

L'ENTREPRENEURIAT FEMININ EN TUNISIE : INDICATEURS ET DETERMINANTS DE SUCCES

De

Amine Ben Hadj HASSINE

**l'Institut Supérieur d'Administration des Entreprises, Département des
Sciences de Gestion –Tunisie.**

Résumé :

Sujets de débats micro et macro-économiques, institutionnels ou encore politiques, discipline scientifique, module d'enseignement ou thème de recherche tant aspiré par des experts, des hommes de terrain ou des académiciens, l'entrepreneuriat suscite sans cesse la convoitise à tous les niveaux et à des différents degrés d'intérêts du moment où il est toujours perçu comme générateur de solutions alternatives aux innombrables problèmes d'ordre économique, social ou autre. Cependant chaque fois que le concept en question est manipulé dans le cadre d'une approche féministe, il laisse filer de multiples controverses. D'ailleurs, il est même consensuellement qualifié de phénomène.

Le but de cet article est d'analyser les configurations significatives de l'esprit d'entreprendre féminin. À cet égard, nous nous concentrons essentiellement sur les principaux facteurs influant l'entrepreneuriat féminin en particulier socioculturels, économiques et politiques qui, d'après nos résultats, se sont révélés comme étant les plus importants déterminants de la réussite de l'entrepreneuriat féminin. En outre, nos résultats suggèrent que le succès de l'entrepreneuriat féminin peut être expliqué également par le système de support ou d'appui ainsi que par les politiques gouvernementales.

Mots-clés:

L'entrepreneuriat féminin, les facteurs socioculturels, les facteurs économiques, les structures d'appui, la Tunisie.

Abstract :

Topics of debate micro and macro-economic, institutional or political, scientific discipline, teaching module or research topic as drawn by experts, field workers or academics, entrepreneurship creates

constantly lured to all levels and to different degrees of interest when it is still perceived as generating alternative solutions to countless problems of an economic, social or other. However, each time the concept in question is handled through a feminist approach, it lets go of multiple controversies. Moreover, it is even consensually qualified phenomenon. The purpose of this article is to analyze the significant configurations of female entrepreneurship. In this respect, we focus primarily on the major factors affecting women's entrepreneurship in particular socio-cultural, economic and political, according to our results, proved to be the most important determinants of the success of women's entrepreneurship. In addition, our results suggest that the success of female entrepreneurship can be also explained by the support or support system as well as by government policies.

Keywords :

Women entrepreneurship, socio-cultural factors, economic factors, support structures, Tunisia.

1. Introduction

L'entrepreneuriat féminin est de plus en plus reconnu comme un facteur important pour la croissance et le développement économique dans le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord (MENA). Certes, l'esprit d'entreprise crée de nouveaux emplois pour les hommes et les femmes, essentiels dans une région avec une population jeune et un chômage de plus en plus élevé. Dans la région MENA, où les taux de participation à la main-d'œuvre féminine sont les plus bas dans le monde, l'esprit d'entreprise peut offrir de nouvelles opportunités pour les femmes de générer leur propre revenu, et d'aider les autres comme ils le font. Malgré l'augmentation de l'activité économique, cependant, il y a un manque flagrant d'informations quantitatives portant sur l'entrepreneuriat féminin au même titre qu'un besoin croissant d'informations fondées sur des enquêtes focalisées sur de nombreux sujets tels que les préoccupations, les défis et les besoins des femmes propriétaires d'entreprises.

En effet, bien qu'elles accèdent désormais aux métiers longtemps réservés pour les hommes, voire même qu'elles excellent dans divers domaines d'activités, les femmes sont sensiblement peu nombreuses à s'engager dans la voie de l'entrepreneuriat. Le présent phénomène n'est tout autant pas propre à la Tunisie mais plutôt généralisé à l'ensemble des pays en voie de développement.

Les femmes entrepreneurs ont été désignées comme les nouveaux moteurs de la croissance et les étoiles montantes des économies des pays en développement. En effet, il y a une montée raide de l'entrepreneuriat féminin dans presque tous les pays du monde. Une telle augmentation est confirmée par l'intérêt considérable manifesté par les chercheurs à ce phénomène (Gnyawali et Fogel, 1994; Eby & al, 2005, Jennings & McDougald, 2007; Shelton, Paturel et Arasti, 2006; Greenhaus & Powell, 2006; McNall et al, Minniti et Naudé, 2010; Boussetta, 2011).

En fait, selon Boussetta (2011), le développement de l'entrepreneuriat féminin est devenu une partie intégrante de la stratégie de développement d'une économie quelconque. Ainsi, la promotion et le développement de l'entrepreneuriat féminin dans tous les territoires, en créant un environnement qui prend en charge le développement et l'expansion des entreprises gérées par des femmes et l'amélioration de la situation économique des femmes entrepreneurs comptent déjà parmi les préoccupations majeures des gouvernements.

D'ailleurs, même avant cette date, Ester Boserup (1983) a développé une approche appelée l'approche «Intégration des femmes au développement» (IFD) qui montre et met en exergue le fait

que les contributions des femmes au développement étaient sous-estimées et mal évaluées et qui préconise de rendre le développement plus efficace, plus pratique et plus réel en faisant participer directement les femmes à son processus. Toutefois, en 2006, Paturel et Arasti, (2006) ont pu conclure que l'ordre d'importance des déterminants en rapport avec l'entrepreneuriat féminin change quelque peu entre les pays.

Cependant, un examen approfondi de la littérature montre une évaluation significativement faibles concernant les femmes entrepreneurs sur les dimensions liées au leadership, l'autonomie, la prise de risque, la volonté de changer et ils ont été classés comme plus émotionnelle tandis qu'elles semblent avoir des motivations et des compétences similaires que les hommes. D'ailleurs, Chaganti (1986) souligne qu'il n'y a pas de différence significative entre les deux sexes.

En résumé, la question dans ce débat n'est certainement pas purement théorique. En effet, nous devons nous appuyer sur des études empiriques pour pouvoir identifier les facteurs qui influencent le succès des femmes entrepreneurs.

Ainsi, nous avons choisi le contexte tunisien pour notre recherche compte tenu du développement croissant de l'entrepreneuriat féminin et leur rôle crucial dans la croissance économique, mais aussi en raison de la rareté des études sur ce sujet. Dès lors, la question à laquelle il semble légitime d'apporter des éléments de réponse dans cette recherche est particulièrement très importante: Quels sont les facteurs qui influencent la réussite de l'entrepreneuriat féminin en Tunisie?

Certes, ce questionnement est la conséquence logique d'un ensemble de constats et de faits que nous les synthétiserons et exposerons ci-après :

- Une recherche scientifique peu abondante traitant le phénomène de l'entrepreneuriat féminin dans les pays en voie de développement, plus spécialement le contexte tunisien,
- Un contexte socioculturel qui, malgré les avancées remarquables enregistrées, reste en retrait et favorise sans cesse le genre masculin au détriment du féminin bien que la Tunisie est pionnière en matière d'égalité Homme-Femme.

Sous un angle différent, d'autres chercheurs ont catégorisé et rassemblé les facteurs qui influencent le processus managérial entrepris par des femmes différemment. En fait, Lacasse (1990) considère l'environnement entrepreneurial à partir de trois groupes de facteurs qui sont les facteurs sociaux (le contexte familial, le milieu scolaire, le cadre de travail et

l'environnement local), les facteurs situationnels (les événements négatifs et positifs) et l'accessibilité aux ressources (matières premières, main-d'œuvre qualifiée, technologie, marchés, capital risque, soutiens de l'Etat, rôle des réseaux).

Certes, l'étude du phénomène de l'entrepreneuriat féminin passe inévitablement par une analyse approfondie de ce que Gnywali et Fogel (1994) appellent « l'environnement entrepreneurial » composé par l'ensemble des facteurs de nature macroéconomique, culturelles, sociales et politiques. En ce sens, si nous dépassons, sans critiquer, les principales recherches en entrepreneuriat, traditionnellement focalisées sur l'entrepreneur, sa personnalité ou son profil, ses motivations (approche par les traits), les travaux ayant traité les facteurs et les variables liés à l'environnement entrepreneurial, bien que peu nombreux, existent. Il est ainsi utile de rappeler une série de modèles conceptuels comme le modèle de Shapiro (1975), le modèle de Gartner (1985), le modèle de Covin et Slevin (1991) et enfin celui de Hayton, George et Zahra (2002) qui se partagent presque tous les mêmes variables contextuelles à savoir l'institutionnel, le relationnel, le culturel et l'économique.

En résumé, notre recherche sera structurée autour de trois parties: d'abord, nous allons analyser les principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminin. Ensuite, nous présenterons la méthodologie adoptée à cet égard. Enfin, nous terminerons notre analyse par la présentation et la discussion des principaux résultats issues du présent travail de recherche.

2. Déterminants de l'entrepreneuriat féminin

L'objectif de cette partie est de formuler un cadre conceptuel pour identifier les déterminants de l'entrepreneuriat féminin. Nous essayerons de développer un modèle de recherche intégrant les variables influençant le plus sur l'entrepreneuriat féminin dans le contexte tunisien afin de pouvoir cerner, définir et étudier les concepts (variables de notre modèle) qui serviront de base pour le développement de l'ensemble des hypothèses que nous cherchons à vérifier.

2.1. L'effet des facteurs socioculturels sur le succès de l'entrepreneuriat féminin

Selon, les facteurs socioculturels comprennent les normes sociales (coutumes, les yeux de la société envers l'entrepreneuriat féminin, les modèles de la famille, des amis et des parents), les conflits dans le travail et dans la famille, le niveau de formation et de son effet sur l'activité de l'entreprise, la créativité, le marketing, plan d'affaires, la gestion de l'entreprise, de la technologie de l'information et des sources d'information, et les catalyseurs sociaux définis comme étant des stimuli de l'intention entrepreneuriale chez les femmes.

A ce titre, Brockhaus et Nord (1979), et Hisrich et Fulop (1995) suggèrent que les facteurs socioculturels assurent, entre autres, le succès de l'entrepreneuriat féminin.

D'ailleurs, ces facteurs socioculturels sont détaillés comme suit (Paturel et Arasti; 2006):

- l'optimisme de l'entourage : si ce n'est dans certains cas un obstacle, l'entourage peut être apprécié comme un facteur clé de réussite du processus de création d'entreprise par les femmes.
- Les convictions traditionnelles : le manque de confiance quant aux aptitudes des femmes l'insécurité sociale, l'intolérance envers certaines pratiques ou certains métiers, la nécessité de la permission des parents et/ou du mari (c'est ce que Zouiten (2004) appelle tuteur matrimonial), forment bel et bien un ensemble de convictions traditionnelles et religieuses qui conditionnent le succès de l'acte d'entreprendre au féminin.
- Le niveau de la formation et le degré d'habileté des femmes souhaitant se perfectionner dans le monde des affaires.
- Les normes sociales : les coutumes manifestant le regard de la société à l'égard de l'entrepreneuriat féminin.
- Le rôle des modèles : à ce propos, une revue de la littérature (Brockhaus et du Nord, 1979; et Hisrich et Fulop, 1995) montre que l'existence de modèles dans la famille et entre amis influe sur la motivation de l'esprit et la volonté d'entreprendre. En effet, les études en question montrent que le modèle a un rôle non négligeable dans le succès de l'entrepreneuriat féminin et que 20% des femmes entrepreneurs se trouvent influencées par des modèles dans leurs familles et près de 17% des modèles au sein du groupe d'amis et de parents. En parfaite concordance avec ce qui a été déduit, Kirkwood et Tootell (Kirkwood, 2009) abordent cette perspective relationnelle et relatent que les femmes préfèrent généralement consulter la famille avant toute décision de nature entrepreneuriale. Ce point serait déjà une spécificité féminine.
- Les catalyseurs sociaux précédemment évoqués.

A l'instar des présents constats, nous pouvons formuler l'hypothèse suivante:

Hypothèse.1: Les facteurs socioculturels influencent positivement le succès de l'entrepreneuriat féminin.

2.2. L'effet des facteurs économiques sur le succès de l'entrepreneuriat féminin

Selon Paturel et Arasti (2006), les facteurs économiques se composent de différents taux (inflation, croissance, chômage, taux de change), aussi bien que des mesures relatives à l'intensité de la concurrence, à l'impact de l'immigration, à l'étendu du secteur public, aux possibilités de boycottage économiques, à l'instabilité politique, à l'accès aux ressources financières et technologiques et à l'information.

En général, les facteurs économiques ont tendance à constituer des obstacles à la réussite de l'entrepreneuriat féminin. D'après une étude réalisée par Ted et Nicole (2002) dans le contexte canadien, il a été déduit que les différences de financement sont observées en particulier en termes de capital de démarrage, tandis que l'expansion du capital semble plus facile à obtenir. Ils ont également conclu que la connaissance des sources de capital-risque et l'accès à ces sources sont insuffisants et les programmes de soutien du gouvernement ne répondent pas aux besoins des femmes entrepreneurs dans de nombreux domaines (OCDE, 2000).

Richer et St-Cyr (2007) préconisent dans ce même propos que les femmes sont majoritairement défavorisées par rapport aux hommes en matière d'accessibilité aux fonds, prêts et subventions ou tout autre moyen de financement. En effet, ceci a été massivement expliqué par le fait que les femmes ont une plus faible tolérance au risque, qu'elles s'engagent dans la plupart du temps dans des affaires de taille moyenne ce qui ne nécessite pas éventuellement des financements importants (Coleman, 2000).

D'ailleurs, la validité de l'acte entreprendre au sens propre dépend incontestablement de six types de ressources regroupées dans un modèle appelé 6M développé par Ichikawa et repris par Shapero (1975) à savoir Money, Man, Machines, Materials, Market, et Management.

Cependant, beaucoup de recherches sur ce thème (Bruno et Tyebjee 1982 et Pennings, 1982) et notamment celles conduites par Paturel et Arasti (2006) ont pu déduire que l'accessibilité aux multiples ressources financières, technologiques et informatives conditionnent l'esprit et l'intention d'entreprendre, ce qui contribue positivement à la progression du taux de création d'entreprises, à la rentabilité et à la croissance (Bruno et Tyebjee, 1982).

Si l'accès au financement était la question controversée la plus débattue majoritairement dans l'ensemble des recherches consacrées à l'étude de l'entrepreneuriat féminin, il est digne d'intérêt de ne pas omettre un problème non moins important que ceux déjà évoqués, il s'agit de l'accès à l'information qui se présente pareillement telle une sorte de barrière à l'entrée dans le processus entrepreneurial (Allen et Truman, 1993 et Kantor, 2002). En effet, le travail le plus remarquable dans ce domaine semble être celle d'Arasti et Paturel (2006). Ces derniers

ont indiqué que le problème des femmes entrepreneurs concerne le monopole de l'information, la non coopération des spécialistes ou des experts et le manque d'information. Par conséquent, sur la base de ce dernier constat, nous présentons l'hypothèse suivante:

Hypothèse.2: Les facteurs économiques ont un effet négatif sur le succès de l'entrepreneuriat féminin.

2.3. L'effet des codes et des politiques publiques sur le succès de l'entrepreneuriat féminin

Selon Paturel et Arasti (2006), les politiques gouvernementales se concentrent principalement sur les exonérations fiscales, les procédures d'octroi de crédit, les structures d'appui et d'accompagnement ainsi que les mesures de soutien en faveur des projets spéciaux tels que les coopératives, les pépinières d'entreprises, les centres d'affaires, l'essaimage....sans compter les multiples programmes spécifiques et ciblés, etc... .

Dans leur étude en Iran, ces chercheurs ont montré que la plupart des codes et des politiques existantes ne sont pas tellement efficaces pour le succès des entreprises instaurées et/ou conduites par des femmes suite à une forte méconnaissance des textes de loi et des exonérations en vigueur.

Dans ce même propos, Brown et al. (2006) indiquent dans leurs recherches que les femmes ont tendance à négliger les programmes gouvernementaux parce qu'ils sont parfois inaccessibles, en constante évolution et difficile à contrôler. Par conséquent, nous pouvons formuler l'hypothèse suivante:

Hypothèse.3: Les codes et les politiques publiques ont un effet négatif sur le succès de l'entrepreneuriat féminin.

2.4. L'effet des réseaux entrepreneuriaux sur le succès de l'entrepreneuriat féminin

Fonrouge et Sammut (2004) définissent les réseaux d'entrepreneuriat au sens large comme «un ensemble d'acteurs reliés par une relation créative». Brown et al. (2006) préconisent que les réseaux sont importants parce que le succès d'un entrepreneur dépend de sa capacité à identifier les ressources, d'établir des contacts et de développer des réseaux avec des personnes sélectionnées. Ces réseaux peuvent être utiles pour obtenir des références clients et de l'information (Jones, 1994).

D'après Paturel et Arasti (2006), les réseaux entrepreneuriaux se composent de deux groupes qui sont: les réseaux membres (conjoint et enfants pour les femmes mariées et les parents isolés, proches parents, amis et collègues du travail, consultants en gestion, des syndicats et des associations nationales et internationales) et le soutien du réseau (la circulation de l'information en leur sein, leur rôle dans la planification financière, d'information, éthique, opérationnel et à long terme).

Selon les mêmes auteurs (Arasti et Paturel, 2006), les femmes entrepreneurs reçoivent un soutien moral, psychologique, financier, administratif et opérationnel ou matériel de la part de leur famille.

En dernier lieu, selon Paturel et Arasti (2006), les femmes entrepreneurs semblent apprécier tous les types d'aides et de soutien. Ainsi, les interventions juridiques, psychologiques apparaissent en haut et en priorité tandis que l'aide financière est au dernier rang. Ainsi, nous pouvons affirmer l'hypothèse suivante:

Hypothèse.4: Les réseaux entrepreneuriaux affectent positivement le succès de l'entrepreneuriat féminin.

Selon l'étude précédente, nous pouvons également formuler les sous-hypothèses suivantes:

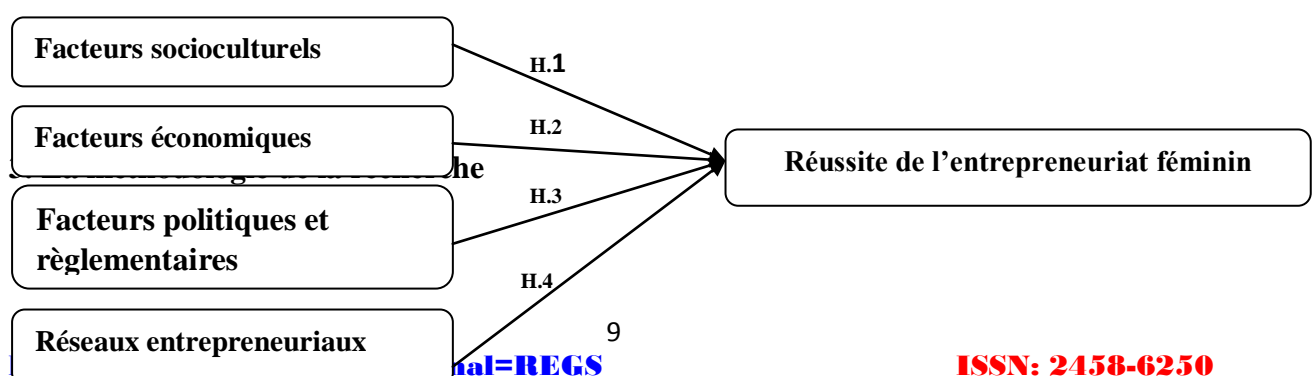
Hypothèse.4.a: les membres du réseau familial affectent positivement le succès de l'entrepreneuriat féminin.

Hypothèse.4.b: Le réseau d'aide et de soutien affecte positivement le succès de l'entrepreneuriat féminin.

2.5. Cadre théorique

Sur la base des hypothèses déjà formulées, notre modèle conceptuel sera présenté comme suit

Figure 1: Modèle conceptuel des facteurs qui influent sur le succès de l'entrepreneuriat féminin



L'objectif de notre recherche est d'identifier les déterminants de l'entrepreneuriat féminin; par la suite, nous proposons d'étudier la relation entre les facteurs ci-dessus explicités et le succès de l'entrepreneuriat féminin. Ces relations sont intégrées dans un modèle conceptuel qui sera testé plus tard.

Cependant, avant d'analyser les données recueillies au profit de la présente recherche, il nous paraît crucial d'étaler les caractéristiques de l'échantillon retenu à cet effet et de préciser les indicateurs choisis pour mesurer les différentes variables composant le modèle précédemment défini ainsi que les différentes échelles de mesure adaptées à partir de travaux antérieurs.

Dès lors, le cadre méthodologique de cette recherche est construit autour des différentes étapes de la validation de notre modèle conceptuel. Néanmoins, il serait intéressant de souligner certaines limites inhérentes au volet empirique dans la mesure où la représentativité de l'échantillon faisant l'objet de notre investigation est relativement moyenne et ce en raison de la contrainte de temps et de coûts ainsi que le manque de coopération de certains cibles. Ainsi, notre échantillon se compose de 250 femmes entrepreneurs tunisiennes sans spécification particulière de critères.

De même, les principaux items utilisés pour mesurer les variables explicatives sont inspirés principalement de l'étude d'Arasti et Paturel (2006). Ces items ont été mesurés sur une échelle de Likert de 5 points allant de «totalement d'accord» à « Tout à fait d'accord». Les répondants ont été amenés à indiquer leurs évaluations par rapport à la présence du conjoint, des enfants et des parents; présence d'amis et de collègues ; présence (assistance) d'experts et de spécialistes ; présence de clients potentiels; l'aide financière des réseaux entrepreneuriaux; l'aide (l'apport) de la planification à long terme des réseaux d'affaires (entrepreneuriaux); assistance éthique (juridique) de ces réseaux; le soutien opérationnel de ces mêmes réseaux.

4. Résultats empiriques et discussion

A l'issue des différentes étapes de codification, de traitement et d'interprétation des données de notre enquête de terrain, il a été déduit que les résultats de l'analyse factorielle sont satisfaisants. En effet, la matrice de données de l'échelle de mesure est factorisable du moment où $KMO = 0,709$. Ainsi, le test de Bartlett montre un chi-deux = 163,843 et $p = 0,000$. Le même déterminant est différent de zéro (0,161).

En observant les valeurs de la qualité de la représentation, on trouve certains items de valeurs faibles ($<0,5$). Donc, il a été judicieux d'éliminer ces items. Par conséquent, en procédant à

l'analyse en composantes principales, nous nous retrouvons avec une solution satisfaisante d'un seul facteur avec huit valeurs supérieur à 1 (2655) et restaure 66,375% de l'information initiale.

Tableau 1: Facteurs Socioculturels

Items	Contribution of Factors	Qualité de représentation	MSA
Optimisme (soutien) de l'entourage	,896	,803	,664
Les convictions traditionnelles	,803	,644	,809
Equilibre Famille/Affaires	,737	,543	,756
Training	,815	,665	,658
p-value		2,655	
% of explained variance		66,375%	
Alpha de Cronbach		,828	

Selon cette analyse, toutes les conditions sont remplies (MSA sont supérieures à 0,5 ; les contributions des items à la formation de facteurs sont supérieurs à 0,6 et alpha de Cronbach est supérieure à 0,7). L'examen de la matrice de corrélation entre les items de la variable «succès de l'entrepreneuriat féminin» montre qu'ils sont positifs et significatifs et témoignent ainsi l'unicité de l'échelle.

Une valeur de KMO étant (0,871) montrant une intégrité acceptable entre les items et le test signifiant de Bartlett (chi-deux= 292,206, p = 0,000) indique que les données peuvent être soumis à la méthode d'analyse factorielle.

Ce résultat est apprécié avec la mesure de l'indice d'adéquation et la qualité de la représentation pour les items qui sont satisfaisants (> 0,5), à l'exception d'un seul item dont la qualité de la représentation est égale à 0,378 qui sera donc éliminé. Par conséquent, cette variable sera composée par 4 items et aura une valeur alpha Cronbach de 0,892 indiquant une bonne fiabilité pour la mesure de ce facteur.

Tableau 2: Analyse Factorielle: Réussite (Succès) de l'entrepreneuriat féminin

Items	Contribution of Factors	Quality representation	MSA
-------	----------------------------	---------------------------	-----

Carrière satisfaisante	,760	,578	,927
Reconnaissance	,852	,726	,887
Réputation	,805	,649	,865
Taux de croissance	,871	,759	,812
Expenditures	,896	,802	,802
p-value	3,514		
% variance expliquée	70,289%		
Alpha de Crombach	,892		

Le résultat de cette analyse montre un pourcentage de la solution dans laquelle le facteur d'information récupérée est de l'ordre de 70,289%. Les corrélations de ces items avec ce facteur varient de 0,760 à 0,896. Ces corrélations sont utilisées pour interpréter le rôle de chaque variable (objet) dans la définition de chacun de ces facteurs. Plus le poids est élevé, plus le facteur de la variable est représentatif. Par conséquent, et puisque les corrélations sont élevées, le choix de ces items est acceptable. Ces résultats sont plus appréciés par la valeur alpha Cronbach de 0,892 qui est considérée comme satisfaisante.

Par la suite, sur la base de ces résultats, nous pouvons passer à l'étape de la vérification et la discussion des hypothèses de notre recherche

Pour notre étude, nous ne considérons que la régression linéaire comme la méthode d'analyse des données la plus appropriée. Les mesures de combinaison les plus courantes sont celles qui correspondent à deux variables avec les mêmes niveaux de mesure (métrique) (Evrard et al, 2003). L'objectif de l'analyse de régression est de déterminer la valeur des paramètres et d'identifier la relation entre la variable dépendante et la variable indépendante.

L'évaluation de la relation entre les «facteurs culturels» et «le succès de l'entrepreneuriat féminin» est résumée dans le tableau suivant:

Tableau 3: Facteurs Socioculturels et Succès de l'entrepreneuriat féminin

Variabes	Success de l'entrepreneuriat féminin
Facteurs Socioculturels	,924**
Coefficient de détermination R^2	,853
Coefficient Fisher F	527,536
Signification de F	,000

Le coefficient de détermination R^2 est égal à 0,853; nous pouvons dire que 85,3% de la variabilité de la réussite de l'entrepreneuriat féminin est expliquée par des facteurs socioculturels. Ainsi, il existe une relation positive entre ces deux variables.

L'hypothèse (H.2) prédit l'existence d'une relation entre la variable dépendante (le succès de l'entrepreneuriat féminin) et la variable indépendante (facteurs économiques). Cette relation est vérifiée dans le tableau 4 ci-dessus étant donné que le pourcentage de variance expliquée est de 45,3%.

Table 4: Facteurs économiques et Succès de l'entrepreneuriat féminin

Variables	Succès de l'entrepreneuriat féminin
Facteurs Economiques	,673**
Coefficient de détermination R^2	,453
Coefficient de Fisher F	75,508
Signification de F	,000
Durbin-Watson	1,442

Le coefficient de régression estimé de cette variable est important. En d'autres termes, il existe une relation négative entre les facteurs économiques et le succès de l'entrepreneuriat féminin. Par conséquent, l'hypothèse (H.2) est enregistrée.

Tableau 5: Politiques Gouvernementales et Succès de l'entrepreneuriat féminin

Variables	Succès de l'entrepreneuriat féminin
Politiques Gouvernementales	-,082
Coefficient de détermination R^2	,007
Coefficient Fisher F	,623
Signification de F	,432
Durbin-Watson	1,494

Le résultat du tableau 5 montre qu'il n'y a pas de relation positive entre les politiques gouvernementales et la création réussie de l'entreprise par les femmes. Ainsi, la H.3 hypothèse est rejetée.

Les résultats de la régression linéaire sur l'hypothèse H.4 sont indiqués dans le tableau ci-dessus:

Tableau 6: Réseaux entrepreneuriaux et succès de l'entrepreneuriat féminin

Variables	Succès de l'entrepreneuriat féminin
Réseaux entrepreneuriaux	,262
Coefficient de détermination R^2	,671**
Coefficient Fisher F	,856
Signification de F	266,907
Durbin-Watson	,000

Dans ce modèle, le pourcentage de variance expliquée est égal à 85,6%. Nous pouvons conclure que l'hypothèse (H.4.a) indiquant que: «Les membres du réseau affecte positivement la réussite de l'entrepreneuriat féminin», est acceptée.

En outre, nos résultats d'estimation montrent que l'hypothèse (H.4.b) indiquant que «le système de soutien affecte positivement le succès de l'entrepreneuriat féminin est rejetée. Finalement, les femmes entrepreneurs tunisiennes sont principalement soutenues, encouragées et épaulées par le réseau restreint composé majoritairement par les membres de la famille.

D'après les résultats obtenus, l'optimisme de l'entourage, les croyances traditionnelles, l'équilibre entre la famille et le travail et la formation, affectent positivement le succès de l'entrepreneuriat féminin. Ces résultats coïncident avec certaines études antérieures (Brockhaus et Nord, 1979; Hisrich et Fulop, 1995) et montrent que les facteurs socioculturels assurent, entre autres, le succès de l'entrepreneuriat féminin. Ce sont aussi les mêmes résultats de Paturel et Arasti (2006) concernant le contexte iranien. Par opposition, l'étude de Boussetta (2011) souligne que ces facteurs sont perçus comme un obstacle à la réussite de l'entrepreneuriat féminin. A cet égard, Kessy Z. (1998) affirme que la plupart des facteurs socioculturels sont généralement une lame à double tranchant qui peut souvent être considérée à la fois comme un actif ou un passif. En effet, cette hypothèse a été confirmée et validée dans le contexte tunisien. Ceci peut être expliqué par le changement dans l'attitude de la société tunisienne envers les femmes entrepreneurs.

Les résultats de notre recherche montrent que les facteurs économiques ont un effet négatif sur le succès de l'entrepreneuriat féminin. Ce résultat est d'ailleurs cohérent avec ceux de

plusieurs chercheurs comme (Paturel et Arasti, 2006; Allen et Truman, 1993; Kantor, 2002). Ainsi, la grande majorité des enquêtes ayant pour objet l'étude du phénomène de l'entrepreneuriat féminin ; (Bruno et Tyebjee, 1982; Pennings, 1982 et Brophy, 1989) ont montrés que les facteurs économiques influent négativement sur la réussite des femmes entrepreneurs. L'hypothèse H.2 a été donc validée dans le contexte tunisien. Ceci peut être expliqué généralement par l'instabilité politique après la révolution qu'a connu le pays et son impact sur la croissance économique, l'augmentation du nombre de concurrents, la difficulté d'accès aux systèmes de crédit en raison du manque de garanties voire de l'insécurité forcément ressentie par les bailleurs de fonds eux-mêmes.

Tandis que les politiques gouvernementales n'ont pas un effet négatif sur le succès de l'entrepreneuriat féminin. Ces résultats sont cohérents avec l'étude de Zouiten (2004) qui stipule que: "En outre, et en termes de reconnaissance des droits des femmes dans le cadre des droits de l'homme facilitant sa participation au développement du pays, une série de mesures ont été prises par le gouvernement tunisien mentionne brièvement que notre suppression de l'institution du tuteur matrimonial, l'égalité d'accès au service public, l'identité fiscale indépendante de la femme, une plus grande protection des mères qui travaillent, le démantèlement des obstacles juridiques ... ». Toutefois, ces résultats sont différents de ceux de Ted et Nicol (2002), et Arasti et Paturel (2006) qui suggèrent que les politiques gouvernementales ont joué un effet négatif sur la réussite des femmes entrepreneurs.

Par conséquent, l'hypothèse H.3 n'a pas été vérifiée dans le contexte tunisien. Ceci peut être expliqué par l'existence de plusieurs supports, de structures d'appui et d'accompagnement ainsi que des orientations stratégiques définies et établies en faveur des femmes entrepreneurs tunisiennes, En Tunisie, différentes lois sont promulguées et s'adaptent à la façon qui répond à l'évolution du statut des femmes et la protection leurs droits et la consolidation de leurs acquis (égalité d'accès au service public, indépendance de l'identité fiscale de la femme, etc.).

A l'appui des résultats de notre étude, il s'est avéré que l'hypothèse H.4 est partiellement vérifiée dans le contexte tunisien. En effet, nos résultats mettent en évidence l'importance du système de soutien à la réussite de l'entrepreneuriat féminin. Ce résultat est cohérent avec les résultats d'Arasti et Paturel (2006) qui ont montré dans leur étude que le système de soutien a un effet positif sur le succès de l'entrepreneuriat féminin. Alors que le soutien attendu des membres du réseau en Tunisie n'est pas vérifié (H.4.a est rejetée). Cela diffère des résultats

précédents (Mallette et McGuinness, 1998 et Arasti Paturel, 2006) qui montrent que les membres des réseaux jouent un rôle décisif pour le succès de l'entrepreneuriat féminin.

Notre analyse statistique du modèle théorique a montré que H.3 et H4.a ne sont pas vérifiées. Aucun test de prise en charge ne signifie qu'ils ne sont pas pertinents, mais simplement ne sont pas vérifiées dans le cadre de l'étude. Ainsi, nous ne pouvons pas compromettre notre base théorique, mais tout simplement attribuer ceci à l'absence de recherche empirique sur ce sujet.

L'analyse statistique peut révéler des limites pouvant également conduire à ces résultats. La première limite concerne déjà la violation de la condition de la multi normalité. Ceci est dû à la petite taille de l'échantillon. La seconde limite implique la perte d'information due au remplacement de chaque variable latente par la moyenne des grandeurs observables.

L'analyse méthodologique nous permet de dériver deux principaux points qui peuvent être à l'origine de ces résultats non significatifs. La première a trait à la traduction des échelles de mesures qui peuvent être une source d'erreur dans les réponses. La seconde est liée à la position des répondants.

5. Conclusion

Les résultats de nos recherches peuvent fournir des implications managériales importantes. Les informations fournies par cette recherche permettent d'encourager les femmes à créer leurs projets spécifiques, en tenant compte des déterminants (économiques, socioculturels, de gouvernance politique et de réseaux d'affaires) et des facteurs identifiés dans notre étude.

Notre étude peut être utile pour les femmes entrepreneurs et vise à identifier les facteurs qui influent sur le succès de leurs projets spécifiques. Les femmes entrepreneurs ont plus d'informations sur les caractéristiques du marché et ont l'intention d'entreprendre.

En outre, notre recherche fournit un support pour la réflexion des femmes sur les facteurs qui influencent leur succès entrepreneurial. La partie théorique fournit une clarification du terme «entrepreneuriat féminin» avec les déterminants de son succès. La partie empirique permet d'identifier et de comprendre les facteurs qui influent sur le succès de l'entrepreneuriat féminin dans le cas spécifique de la Tunisie.

Bibliographie:

- Allen. S. & Trumman, C. ed. (1993). Women in Business: perspectives on women entrepreneurs. London: Rutledge Press. 14-27.
- Boussetta.M (2011). Entrepreneuriat Féminin au Maroc: Environnement et Contribution au Développement Economique et Social. ICBE-RF Research Report No. 10/11.
- Brockhaus, R. & Nord. W. (1979). An exploration of factors affecting the entrepreneurial decision: personal Characteristic Vs. environmental conditions. Proceedings of the national academy of management.
- Brown.S et al (2006). Les femmes entrepreneures au Canada dans les années 90. Banque de développement au Canada.
- Bruno. A.V. & Tyebjee, T. T. (1982). The environment for entrepreneurship. In Kent C.A. Sexton D.L. & Vesper K.H. Encyclopedia of entrepreneurship. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, pp 288-307.
- Buttner. H. & Rosen. B. (1988). Bank loan officers' perceptions of the characteristics of men, women and successful entrepreneurs. Journal of Business Venturing 3(3), pp249-258.
- Chaganti. R. (1986). Management in women-owned enterprises. Journal of Small Business Management, 24(4): 18-29.
- Eby. L.T., Casper. W.J., Lockwood. A., Bordeaux. C. & Brinley. A. (2005). Work and family research in IO/OB: content analysis and review of the literature (1980–2002). Journal of Vocational Behavior pp, 124–197.
- Evrard Y., Pras B., Roux E. (1997). Market, études et recherches en marketing : fondements, méthodes, édition Nathan, 2^{ème} édition.
- Fonrouge .C, Sammut.S (2004). Logique d'inter médiateur, approche cognitive et réseaux : vers une tentative de compréhension des difficultés d'accompagnement des créances d'entreprises. 7^{ème} congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, association internationale de recherche en entrepreneuriat et PME, 27, 28 et 29 octobre, Montpellier, p 12
- Gartner. W.B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. Academy of Management of Review, Vol.10, n° 4, pp 696-706
- Gasse.Y&D'Amours.A(1993). Profession : Entrepreneur. Edition Transcontinentales inc, Fondation de l'Entrepreneurship. Pp 87-99.

- Greenhaus J.H & Powell. G.N. (2006). When work and family are allies: a theory of work–family enrichment. *Academy of Management Review* 31, 72–92.
- Hisrich, R. & Fulop, G. (1995). The Role of women entrepreneur in Hungary’s transition economy. *International studies of management organization*. 24.
- Hisrich, R. D &Brush C.G. (1987). Women Entrepreneurs: A Longitudinal Study. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA: Babson College. pp 187-199.
- Honig-Haftel, S., & Martin, L (1986). Is the female entrepreneur at a disadvantage? *Thrust*, 7(1, 2). Pp 49-65.
- 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, 747–760.
- Jones, A. (1994). Experiences of a home-office business woman: Or how I took the leap and lived to tell the tale so far. *Cahiers de la femme*, 15(1), pp. 73 à 76.
- Kantor. P. (2002). Promoting women’s entrepreneurship development based on good practice programmes: some experience from the north to the south. ILO’S InFocus programme. Working paper no 9.
- Kyanihib.F & Hien. (2002). L’entrepreneuriat féminin au Burkina Faso: une étude exploratoire, Centre for Développement Studies, University of Groningen.
- Lambrecht. J & Pirnay .F. (2003). Entrepreneuriat féminin en Wallonie. Etude réalisé par le Centre de recherche PME et d’entrepreneuriat et le centre d’étude pour l’entrepreneuriat, Brussel.
- Mallette, H., McGuinness, N., (1998). Entrepreneurial Start-ups: Help for Counsellors, A Report for the Atlantic Canada Opportunities Agency, and the Acadia Centre for Small Business and Entrepreneurship, Wolfville, N.S. Canada.
- Moore D.P & Buttner.E.H(1997). Women’s organizational exodus to entrepreneurship: self reported motivations and correlates with success. *Journal of small business management*, Vol 35,pp 34-46.
- Neider. L.(1987). A preliminary investigation of female entrepreneurs in Florida. *Journal of Small Business Management* 25 (3): 22-29.

- OCDE (2004). Entrepreneuriat féminin: Question et action à mener, 2^{ème} conférence de l'OCDE des ministere en charge de PME, Turquie.
- OCDE. (2000). Les femmes entrepreneures à la tête de PME : pour une participation dynamique à la mondialisation et à l'économie fondée sur le savoir. 2ème Conference sur l'entrepreneuriat féminin, Paris.
- Orban. M. (2001). Women Business owners in France: the issue of financing discrimination. Journal of Small Business Management, pp 95-102.
- Pature.R & Robert.Z. (2005). Dynamiques entrepreneuriales et développement économique. édition l'Harmattan. pp 12-20.p15.
- Paturel. R &Arasti. Z : (2006). Les principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminin en Iran. 8ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME (CIFEPME) : internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales, 25-26-27, Hautes école de gestion (HEG) Fribourg, suisse. p4.
- Pellegrino. E. T. & Reece. B. L. (1982). « Perceived formative and operational problems encountered by female entrepreneurs in retail and service firms. Journal of Small Business Management, 20 (2), 15-25.
- Pennings, J. M. (1982). Organizational birth frequencies: An empirical investigation. Administrative Science Quarterly, pp27, 120-144.
- R.Paturel & R.Masmoudi, (2005). Les structures d'appui à la création d'entreprise : Contribution en vue de l'évaluation de leurs performances. IVème congrès de l'académie de l'entrepreneuriat, Rapport du Groupe de travail sur l'entrepreneuriat féminin (1997). Entreprendre au féminin Montréal.p11.
- Ratté.S (1999). Les femmes entrepreneurs au Québec : qu'en est-il ? Federation Canadienne de l'entreprise indépendante.
- S .Rajemison . (1995). Femmes entrepreneur et dynamique entrepreriale : le cas de Madagascar. Les facteurs de performance de l'entreprise, Edition AUPELF-UBEE, Paris. pp 226-236.
- Shelton L.M. (2006). Female entrepreneurs, work–family conflict, and venture performance: new insights into the work–family interface. Journal of Small Business. pp 34-46.

- St-Cyr Louise & al. (2002). L'entreprendre au féminin au Cameroun : possibilités et limites. Communication au IIème congrès de l'académie de l'entrepreneuriat sur le thème : Champs de l'entrepreneuriat et dynamique des sociétés, Bordeaux, avril.
- Tchouassi.G. (2002). Entreprendre au féminin au Cameroun : possibilités et limites. IIème congrès de l'Académie de l'entrepreneuriat sur le thème : Champs de l'entrepreneuriat et dynamique des sociétés.
- Heidrick, Ted et T. Nicol, (2002). Financement des PME au Canada : obstacles auxquels se heurtent les entrepreneurs des groupes des femmes, des jeunes, des Autochtones et des minorités qui cherchent à obtenir du capital – Phase 1 – Revue de la littérature.
- Ufuk, H. & Ozgen, O. (2001). Interaction between the Business and Family Lives of Women Entrepreneurs in Turkey. Journal of Business Ethics, 31(2), 95-106.
- Verstrate.V. (2002). Essai sur la singularité de l'entrepreneuriat comme domaine de recherche » les éditions de l'ADREG, janvier, pp 8-120.
- Zouiten. J (2004). L'entrepreneuriat féminin en Tunisie. Communication au XVème Colloque International du Cedimes, Alexandrie.