lieu des compétences évoquées, suivi de la compétence gestion financière, planification stratégique et technicité du métier. Cela étant, cette dernière s'avère cruciale comme compétence à la réussite des femmes qui entreprennent dans le domaine de la couture et du prêt-à-porter.

*« Si tu crées ton entreprise dans le domaine de la couture, sans savoir les aspects techniques du métier, c'est difficile de réussir. Ces compétences sont justement ce qui te procure plus de chance de réussir dans le domaine ». (Keur)*

- Traits de personnalité

Les traits de personnalité des femmes entrepreneurs sénégalaises s'articulent autour de huit traits principaux : opportuniste, détermination et persévérance, passion, confiance en soi, exigence professionnelle et force de caractère, sociabilité, prise de risque, et créativité. L'ensemble des femmes pensent que les traits de personnalité ont un impact positif sur la réussite de leur projet entrepreneurial. Ainsi, la persévérance et la détermination sont désignées par les femmes comme étant les plus importantes. Ensuite viennent l'opportunisme, la force de caractère en affaires et la sociabilité.

*« J'ai un fort caractère, je n'ai pas froid aux yeux et je suis preneuse de risque, je peux tout miser. Je suis quelqu'un qui s'impose en affaires et je suis perfectionniste et très exigeante ». (Fayez)*

*« Pour moi le trait de personnalité de l'entrepreneur qui mène vers la réussite d'une entreprise c'est la détermination ». (Adja)*

Des travaux antérieurs suggéraient déjà que les traits de personnalité influencent positivement le succès entrepreneurial chez la femme (Das, 2000). Ce constat est accentué par nos résultats qui indiquent que les traits de personnalité influencent positivement le succès de la femme.

- Motivations

Globalement, diverses motivations d'opportunité et de nécessité ont propulsé les femmes vers le succès entrepreneurial. Cela dit, l'indépendance, la flexibilité et la liberté professionnelle semblent être les plus fréquemment exprimées. Suivi de l'insatisfaction au travail et le chômage, la recherche de profit et enfin celles se rapportant à la conciliation entre vie privée et professionnelle. Nous constatons que les femmes qui entreprennent dans le secteur informel et dont le niveau d'étude est faible sont essentiellement motivées par des facteurs de nécessité. Notamment, le fait d'éviter le chômage et la recherche de profit pour satisfaire les besoins familiaux.

*« Avoir la flexibilité de choisir mes horaires de travail, ne pas avoir de patron, la recherche de profit et l'indépendance. Également la possibilité de concilier entre la vie privée et la vie personnelle ». (Dabo)*

*« Ce qui m'a motivé le plus à réussir, c'est de pouvoir gagner de l'argent pour satisfaire mes besoins, éviter le chômage et avoir la possibilité d'aider ma mère parce que mon père est décédé. Également ne pas demander de l'argent à mon mari et aider mes enfants à améliorer leur niveau de vie ». (Fatou)*

Ces résultats renforcent ceux de l'auteur (Lebègue, 2015), qui considèrent l'insatisfaction au travail et la liberté professionnelle telles des motivations de la femme. De plus, les résultats confortent également ceux de l'auteur (Das, 2000), qui confirment que le gain financier est un facteur clé de motivation chez la femme dans les pays en voie de développement. Dès lors, la motivation est un facteur déterminant à l'atteinte du succès entrepreneurial (Raman, 2004).

### **Environnement interne et succès entrepreneurial**

- Support familial et du mari

Les femmes qui occupaient des emplois stables ont rencontré des réticences familiales lors de la création d'entreprise. En effet, il paraît que le salariat au Sénégal est mieux perçu par l'entourage familial que l'entrepreneuriat. Ainsi, les femmes sans expérience professionnelle n'ont pas eu du mal à avoir le soutien de la famille pour se lancer en affaires. De façon générale, les répondantes présument que l'aspect familial représente au jour d'aujourd'hui un frein à l'entrepreneuriat des femmes au Sénégal. Néanmoins, elles font état du changement de mentalité à savoir que les réticences liées à la famille sont en voie de disparition et que l'entrepreneuriat des femmes est de plus en plus encouragé.

*« Au début je n'ai pas eu le soutien de la famille parce que ma mère n'était pas d'accord avec le fait que je me lance en entrepreneuriat, elle ne comprenait pas pourquoi on fait des études et on arrive à décrocher un poste et que par la suite on laisse tomber tout cela pour aller faire de la couture et du commerce des choses qui sont incertaines ». (Assayta)*

*« En général, il s'agit plus d'un frein ici au Sénégal, car les femmes rencontrent beaucoup de problèmes au niveau familial, si ce n'est pas avec le mari c'est la belle famille ou les enfants ». (Keur)*

Le mari représente le premier soutien financier et moral des femmes entrepreneurs sénégalaises. La majorité révèle que c'est grâce au soutien du mari principalement qu'elles ont pu réussir leur projet entrepreneurial. Cela s'explique parfaitement par le fait que c'est généralement le mari qui finance le démarrage et parfois même le développement de l'entreprise. Par ailleurs, le soutien émotionnel encourage les femmes à s'investir davantage en entreprise plutôt que de se préoccuper de la sphère familiale. Il est important de mentionner également que le mari est souvent très impliqué dans la vie d'entreprise de sa femme, il représente le garant en banque, le conseiller,

l'investisseur et parfois même le visionnaire. Finalement, nous concluons que le soutien du mari est un déterminant du succès entrepreneurial pour les femmes au Sénégal.

*« Oui bien sûr, car sans le soutien du mari, je ne pourrais pas travailler tranquillement et encore moins voyager pour vendre mes tenues. Je ne serai jamais arrivée au stade où j'en suis aujourd'hui, c'est lui qui me conseille et qui m'encourage. Il participe beaucoup à la réussite de mon projet entrepreneurial ». (Mariam Diop)*

Les travaux précédents mettent clairement en avant l'importance du soutien familial comme facteur du succès entrepreneurial (Robichaud et McGraw, 2015 ; Jabeen et al., 2015). Néanmoins, nos résultats suggèrent que le soutien du mari est plus important pour la femme que le soutien de la famille (Das, 2000). Dès lors, ce constat s'inscrit dans la lignée des travaux de (Aït Errays et Tourabi, 2018) qui concluent que le soutien du mari est primordial à la création et à la réussite entrepreneuriale de la femme. Contrairement aux résultats de l'étude menée par (Constantinidis et al., 2018b), il s'avère dans notre recherche que le support du mari ne dépend aucunement de l'environnement socio-économique de la femme. De sorte que l'ensemble des femmes entrepreneurs ont reçu le soutien de leurs conjoints respectifs. De surcroît, la résistance de la famille à l'entrepreneuriat des femmes est démontrée également par (Jennings et McDougald, 2007) et (Kirkwood, 2009).

- Réseau

Le réseau des femmes entrepreneurs est constitué essentiellement de la famille proche (parents, frères et sœurs) et du mari. Nous remarquons que les entrepreneures se dirigent en premier lieu vers les membres de leur famille pour recueillir des conseils puis en deuxième lieu vers les institutions et les réseaux d'entrepreneurs. Par ailleurs, les femmes qui opèrent dans le secteur informel avancent à l'unanimité que l'institution d'accompagnement est leur principal conseiller. De ce fait, toutes les femmes entrepreneurs considèrent que le réseau est un déterminant du succès entrepreneurial.

*« Oui je dirai l'institution "Unacois" m'a beaucoup aidé à atteindre le succès entrepreneurial, car ils ont mis en place pour les entrepreneures un programme de mise à niveau qui nous a beaucoup aidés, il comprend plusieurs formations sur divers aspects de l'entreprise ». (Dabo)*

(Diouf et Simen, 2016) ont également constaté des résultats semblables. En effet, les femmes s'appuient d'abord sur le réseau lié à son entourage proche puis elles constituent d'autres cercles de réseau plus éloignés notamment les associations de femme.

### **Environnement externe et succès entrepreneurial**

- Culture

Il sied de constater qu'il existe toujours des réticences d'ordre social, culturel et religieux à l'entrepreneuriat des femmes au Sénégal. La femme reste sujette à la division des rôles sociaux qui la confère au rôle primaire de femme au foyer. Cependant, les répondantes de notre échantillon affirment que la culture sénégalaise est de plus en plus favorable à l'entrepreneuriat des femmes. Elles témoignent d'un changement de mentalités en faveur de l'employabilité des femmes. Cela dit, ces dernières fournissent un double effort pour concilier entre la vie privée et professionnelle.

*« Avant la culture n'était pas favorable, mais maintenant on assiste à une révolution. Les mentalités ont changé, les femmes ont plus de liberté. Ceci dit, il existe toujours des personnes récalcitrantes à l'entrepreneuriat des femmes ». (Merry)*

En fin de compte, la culture n'est pas considérée comme étant un déterminant du succès entrepreneurial des femmes au Sénégal. Elle est plus perçue comme étant un obstacle.

*« Oui je pense qu'il y a des femmes qui ne réussissent pas à cause de l'impact de la religion ou de la division des rôles. À force de rencontrer des obstacles à la maison, elles finissent par abandonner ». (Nogaye)*

*« C'est très compliqué pour la femme, elle est obligée de rester chez elle si elle n'a pas l'appui de son mari ou l'aide de la famille, elle finit par abandonner. Donc pour moi, la culture impacte négativement la réussite des femmes en entrepreneuriat ». (Victorine)*

De ce fait, nos résultats confortent les travaux antérieurs qui suggèrent que la culture dans les pays en voie de développement est un obstacle à l'entrepreneuriat des femmes (Tlaiss, 2013 ; Bastian et Zali, 2016).

- Accès aux ressources financières

L'ensemble des femmes entrepreneurs ont financé le démarrage de leur entreprise suite au soutien financier de leur mari ou suite à une épargne personnelle. Le choix de ces moyens de financement semble parfaitement logique. Étant donné que toutes les femmes entrepreneurs expriment la difficulté d'accès aux ressources financières. Il semble que les banques et les micros finances au Sénégal exigent des garanties, des hypothèques, un remboursement en moins d'une année, ou encore des taux d'intérêt très élevés. De surcroît, l'accès aux fonds étatiques mis en place pour financer les projets des femmes demeure sélectif et corrompu. Toutefois, les femmes entrepreneurs se dirigent vers les tontines comme solution pour pallier aux difficultés de financement. Finalement, la majorité des femmes estime que l'accès aux ressources financières au Sénégal n'est pas un déterminant du succès entrepreneurial. Elles avancent qu'un meilleur accès aux ressources permettra aux femmes de mieux réussir en entreprise (Indarti et Langenberg, 2003). Nous déduisons que les difficultés d'accès aux ressources financières freinent l'expansion entrepreneuriale des femmes sénégalaises.

*« C'est très difficile c'est même quasi inexistant, c'est plus de la poudre jetée aux yeux quand tu regardes au fond concrètement il n'y a pas vraiment de ressources financières au Sénégal ». (Adja)*

*« C'est très difficile parce que si tu veux contracter un prêt auprès de la banque, on te demande souvent soit un garant soit d'hypothéquer tes biens ». (Fatou thiam)*

*« Par contre ce sont les tontines qui nous aident à avoir une possibilité de financement, en plus de cela il n'y a pas d'intérêt ni de garantie aucune pression, c'est la seule solution qui nous permet de faire face aux difficultés de financement ». (Ayssata)*

Les résultats rejoignent ceux trouvés par (Coleman et Robb, 2009) et (Carrington, 2006) dont les études montrent que les femmes entrepreneures se dirigent vers des sources de financement internes et personnelles plutôt qu'externes (Indarti et Langenberg, 2003 ; Roomi et Parrott, 2008 ; Jabeen et al., 2015). De surcroît, nos résultats montrent que l'accessibilité aux ressources financières est un obstacle majeur à la création d'entreprise chez la femme (Coleman et Robb, 2009 ; Jamali, 2009 ; Akehurst et al., 2012 ; Ramadani, 2015 ; Panda, 2018). Au final, les tontines sont très favorisées comme moyen de financement au Sénégal (Diagne, 2013).

- Actions des pouvoirs publics

Les femmes entrepreneures témoignent d'une multitude d'actions étatiques mises en place pour encourager l'entrepreneuriat des femmes au Sénégal. Notamment la création d'une délégation

rapide à l'entrepreneuriat (DRE), le déblocage de fonds pour financer les projets des femmes, le soutien financier aux formations à l'étranger ainsi que des programmes de mise à niveau. Cependant, il semble y avoir une certaine discrimination dans la mesure où, ce sont généralement les privilégiés du cercle politique qui bénéficient de ces actions. D'autant plus que les résultats de notre étude relèvent qu'aucune entrepreneure n'a bénéficié d'un prêt étatique ni aucun membre de son entourage. Enfin, la moitié des répondantes pensent que les actions étatiques impactent positivement l'entrepreneuriat des femmes au Sénégal. Tandis que l'autre moitié estime qu'elles demeurent insuffisantes pour les considérer comme un déterminant du succès entrepreneurial.

*“La vérité, je n'ai jamais vu ou constater dans mon entourage une femme qui a réussi grâce aux actions de l'État. Pour moi, les actions de l'État ne sont pas suffisantes, il faut aller davantage vers les PME et les soutenir. Je trouve qu'il y a beaucoup de favoritisme en ce qui concerne les actions de l'État, car les gens qui ne font pas partie du cercle politique n'ont pas accès justement à ses programmes”. (Fatou)*

Ces résultats appuient ceux répertoriés dans la revue de littérature, à savoir que le support du gouvernement n'est aucunement ou faiblement considéré comme un déterminant du succès entrepreneurial (Robichaud et McGraw, 2015 ; Chatterjee et al., 2019).

### **Perception du succès entrepreneurial selon les femmes**

- **Déterminants du succès entrepreneurial selon les femmes**

Les résultats relatifs à la perception des déterminants du succès entrepreneurial convergent avec les résultats précédents. À savoir que les facteurs de l'environnement externe ne sont aucunement considérés comme des déterminants de la réussite entrepreneuriale de la femme au Sénégal. En effet, la motivation semble être le principal déterminant du succès entrepreneurial des femmes, suivi du parcours scolaire et des expériences professionnelles. Ensuite viennent le soutien du mari, les traits de personnalité et celles se rapportant aux compétences ainsi qu'au réseau.

*“La motivation pour moi est le facteur le plus important, car sans motivation on ne peut pas réussir”. (Christine)*

*“Pour moi l'éducation est très importante elle représente un facteur déterminant de la réussite en entreprise, dans le sens où les valeurs que tu as pu accumuler à travers l'école où la famille, les expériences par lesquelles tu as pu passer, les notions que tu as pu apprendre, c'est ce qui te permet de prendre le meilleur de toi-même et de l'inculquer à ton entreprise”. (Adja)*

Alam (2011) conclut également dans son étude que la motivation influence considérablement le succès entrepreneurial chez la femme spécialement la motivation liée à l'indépendance (McGowan et al., 2012 ; Krishnamoorthy et al., 2014). De plus, Das (2000b) avance que la majorité des femmes entrepreneures indiennes assimilent leurs réussites au soutien du conjoint.

- **Critères et définition du succès entrepreneurial selon les femmes**

Les critères du succès entrepreneurial des femmes au Sénégal sont très diversifiés. En effet, les femmes définissent leur succès à travers des agrégats quantitatifs et qualitatifs à la fois. Il importe de noter que l'aspect financier occupe une place prépondérante au sein des réponses. Les principaux critères quantitatifs relevés sont : le gain financier (bénéfice, chiffre d'affaires, fonds propres), le nombre d'employés, et la pérennité de l'entreprise. Tandis que les critères qualitatifs s'articulent autour de la satisfaction client, la création d'emploi, la réputation de l'entreprise, être un modèle, l'indépendance, l'amélioration du niveau de vie des enfants, et la réussite d'un challenge.

*“Oui, j’estime que j’ai réussi, j’ai pu réaliser des choses notamment les investissements que j’ai pu faire à savoir l’argent sur mon compte bancaire, mon terrain, mon bus et mon atelier”. (Fatou thiam)*

*“Oui, j’estime que j’ai réussi, car j’ai pu améliorer le niveau de vie de mon foyer et le plus important pour moi c’est que j’ai pu payer les études de mes enfants”. (Diop sola)*

*“C’est le fait de réussir à employer plus de gens et pouvoir les aider à avoir un revenu pour entretenir leur famille”. (Ayssata)*

Nos résultats ont révélé que les femmes entrepreneures sont essentiellement motivées par l’indépendance en premier lieu plutôt que le gain financier lors de la création. Cependant une fois l’entreprise créée, elles ont tendance à considérer l’aspect financier comme étant un critère du succès entrepreneurial (Kirkwood, 2016). Contrairement au résultat de Buttner et Moore (1997) qui stipule que les femmes favorisent essentiellement les critères subjectifs pour évaluer le succès (Jabeen et al., 2015).

### **Conclusion**

La finalité de cette recherche est d’explorer les déterminants et les critères du succès entrepreneurial chez la femme sénégalaise. Nos résultats démontrent que les caractéristiques personnelles et l’environnement interne sont des déterminants du succès entrepreneurial pour ces femmes. Tandis que l’environnement externe n’est pas considéré comme tel. De surcroît, les motivations liées à l’indépendance et au support du mari s’avèrent être les déterminants les plus importants menant vers la réussite des femmes au Sénégal.

Par ailleurs, notre étude montre que les femmes définissent le succès entrepreneurial à travers des critères quantitatifs et qualitatifs à la fois. Cependant, les résultats postulent que les femmes considèrent l’aspect financier comme un critère de réussite. Néanmoins, il importe d’accorder une attention particulière aux critères subjectifs émis par les femmes lors de la définition du succès entrepreneurial.

Finalement, cette recherche comporte quelques limites à souligner. Sur le plan théorique, d’autres déterminants pourraient être testés : (l’âge, la stratégie de l’entreprise, le capital de départ, l’accès au marché, etc.). Sur le plan empirique, l’échantillon d’étude ne généralise pas l’ensemble des femmes entrepreneures. Dès lors, l’extrapolation des résultats à d’autres contextes géographiques demeure critique et peu envisageable.

Pour les praticiens, femmes entrepreneures, institutions d’accompagnement et autorités publiques, cette recherche offre une connaissance qui leur permet de mieux appréhender le succès entrepreneurial chez la femme. De plus, cette étude répond à l’appel de la communauté scientifique relatif à la définition du succès entrepreneurial selon la perception de la femme. Au final, nous suggérons qu’il serait intéressant de comparer la perception du succès entrepreneurial des femmes appartenant à des contextes géographiques différents (Europe/Amérique du nord versus Afrique).

**Bibliographie :**

- Aït Errays, N., Tourabi, A., 2018. Le rôle du support du mari et de l'empathie dans la formation des intentions entrepreneuriales prosociales des femmes marocaines mariées. *La Revue Gestion et Organisation* 10, 14–28.
- Akehurst, G., Simarro, E., Mas-Tur, A., 2012. Women entrepreneurship in small service firms: motivations, barriers and performance. *The Service Industries Journal* 32, 2489–2505.
- Angel, P., Jenkins, A., Stephens, A., 2018. Understanding entrepreneurial success: A phenomenographic approach. *International Small Business Journal* 36, 611–636.
- 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, 279–303.
- Arasti, Z., 2008. L'entrepreneuriat Féminin En Iran: Les Structures Socioculturelles. *Revue Libanaise de Gestion et d'Économie* 1, 1–29.
- Bastian, B.L., Zali, M.R., 2016. Entrepreneurial motives and their antecedents of men and women in North Africa and the Middle East. *Gender in Management : International Journal* 31, 456–478.
- Baum, J.R., Frese, M., Baron, A.R. 2014. *The psychology of Entrepreneurship*. Psychology Press, 2014.
- Baum, J. R., Locke, E. A., & Smith, K. G. (2001). A Multidimensional Model of Venture Growth. *Academy of Management Journal*, 44(2), 292–303.
- Berger-Douce, S., M., 2005. L'accompagnement entrepreneurial par un incubateur universitaire – Le point de vue critique d'un créateur, 24.
- Brockhaus, R.H. 1980. Psychological and environmental factors which distinguish the successful from the unsuccessful entrepreneurs: A longitudinal study. Paper presented at the *Academy of Management Meeting*, Detroit.
- Brush, C.G., 2009. *Women Entrepreneurs: A Research Overview*. Oxford University Press.
- Brush, C.G., 1992. Research on Women Business Owners: Past Trends, a New Perspective and Future Directions. *Entrepreneurship Theory and Practice* 16, 5–30.
- 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* 15.
- Cândido Borges, Germain Simard, Louis Jacques Filion, 2005. Création d'entreprises – Femmes entrepreneures. *Rapport de recherche* 2005.
- 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, 36.
- Carrington, C., 2006. Women Entrepreneurs. *Journal of Small Business & Entrepreneurship* 19, 83–94.
- Chatterjee, N., Das, N., Srivastava, N.K., 2019. A structural model assessing key factors affecting women's entrepreneurial success: Evidence from India. *Journal of Entreprise in Emerging Economie* 11, 122–151.

- Coleman, S., Robb, A., 2009. A comparison of new firm financing by gender: evidence from the Kauffman Firm Survey data. *Small Business Economics* 33, 397.
- Constantinidis, C., Lebègue, T., El Abboubi, M., Salman, N., 2018. How families shape women's entrepreneurial success in Morocco: an intersectional study. *International Journal of Enterprise Behaviour & Ressource* IJEER-12-2017-0501.
- Cornet, A., Constantinidis, C., 2004. Entreprendre au féminin. *Revue française de gestion* no 151, 191–204.
- Das, M., 2000. Women Entrepreneurs from India: Problems, Motivations and Success Factors. *Journal of Small Business & Entrepreneurship* 15, 67–81.
- Dej, D., 2010. Defining and measuring entrepreneurial success. *Entrepreneurship: A Psychological Approach*.
- Dia, Ibrahima and Bonnet, Jean and Abdesselam, Rafik, 2017. The determinants of female entrepreneurship in Dakar Senegal. *Centre de Recherche en Economie et en Management, Laboratoire Conception de l'Action en Situation*.
- Diagne Seynabou, 2013. Tontines et empowerment des femmes au Sénégal Le cas des tontinières du marché de Habitations à Loyer Modéré (HLM) Nimzatt à Dakar, in: Mémoire.
- Diouf, I.D., Simen, S.F., 2016. Importance des réseaux de relations personnelles dans le processus de création d'entreprise : Le cas des femmes-entrepreneures au Sénégal.
- Duchesneau, D.A., Gartner, W.B., 1990. A profile of new venture success and failure in an emerging industry. *Journal of Business Venturing* 5, 297–312.
- Fairlie, R.W., Robb, A.M., 2009. Gender differences in business performance : evidence from the Characteristics of Business Owners survey. *Small Business Economics* 33, 375–395.
- Fisher, R., Maritz, A., Lobo, A., 2014. Evaluating entrepreneurs' perception of success: Development of a measurement scale. *International Journal of Enterprise Behaviour & Ressource* 20, 478–492.
- Gartner, W.B., 2007. Is There an Elephant in Entrepreneurship? Blind Assumptions in Theory Development, in: Cuervo, Á., Ribeiro, D., Roig, S, Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective. *Springer*, Berlin, Heidelberg, pp. 229–242.
- Gupta, N., Mirchandani, A., 2018. Investigating entrepreneurial success factors of women-owned SMEs in UAE. *Management Decision* 56, 219–232.
- Hamilton, B.H., 2000. Does Entrepreneurship Pay? An Empirical Analysis of the Returns to Self-Employment. *Journal of Political Economy* 108, 604–631.
- Hernandez E.-M. (1999). *Le processus entrepreneurial. Vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat*, Paris, l'Harmattan, 256 p.
- Hisrich, Robert D; Fulop, Gyula., 1995. Hungarian entrepreneurs and their enterprises - ProQuest. *Journal of Small Business Management*; Milwaukee Vol. 33, N° 3,.
- Hlady-Rispal, M., Jouison-Laffitte, E., 2014. Qualitative Research Methods and Epistemological Frameworks: A Review of Publication Trends in Entrepreneurship. *Journal of Small Business Management* 52, 594–614.

- Hofstede (1980) Culture and Organizations, *International Studies of Management & Organization*, 10:4, 15-41,
- Indarti, N., Langenberg, M., 2004. Factors affecting business success among SMEs: Empirical evidences from Indonesia. 2004 Proceedings of the Second Bi-Annual European Summer University 2004, (19) 20 & 21 September 2004, University of Twente, Enschede, The Netherlands., 15.
- Jabeen, F., Katsioloudes, M.I., Das, S.S., 2015. Is family the key? Exploring the motivation and success factors of female Emirati entrepreneurs. *IJESB* 25, 375.
- Jamali, D., 2009. Constraints and opportunities facing women entrepreneurs in developing countries: A relational perspective. *Gender in Management: An International Journal* 24, 232–251.
- Jennings, J.E., Brush, C.G., 2013. Research on Women Entrepreneurs: Challenges to (and from) the Broader Entrepreneurship Literature? *The Academy of Management Annals* 7, 663–715.
- Jennings, J.E., McDougald, M.S., 2007. Work-family interface experiences and coping strategies: Implications for entrepreneurship research and practice. *AMR* 32, 747–760.
- Kamitewoko, E., 2013. Determinants of Entrepreneurship Success: An Examination of Chinese-Owned Businesses in Congo Brazzaville. 02, 113–120.
- Kane, N.O.D., 2009. Problématique de l'entrepreneuriat féminin en Mauritanie : essai de validation d'un modèle (thesis). Reims.
- Kirkwood, J., 2009. Motivational factors in a push-pull theory of entrepreneurship. *Gender in Management: An International Journal* 24, 346–364.
- Kirkwood, J.J., 2016. How women and men business owners perceive success. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* 22, 594–615.
- Krishnamoorthy, V., & Balasubramani, R. (2014). Motivations factors among women entrepreneurs and their entrepreneurial success: A study. *International Journal of Management Research and Business Strategy*, 3(2), 13-26
- Lebègue, T., 2015. La réussite de carrière entrepreneuriale des femmes. *Revue de l'Entrepreneuriat* 14, 93.
- Man, T., Lau, T., Chan, K.F., 2002. The competitiveness of small and medium enterprises: A conceptualization with focus on entrepreneurial competencies. *Journal of Business Venturing* 17, 123–142.
- Masuo, D., Fong, G., Yanagida, J., Cabal, C., 2001. Factors associated with business and family success: A comparison of single manager and dual manager family business households. *Journal of Family and Economic Issues* 22, 55–73.
- McClelland, D. C. (1965). N achievement and entrepreneurship: A longitudinal study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1(4), 389–392
- McGowan, P., Redeker, C.L., Cooper, S.Y., Greenan, K., 2012. Female entrepreneurship and the management of business and domestic roles: Motivations, expectations and realities. *Entrepreneurship & Regional Development* 24, 53–72.

- Meyer, N., Landsberg, J., 2015. Motivational Factors Influencing Women's Entrepreneurship: A Case Study of Female Entrepreneurship in South Africa. *International Journal of Economics and Management Engineering* 9, 6.
- Omrane, A., Fayolle, A., Ben-Slimane, O.Z., 2011. Les compétences entrepreneuriales et le processus entrepreneurial : une approche dynamique. *La Revue des Sciences de Gestion* n° 251, 91–100.
- Paige, R.C., Littrell, M.A., 2002. Craft Retailers' Criteria for Success and Associated Business Strategies. *Journal of Small Business Management* 40, 314–331.
- Panda, S., 2018. Constraints faced by women entrepreneurs in developing countries: review and ranking. *Gender in Management: An International Journal* 33, 315–331.
- Ramadani, V., 2015. The Woman Entrepreneur in Albania: An Exploratory Study on Motivation, Problems and Success Factors. *Journal of Balkan and Near Eastern Studies* 17, 204–221.
- Raman, R., 2004. Motivating factors of educated self employed in Kerala - a case study of mulanthuruthy block in ernakulam district. Centre for Socio-economic and Environmental Studies Prasanthi Road, Palarivattom, Kochi.
- Reavley, M.A., Lituchy, T., McClelland, E., 2005. Exporting success: a two country comparison of women entrepreneurs in international trade. *IJESB* 2, 57.
- Robichaud, Y., McGraw, E., 2008. Les motivations entrepreneuriales comme facteur explicatif de la taille des entreprises. *Journal of Small Business & Entrepreneurship* 21, 59–73.
- Robichaud, Y., McGraw, E., Université de Moncton, Institut canadien de recherche sur le développement régional, 2003. Analyse comparative entre l'entrepreneurship féminin et l'entrepreneurship masculin: le cas des entreprises de services et de détail chez les francophones du Nouveau-Brunswick. *Institut canadien de recherche sur le développement régional*.
- Romelaer, P., 2005. Chapitre 4. L'entretien de recherche. *Methodes Recherches* 101–137.
- Roomi, M.A., Parrott, G., 2008. Barriers to Development and Progression of Women Entrepreneurs in Pakistan. *The Journal of Entrepreneurship* 17, 59–72.
- Shane S., Locke E. A., Collins C. J. 2003, 'Entrepreneurial Motivation,' *Human Resource Management Review*, 13, (2), 257–279
- Shane S. et Venkataraman S., "The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research", *Academy of Management Review*, vol. 25, n° 1, 2000, p. 217-226.
- Schumpeter, J.A., 1943. *Capitalism, socialism, and democracy*.
- Sexton D. L., Bowman N. (1984, August) The effects of preexisting psychological characteristics on new venture initiations. Paper presented at the meeting of the *Academy of Management*, Boston, MA.
- Sexton, D.L. , & Bowman, N. (1985). The entrepreneur: A capable executive and more. *Journal of Business Venturing*, (1), 129-140.

- Staniewski, M.W., Awruk, K., 2019. Entrepreneurial success and achievement motivation – A preliminary report on a validation study of the questionnaire of entrepreneurial success. *Journal of Business Research* 101, 433–440.
- Tlaiss, A, H., 2013. Women managers in the United Arab Emirates: successful careers or what? *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal* 32, 756–776.
- Tlaiss, H.A., 2013. Entrepreneurial motivations of women: Evidence from the United Arab Emirates. *International Small Business Journal* 33, 562–581.
- Wach, D., Stephan, U., Gorgievski, M., 2016. More than money: Developing an integrative multi-factorial measure of entrepreneurial success. *International Small Business Journal* 34, 1098–1121.
- Wacheux, F., 1996. Méthodes qualitatives de recherches en gestion (No. hal-00157140), Post-Print. HAL.
- Watson, J., 2012. Networking: Gender differences and the association with firm performance. *International Small Business Journal* 30, 536–558.
- Yusof, S., 2017. Exploring the cultural determinants of entrepreneurial success: The case of Malaysia. *International Journal of advanced and applied science* 4, 287–297.
- Zafir, M.M., Fazilah, H.M., 2011. Entrepreneurial Success: An Exploratory Study among Entrepreneurs. *International Journal of Business and Management*
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Lumpkin, G. T. (2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. *Journal of Management*, 36, 381–404.
- Zhou, M., Zhou, Y., Zhang, J., Obschonka, M., & Silbereisen, R. K. (2017). Person-city personality fit and entrepreneurial success: An explorative study in China. *International Journal of Psychology*.