

Le texte de ce cahier est une adaptation d'un chapitre extrait du mémoire d'obtention de la M.Sc., déposé en juin 1999 sous le titre : « L'entrepreneure marocaine : perception de soi et de l'environnement et pratiques de gestion », École des Hautes Études Commerciales de Montréal

L'entrepreneurship féminin : essai de conceptualisation

par
Bahija Amrhar
sous la direction de Louis Jacques Filion

Cahier de recherche n° 2001-04
Mai 2001

ISSN : 0840-853X

Copyright ©2001 - École des Hautes Études Commerciales (HEC), Montréal.

Tous droits réservés pour tous pays. Toute traduction ou toute reproduction sous quelque forme que ce soit est interdite.

Les textes publiés dans la série des cahiers de recherche de la Chaire d'entrepreneurship Maclean Hunter n'engagent que la responsabilité de leurs auteurs

L'entrepreneurship féminin : essai de conceptualisation

Résumé

Cet article est un essai de conceptualisation d'un modèle d'analyse qui vise à étudier la réalité entrepreneuriale chez les femmes. Trois composantes forment ce cadre conceptuel : 1) l'environnement, 2) l'entreprise et 3) l'entrepreneure. Pour parvenir au développement de ce modèle, nous avons analysé la littérature sur les femmes entrepreneures suivant trois niveaux disciplinaires : la culture, la psychologie et le management. Au niveau culturel, nous avons analysé la nature du lien entre l'entrepreneure et son environnement. Cette relation semble se définir en considérant les points suivants : 1) les structures sociales et économiques qui définissent l'image et le rôle de la femme dans la société, 2) l'entourage direct de l'entrepreneure, principalement composé du mari, de la famille, des associés et des autres femmes entrepreneures, chez qui elle recherche soutien et apprentissage et 3) les pourvoyeurs de services (banquiers, clients, fournisseurs) dont la relation avec l'entrepreneure est basée sur la confiance. Au niveau psychologique, nous avons constaté que la personnalité de l'entrepreneure se définit à travers trois éléments principaux : 1) sa personne (famille et antécédents), 2) ses motivations et 3) ses modèles entrepreneuriaux. Enfin au niveau management, plusieurs éléments inter reliés semblent définir l'aspect professionnel de l'entrepreneure dans sa relation avec son entreprise : les pratiques de gestion, le type d'entreprise qu'elle gère ou désire posséder, les ressources financières et matérielles dont elle dispose, les problèmes et les obstacles auxquels elle fait face, et les objectifs de succès/ performance.

L'entrepreneurship féminin : essai de conceptualisation

Introduction

Depuis la fin des années 70 et surtout dans les années 80, la recherche en entrepreneurship a connu une avalanche d'articles portant sur le rôle des femmes dans le tissu économique (statistiques) et sur leurs qualités entrepreneuriales. Les premières recherches ont clamé haut et fort et avec une forte certitude la similitude des traits de caractères entre les hommes et les femmes entrepreneures. Certaines études ont même souligné la supériorité des femmes entrepreneures surtout en matière d'instruction, d'habileté de négociation et de gestion du personnel. D'autres ont eu pour objet de dégager les démonstrations de discrimination sexuelle surtout de la part de la communauté masculine des banquiers et des financiers. Par la suite, le discours a été relativisé et est devenu moins fort surtout avec les ouvertures d'esprit et les politiques qui œuvrent contre toute forme de discrimination.

Mais revenons un peu en arrière, à l'histoire récente (20^{ième} siècle) de la femme. La Déclaration des droits de la femme à l'égalité et à la liberté est l'œuvre du 20^{ième} siècle. Revendiquant l'égalité de droits de l'Homme, les Européens ont compris que pour assurer la justice entre peuples et gouvernements et entre travailleurs et patronat, il faudrait tenir compte de la base, à savoir, les rapports de droits entre homme et femme (Motahhari, 1995). C'est ainsi que s'est écrit dans le préambule de la Déclaration des droits de l'Homme, établie par les Nations Unies en 1948 : «Vu que les peuples des Nations Unies ont reconnu les droits de l'homme, la dignité de l'être humain et l'égalité de droits entre l'homme et la femme...»

Une nouvelle ère venait de commencer pour la femme occidentale. Mais il faudra attendre 30 ans avant que les premières recherches sur la femme entrepreneure ne soient entreprises. De prime abord, nous pouvons observer que les supporters de ce courant adhèrent sans exception à l'idée que les "mâles" se sont limités à l'étude des aspects qui les intéressent en gestion et ont relégué les préoccupations féminines en dehors des frontières de l'organisation. Il a fallu des femmes pour le faire. Malgré le fait que les femmes aient dirigé des entreprises tout au long de l'histoire de l'humanité (Anderson et Zinsser, 1988), la plupart des recherches en gestion des organisations ont focalisé sur les hommes avec un "h" minuscule, (Collins et Moore, 1964; Roberts, 1968;...). C'est ainsi que Stevenson (1984) a été indignée de l'exclusion des femmes dans la recherche en entrepreneurship.

Les premières études en entrepreneurship féminin avaient pour objet de rétablir la réalité des femmes entrepreneures, leur présence dans l'économie et leur ressemblance avec leurs homologues masculins. La régionalité est également une des caractéristiques marquantes des recherches sur les femmes entrepreneures. L'étude de l'entrepreneurship féminin a commencé aux États-Unis, en Angleterre et dans les pays de l'OCDE (Canada, Grande-Bretagne, États-Unis, Suède,...). Ces pays sont d'ailleurs les zones géographiques les plus fréquemment étudiées. Tout dernièrement, l'OCDE a organisé une conférence sur les femmes entrepreneures et les PME (1997)¹. Cette conférence qui a rassemblé des entrepreneurs et des experts de 40 pays de tous les continents et aussi des leaders gouvernementaux visait à identifier les barrières que rencontrent

¹ Cette conférence a eu lieu à Paris du 16-18 avril 1997.

les entrepreneures et le rôle de ces dernières dans le développement et la croissance des PME. Les résultats ont été surprenants. En Australie, au Canada et aux États-Unis, où des statistiques sur le genre sont disponibles, les femmes créent des entreprises deux fois plus que les hommes (New Economic Realities, 1988). Concernant les aspects particuliers des femmes entrepreneures dans le monde, il s'est avéré que ces dernières tendent à établir des entreprises dans des secteurs différents de ceux des hommes (OCDE, 1997). Alors qu'en général elles sont plus présentes dans les secteurs de services; au Québec, elles sont très présentes dans le commerce de détail (Légaré, Simard et Filion, 1999).

Le rapport de l'OCDE (1997) a présenté un état documenté et chiffré de l'état de l'entrepreneurship féminin dans le monde. Les conclusions principales de ce rapport ont été :

- Dans les pays de l'OCDE, une grande majorité des affaires dirigées par des femmes sont dans le secteur des services;
- L'accès au capital est l'une des principales barrières rencontrées par les entrepreneures. Les femmes amènent moins de capital que les hommes, ce qui leur crée des problèmes de coûts et de rentabilité et certaines difficultés ou tensions dans leurs relations avec les institutions de crédit;
- Les femmes entrepreneures sont moins intéressées à faire appel à la consultation et au conseil des experts. Ceci s'explique par le fait qu'elles ne sont pas au courant de l'existence de ce genre de services et que les experts visent moins des entreprises appartenant à des femmes (du fait de leur taille et secteur).

Dans les années 90, a conclu le rapport (1997), il y a eu une tendance vers le développement de services de soutien aux femmes entrepreneures. Néanmoins, ces services prévalent surtout au niveau régional, alors que le soutien au niveau national focalise plutôt sur l'égalité des opportunités que sur l'encouragement des femmes entrepreneures (Amrhar, 1999).

Il est à souligner que dans les pays en voie de développement, les femmes entrepreneures contribuent de façon très significative à l'économie, mais ceci est peu documenté (OCDE, 1997). C'est ce que Mouren (1989) affirme dans sa revue de littérature sur l'entrepreneurship féminin dans le monde. Elle a constaté qu'en Asie et en Afrique des femmes commerçantes ont été propriétaires et opératrices de petites affaires de détail depuis longtemps. Lors de la conférence de l'OCDE (1997), il s'est avéré aussi que les femmes sont très impliquées dans l'économie et surtout dans les activités de production agricole. Ainsi, les femmes entrepreneures sont estimées être responsables de 80 % de la production alimentaire en Afrique, de 60 % en Asie et de 40 % en Amérique Latine. En outre, leur responsabilité s'étend également à la commercialisation ce qui leur permet une meilleure connaissance des marchés locaux et des tendances.

Néanmoins, il reste que peu de chercheurs se sont consacrés à des études au-delà des frontières régionales de leur pays. Par conséquent, peu de pays non occidentaux ont été étudiés (si on exclut les études locales non publiées). Parmi ces pays, nous citons le Pakistan (Shabbir et Di Gregorio, 1992), la Chine (Hisrich et Zhang, 1991) et Israël (Lerner, Brush et Hisrich, 1997). C'est d'ailleurs à travers ces trois études que nous allons voir l'étendue de la recherche en matière d'entrepreneurship féminin international et hors-OCDE.

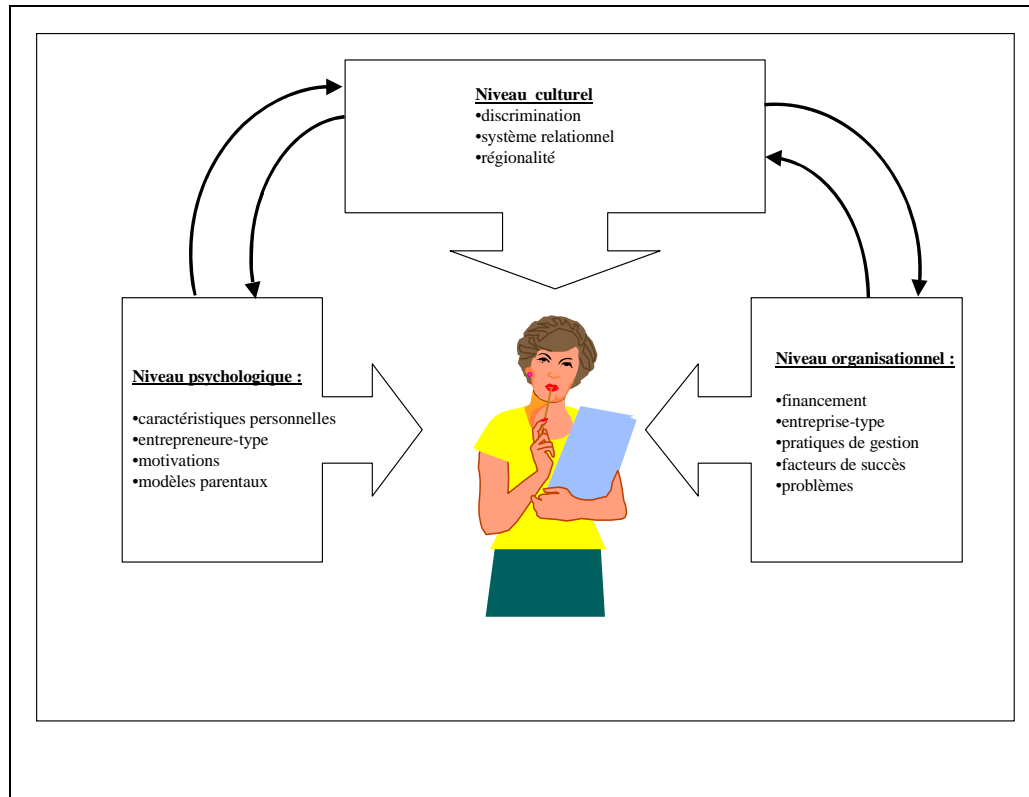
Les chercheurs en entrepreneurship féminin ont adopté plusieurs approches. Alors que certains ont opté pour une approche comparative, d'autres ont préféré étudier un ou plusieurs aspects sur les entrepreneures seulement. Les premiers se sont intéressés à dégager les différences et similitudes entre femmes entrepreneures et hommes entrepreneurs, femmes employées ou femmes tout simplement. Les derniers se sont plutôt intéressés à cerner un aspect de la vie entrepreneuriale de la femme. Plusieurs thèmes se dégagent des multiples études réalisées. Nous avons intégré les thèmes les plus intéressants à notre recherche dans cette section.

Nous adoptons dans cet article une approche disciplinaire. En effet, c'est ce qui permet de rendre compte des différents aspects d'une littérature puisque l'appartenance disciplinaire des chercheurs influence leur perception des phénomènes qu'ils observent ou étudient.

ANALYSE DISCIPLINAIRE DE LA LITTÉRATURE DE L'ENTREPRENEURSHIP FÉMININ

Tel que présenté dans le schéma 1, trois disciplines d'étude semblent avoir participé au renouveau des études en entrepreneurship féminin : la culture, la psychologie et le management. Comme nous l'avons expliqué au début, les premières études ont eu pour objet, à l'instar des courants en vogue à l'époque, de distinguer les caractéristiques psychologiques et sociologiques des femmes propriétaires d'entreprise de celles des hommes propriétaires d'entreprise. Les théories culturelles avec la question de la discrimination culturelle et de l'attitude de la société envers les femmes sont, à notre avis, l'essence même de la recherche en entrepreneurship féminin. Comme le dit si bien O'Bannon (1977) : «Les femmes sont le produit de notre culture». En effet, c'est suite à ces considérations culturelles de rébellion contre l'ordre masculin dominant que des psychologues, cette fois féminines, de l'école des traits de caractère n'ont cessé d'explorer de nouvelles frontières à l'entrepreneurship. Nous allons ainsi passer en revue les recherches principales dans la matière. Pour les besoins d'un examen critique, nous allons procéder par discipline.

Schéma 1 : Structure disciplinaire de la littérature en entrepreneurship féminin



Nous allons ainsi examiner la littérature en entrepreneurship féminin en suivant trois optiques disciplinaires : la culture, la psychologie et l'organisation. Ce cadre d'examen nous permet de cerner les trois aspects qui nous intéressent dans la littérature : l'entrepreneure et l'environnement avec l'optique culturelle, la personnalité de l'entrepreneure avec l'optique psychologique et l'entrepreneure et son organisation avec l'optique organisationnelle. Grâce à ce cadre, nous rejoignons en quelque sorte l'approche d'analyse développée par Gartner (1985). Gartner a, en effet, dégagé quatre composantes de la création des nouvelles entreprises : l'individu, l'environnement, l'organisation et le processus. La seule différence entre les deux approches, la notre et celle de Gartner, se situe dans notre intégration de deux composantes en une seule : l'organisation et le processus. Nous aborderons ainsi l'apport de la culture et ensuite celle de la psychologie pour conclure par l'apport de l'école du management.

La dimension culturelle : l'entrepreneure et l'environnement

Les considérations culturelles nous semblent à l'origine de l'émergence du domaine. Les facteurs culturels et sociaux, comme l'expliquent Starr et Yudkin (1996), maintiennent des stéréotypes qui génèrent des différences de genre quant aux rôles sociaux des hommes et des femmes. Il en résulte que les gens sont supposés s'engager dans des activités qui correspondent à leur rôle sexuel défini par la culture et sont punis s'ils violent ces rôles (Eagly et al., 1995).

Qu'il s'agisse de discrimination sur le genre, d'importance de réseaux sociaux ou de régionalité des recherches, les chercheurs essaient de répondre à des préoccupations de départ qui consistent à savoir si la féminité est un avantage ou un inconvénient dans la vie d'une entrepreneure.

Le genre et la discrimination

Plusieurs chercheuses ont focalisé leur intérêt sur la recherche des démonstrations de discrimination envers les femmes entrepreneures. Dina Lavoie (1979) a constaté que la femme entrepreneure souffre d'un bon nombre de préjugés semblables à ceux des femmes sur le marché du travail. Elle est perçue comme quelqu'un qui n'est pas capable de faire face à la concurrence, de subir les pressions politiques et de comprendre les changements économiques et sociaux, etc.

C'est ainsi que plusieurs chercheuses ont dégagé que la difficulté d'accès au crédit par la discrimination des agents était le principal problème que rencontraient les entrepreneures à l'étape de lancement (Schwartz, 1976; O'Bannon, 1977; Charbonneau, 1981; Hisrich et O'Brien, 1981; Murphy et McClung, 1981; Welsh et Young, 1983; Hisrich et Brush, 1984; Stevenson, 1984; Pellegrino et Reece, 1982; OCDE, 1997).

Les chercheurs ressortent une multitude de préjugés auxquels la femme entrepreneure fait face. Ainsi pour les fournisseurs et les clients, la femme entrepreneure manque de sérieux (Lavoie, 1979) et elle est incapable de faire face aux pressions économiques et sociales surtout dans les secteurs traditionnellement non féminins (Hisrich et O'Brien, 1981; Buttner et Rosen, 1988). Buttner et Rosen (1988) ont ajouté que, sans entrevue, une femme est défavorisée lorsqu'elle veut obtenir des crédits. L'examen du traitement des dossiers et des termes de crédits, établi par Riding et Swift (1990), leur a permis de faire le constat que les femmes ont reçu des crédits à termes moins favorables par rapport aux hommes.

Les dernières recherches sur la question de la discrimination nous semblent, néanmoins, plus optimistes et moins affirmatives. Tout récemment, les participants au Forum National des femmes entrepreneures, qui s'est tenu en Ontario (1997), ont constaté que l'octroi des crédits n'est pas en lien avec le genre. Lee-Gosselin et Grisé (1990) ont conclu que si certains banquiers, fournisseurs et clients peuvent manifester un manque de confiance vis-à-vis des affaires dirigées par des femmes, il leur en faut peu pour que la confiance soit instaurée. Stevenson (1986) soutient que les différences entre les femmes et les hommes entrepreneurs semblent ne pas être

liées au genre. Buttner et Rosen (1989), quant à eux, ont affirmé que la prise de décision n'était pas influencée par la différence sexuelle. Le fait d'être femme peut même être considéré comme un avantage, comme l'a souligné Desmarest-Lyski (1977), surtout dans les secteurs traditionnellement féminins. En effet, les officiers de crédit font même plus d'efforts envers les femmes que les hommes lors de la lecture du plan d'affaires et de l'entrevue.

En Suède, il en va autrement. Holmquist et Sundin (1988) ont cassé le mythe qui stipule que toutes les femmes sont pareilles. En effet, traitant des différences entre les hommes et les femmes entrepreneurs, elles soulignent qu'on doit éviter le piège de la différence sur la base du genre.

La discrimination est une réalité dans la vie de l'entrepreneure. Cette dernière a appris néanmoins à l'apprivoiser. Elle a acquis de l'expérience dans l'exercice de l'entrepreneuriat et a forcé les «autres» à considérer ses efforts. Nous pouvons même dire que l'entrepreneurship féminin est en voie de changer les mentalités de la société.

Une autre réalité fait partie intégrante de la vie de l'entrepreneure; c'est l'importance de son réseau relationnel.

Le système relationnel de l'entrepreneure

Le système relationnel fait partie intégrante de la vie sociale et professionnelle de l'entrepreneure. Certains chercheurs, comme Helgesen (1992), sont allés jusqu'à considérer la construction de connexions comme une habileté critique pour le succès du leadership des femmes entrepreneurs. Kent, Sexton et Vesper (1982) ont constaté que les femmes entrepreneurs voyaient leur affaire tel un système de relations interconnectées au lieu d'y voir le modèle masculin de l'unité économique séparée dans un monde social. Ceci se traduit en pratique par une femme entrepreneure centre d'un réseau de différentes relations comprenant la famille, la communauté et les affaires. C'est ce que Brush (1990) appelle "la perspective intégrée". Cette perspective implique que la femme entrepreneure intègre le nouveau système de relations de son entreprise dans sa propre vie. En effet, la réalité des femmes est plutôt caractérisée par des connexions (famille, travail et communauté) et des relations que par l'autonomie et la logique typique à l'homme (Gilligan, 1982). Ce qui signifie que les femmes entrepreneurs gèrent leur travail et leur vie familiale de façon simultanée (Helgesen, 1990). Elles ont tendance à impliquer mari et enfants dans leurs affaires.

Le système relationnel de la femme entrepreneure est également une source d'apprentissage. Wells (1998) a conclu, suite à son étude sur le développement du leadership chez les femmes entrepreneurs, que ces dernières apprennent à travers leurs relations et leurs connexions aux autres. Leurs sources d'influence sont surtout des membres de la famille, des amis ou parrains ou encore un associé. Ainsi, «women do not learn in isolation; they learn with others and from others» (Wells, 1998). Elle conclut que les femmes qui ont appris dès leur enfance à développer de fortes habiletés relationnelles peuvent être meilleures leaders que leurs homologues masculins qui ne sont pas capables de construire des relations et de maintenir leurs connexions aux autres. Certains chercheurs, comme Smeltzer et Fann (1989), ont même exploré

l'appartenance sexuelle de ces connexions et ont découvert que les femmes investissent plus de temps pour utiliser des femmes comme sources d'information. Certaines suggestions de Chaganti (1986) stipulent que les femmes entrepreneures tendent à employer plus des femmes. Wells (1998) a justement trouvé une explication à ces constats. Elle a découvert que les femmes de son étude ont fortement soutenu le partage de leur savoir avec les autres et constituent une ressource vitale et énergétique pour les autres femmes qui ont besoin d'encouragement.

Un autre aspect de ce système relationnel de l'entrepreneur est la fréquence de ce que Starr et Yudkin (1996) appellent les «couples entrepreneuriaux». Cependant, peu de chercheurs se sont intéressés à cet aspect, même si plusieurs études ont rapporté que les femmes tendent à lancer des affaires avec leurs proches, surtout leur mari (Nelton, 1986).

Si les relations pour les femmes entrepreneures peuvent être d'une grande utilité à leur vie d'affaire, elles peuvent également être sources de conflits majeurs. Certaines entrepreneures semblent ne pas avoir le soutien total de leur conjoint (Stevenson, 1986). De plus, la participation du mari et des enfants au travail de ménage est minimale (Chaganti, 1986). Ceci crée un conflit entre le besoin qu'a la femme de combiner les deux responsabilités et sa volonté de réussir dans son entreprise.

Ces conclusions semblent être une réalité régionale, puisque la plupart des recherches ont été associées à des régions particulières comme nous le verrons dans la section qui suit. Peu de chercheurs ont essayé d'explorer d'autres contextes culturels et leur influence sur l'exercice de l'activité entrepreneuriale chez les femmes.

La régionalité des recherches

La plupart des chercheurs ont focalisé leur attention sur leur propre pays et certains se sont même limités à des régions, surtout aux États-Unis (Carsud et al., 1987; Egge, 1987; Neider, 1987; Mescon et al., 1983-1984; Scott, 1986; Smith et al., 1982) et au Canada (Lavoie, 1979; Stevenson, 1984; Lee-Gosselin et Grisé, 1990). Ils ont cherché à dégager plutôt qu'à généraliser des particularités régionales. D'autres, surtout Robert Hisrich (1984, 1986, 1991, 1992, 1993) et Candida Brush (Lerner et al., 1997), ont participé à des études dans d'autres pays, soit par une approche exploratoire soit pour des besoins de comparaison. Nous allons consacrer cette section à la présentation des principaux résultats des recherches sur les pays en voie de développement.

En premier lieu, nous pouvons déjà considérer comme référence essentielle pour notre recherche les conclusions de Hisrich (1986). Celui-ci a étudié les femmes entrepreneures aux États-Unis, à Porto Rico et en Irlande. Il a constaté que la différence entre ces femmes est attribuable aux environnements économiques individuels.

Hisrich et Zhang(1991) ont exploré la réalité de l'entrepreneurship féminin en République Populaire de Chine et ont découvert que la plupart des entrepreneures de l'échantillon étaient loyales au gouvernement. Shabbir et Di Gregorio (1992) ont plutôt tenté de comprendre comment les entrepreneures au Pakistan interprétaient les facteurs structurels qui influencent le

processus de lancement d'entreprises. Le soutien familial a été ressorti comme une des clés de succès pour se lancer en affaires.

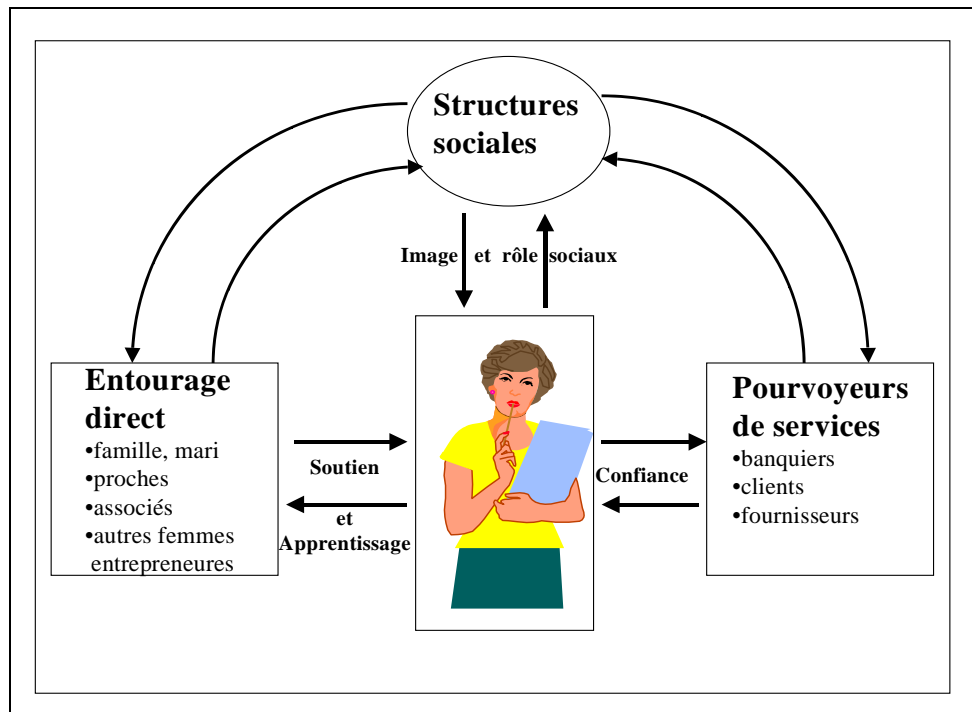
Au Moyen-Orient, Lerner, Brush et Hisrich (1997) ont exploré la vie entrepreneuriale de la femme en Israël. Ils ont affirmé que les structures sociales (travail, famille et vie sociale organisée) diffèrent entre les pays développés et les pays en "mal de développement". Ils ont néanmoins fait l'hypothèse que les théories existantes peuvent être utiles en contexte de pays en développement puisque les femmes, dans ces pays, jouent un rôle important dans la création d'entreprises et le développement économique.

L'entrepreneurship féminin israélien a ses particularités; ces chercheurs ont conclu que l'orientation famille, très forte dans la culture israélienne, explique que la femme entrepreneure israélienne type est mariée et ne devient entrepreneure qu'après que ses enfants aient grandi.

Un aperçu des principales conclusions de ces trois études que nous avons choisi d'intégrer dans cet examen de la littérature, nous permet de retenir que : **les structures sociales et économiques, liées à un emplacement géographique (pays ou région) particuliers, sont parmi les facteurs déterminants qui expliquent les différences de comportements chez les entrepreneurs.**

En guise de conclusion sur ce premier tour d'horizon, nous constatons que trois pôles définissent principalement la nature du lien de l'entrepreneure avec son environnement : les structures sociales, l'entourage direct et les pourvoyeurs de services (banquiers, clients et fournisseurs). Le schéma suivant fait la synthèse de cette conclusion :

Schéma 2 : L'entrepreneure et son environnement



Les structures sociales et économiques définissent l'image et le rôle de la femme dans la société. La femme entrepreneure, de son côté, redéfinit cette image en travaillant sur la mentalité de ses relations. La femme entrepreneure a tendance à s'entourer principalement de sa famille, surtout son mari, ses proches, ses associés et d'autres femmes entrepreneures. Ces personnes constituent une source de soutien et d'apprentissage pour elle. À son tour, elle est plus à l'écoute et aime partager son expérience. Les relations des pourvoyeurs de services avec la femme entrepreneure sont fonction de la confiance qu'elle peut insuffler par son sérieux, son dynamisme et son professionnalisme.

Les théories culturelles basées sur le problème de la discrimination ont amené les chercheurs à revendiquer la similitude et à rétablir la réalité sur les préjugés socialisés. Le courant psychologique des traits de personnalité va amener les chercheurs à dégager plus de similitudes que de différences et donc à détruire le mythe de l'être inférieur qu'aurait été la femme entrepreneure.

La dimension psychologique : La personnalité de l'entrepreneure

Les chercheurs de cette école tentent de dégager les traits de personnalité qui différencient la femme entrepreneure des hommes entrepreneurs et même des femmes en général. Plusieurs thèmes ont été abordés : les caractéristiques personnelles (traits de personnalité

et concept de soi), le profil de l'entrepreneure type, les motivations et la présence de modèles entrepreneuriaux parentaux.

Les caractéristiques personnelles

La littérature sur l'entrepreneurship en général indique que les antécédents biographiques ont une influence sur la décision de devenir entrepreneur (Mouren, 1989). Plusieurs variables sont explorées : le rang de naissance, l'éducation, l'âge, le statut ethnique et socio-économique, l'expérience professionnelle. Les chercheurs se sont intéressés, en fait, à la recherche des similitudes et des différences entre les femmes et les hommes en entrepreneurship. Schrier (1975) dans son livre «The female entrepreneur: A pilot study», entreprend la première recherche en son genre sur les entrepreneures en Amérique du Nord. Prospectant la dimension individuelle des entrepreneurs, il a constaté qu'il n'y a aucune différence significative entre femme et homme entrepreneurs. Les femmes ont même un niveau d'instruction plus élevé. Cette recherche des similitudes et différences peut s'expliquer par le besoin qu'ont les chercheurs à faire face aux stéréotypes socialisés. Eagly (1995) a, en effet, affirmé qu'un grand nombre de recherches tend à relever les attitudes de même que les stéréotypes sociaux qui touchent les femmes.

La conclusion générale à laquelle sont arrivés les chercheurs par la suite est que les femmes entrepreneures sont très similaires (Scott, 1986) et que les femmes et les hommes entrepreneurs partagent plusieurs dimensions du profil entrepreneurial classique : le besoin de réalisation, la tolérance du risque, l'autonomie, l'innovation, la persistance, l'indépendance, le lieu de contrôle et le niveau de confiance de soi (Hisrich et Brush, 1983; Chaganti, 1986; Masters et Meier, 1988; Kalleberg et Leicht, 1991). Certains chercheurs, comme Sexton et Bowman-Upton (1990), ont cependant observé d'importantes différences dans les traits de personnalité.

Les recherches sur l'image de soi de l'entrepreneure ont amené des résultats intéressants. Welsch et Young (1984) ont constaté que les femmes de leur échantillon, contrôlent bien leur propre destinée et le succès qu'elles ont connu leur a permis d'aboutir à une auto-estime au même titre que les hommes. Au niveau de l'aversion au risque, le risque exigé pour la maintenance de l'entreprise est perçu de la même façon chez les femmes que chez les hommes. Wells (1998) a néanmoins conclu que les entrepreneures de son échantillon ont développé un processus d'apprentissage très particulier. Dès leur enfance, elles ont appris à continuellement définir leur image de soi. Elles ont également développé un sens aigu de la maîtrise et de la confiance personnelle en leur capacité à dépasser l'adversité. Les expériences professionnelles et de la vie constituent, selon la même chercheuse, une source considérable d'apprentissage. Les entrepreneures de son étude ont souvent cherché l'aide de leurs proches et de relations qu'elles ont développées au cours d'un précédent travail (employés ou employeurs).

Pour l'âge, le statut social et le rang familial, la plupart des chercheurs s'entendent à dresser le portrait d'une femme jeune, mariée et qui est l'aînée de sa famille (Lavoie, 1979; Lee-Gosselin et Grisé, 1990). Holmquist et Sundin (1988) relativisent ces résultats en nous présentant les entrepreneures suédoises comme des femmes d'âge, de situation sociale et familiale variée. En Chine, les entrepreneures sont plutôt d'âge avancé (Hisrich et Zhang, 1991).

L'expérience antérieure conjuguée au niveau d'instruction constitue, en effet, une source d'apprentissage et parfois même une orientation dans la vie d'une femme entrepreneure. C'est ce que les chercheurs appellent communément le *background*.

Côté éducation, la plupart des chercheurs s'entendent pour conclure que les femmes entrepreneures sont plus éduquées que les autres femmes et qu'elles ont accédé à des niveaux d'éducation comparables à ceux des hommes entrepreneurs, même si elles ont opté pour des domaines moins techniques que les hommes. (Lee-Gosselin et Grisé, 1990; Honig-Haftel et Martin, 1986). L'inverse a été observé en Asie. Hisrich et Zhang (1991) ont constaté que les entrepreneures chinoises sont assez avancées en âge et ont eu une éducation professionnelle et technique.

Les résultats sur les expériences de travail sont divers. Hisrich et Brush (1984) ont constaté qu'avant de lancer leurs affaires, les femmes entrepreneures montrent des expériences de travail variées. Typiquement¹, elles ont travaillé dans des services de secrétariat, d'enseignement ou de vente de détail plutôt qu'à des postes de gestion scientifique ou technique (Starr et Yudkin, 1996). Lee-Gosselin et Grisé (1990) ont même remarqué que certaines entrepreneures de leur échantillon n'ont jamais travaillé avant de lancer leurs affaires.

L'entrepreneure type

Dina Lavoie (1979) a dégagé trois profils de la femme entrepreneure québécoise : l'investisseur parrainé, la jeune indépendante et la *self-made* sociale. Pour Hisrich et Brush (1983), la femme entrepreneure est typiquement l'aînée d'une famille de classe moyenne qui lance sa première affaire en services à l'âge de 35 ans après avoir obtenu un diplôme *es arts* et élevé ses enfants. Welsch et Young (1984) voient la femme entrepreneure type comme plus jeune, plus éduquée, plus intéressée à être instruite. L'entrepreneure suédoise, telle qu'étudiée par Holmquist et Sundin (1988), est caractérisée par la diversité. Entre 19 et 65 ans, elle est présente partout et dans toutes les lignes d'affaires; tous les statuts maritaux sont représentés et le nombre d'enfants varie de six enfants à aucun. C'est une femme adaptable qui n'existe pas comme une catégorie à caractères spécifiques.

Plusieurs auteurs se sont préoccupés de dégager un profil de l'entrepreneure type. Tous s'entendent sur la description d'une femme jeune, mariée avec des enfants; c'est l'aînée de sa famille, elle possède un diplôme universitaire mais veut passer plus de temps avec ses enfants. C'est cette dernière caractéristique sur la motivation du choix de la carrière entrepreneuriale qui constitue la principale différence entre hommes et femmes entrepreneurs.

¹ Ceci nous ramène aux stéréotypes déjà abordés dans la partie discrimination et genre p. 6 de ce travail.

Les motivations

Les facteurs de motivation sont un autre aspect des comparaisons entre la femme et l'homme entrepreneurs. La question, «pourquoi des femmes deviennent-elles entrepreneures?» a été l'objet de plusieurs chercheurs. Ces derniers ont pu constater que les femmes se lancent en affaires pour les mêmes raisons que les hommes : l'opportunité d'être son propre patron, la chance de gagner plus d'argent et le défi de créer une compagnie (Starr et Yudkin, 1998). C'est ce que Schwartz (1976) a exprimé comme le besoin de réalisation, le désir d'être indépendante, le besoin de satisfaction professionnelle et la nécessité économique.

Deux motivations principales font presque l'unanimité des chercheurs : le besoin de satisfaction professionnelle et la recherche de l'équilibre entre vie familiale et vie professionnelle. Les femmes choisissent généralement l'entrepreneurship pour devenir leur propre patron et pour dépasser les difficultés inhérentes au marché traditionnel de l'emploi. Plusieurs chercheurs ont dégagé le manque de promotion dans le travail salarié comme l'un des facteurs déterminants pour les femmes dans le choix d'une carrière entrepreneuriale (Cromie, 1987; Buttner et Dolly, 1997; Shabbir et Di Gregorio, 1992). En effet, l'avancement de carrière des femmes dans les grandes organisations est souvent compromis par la discrimination et les dynamiques organisationnelles (Goffee et Scase, 1983; Buttner et Dolly, 1997). Ce qui explique l'orientation entrepreneuriale de certaines femmes, membres de minorités ethniques et religieuses, qui trouvent des difficultés à progresser dans des carrières conventionnelles (Hertz, 1986; Cromie et Hayes, 1988). Par ailleurs, comparativement aux hommes, les femmes souffrent d'inégalité salariale à postes égaux et les promotions sont peu nombreuses, ce qui rend l'entrepreneurship une carrière alternative pour elles (Starr et Yudkin, 1996). Au Pakistan, les femmes expriment cela par un besoin de liberté (Shabbir et Di Gregorio, 1992). La carrière entrepreneuriale les a fascinées par la liberté de choisir le type de travail, les horaires, l'environnement et les gens avec qui travailler.

La recherche de la flexibilité dans les horaires pour créer un équilibre entre la vie familiale et la vie professionnelle a été également très documentée par les chercheurs. En effet, les femmes entrepreneures perçoivent la carrière entrepreneuriale comme plus compatible avec leurs responsabilités familiales et ménagères (Cromie, 1987; Starr et Yudkin, 1996; Buttner et Dolly, 1997).

Le rapport à l'argent a également été exploré par certains chercheurs. Cromie (1987) a observé que la femme entrepreneure est moins intéressée que l'homme par l'aspect pécuniaire. Néanmoins, le désir de faire de l'argent a été cité par plusieurs chercheurs sous plusieurs formes. Shabbir et Di Gregorio (1992) ont parlé de recherche de sécurité. En effet, au Pakistan où l'argent est un des indicateurs du statut social, les entrepreneurs associent la carrière entrepreneuriale à leur recherche de sécurité ou plus exactement de maintien ou d'amélioration de statut social (Shabbir et Di Gregorio, 1992). En Israël, Lerner et al. (1997) ont parlé de nécessité économique.

Il est également intéressant de savoir que certaines femmes peuvent être mues par des idéaux et plus spécifiquement des idéaux féministes. Starr et Yudkin (1996) ont parlé de femmes

qui croient que le monde peut être différent et que leurs affaires peuvent changer la situation des autres femmes.

Nous pouvons faire la synthèse des principaux facteurs de motivation cités par les chercheurs dans le tableau suivant :

Tableau 1 : les facteurs de motivation des femmes entrepreneures.

<ul style="list-style-type: none">• Besoin de réalisation• Besoin d'indépendance• Besoin de satisfaction• Besoin économique	<ul style="list-style-type: none">• Amélioration de statut social• Recherche d'utilité sociale• Recherche de défi• Conciliation des responsabilités sociales et familiales
--	---

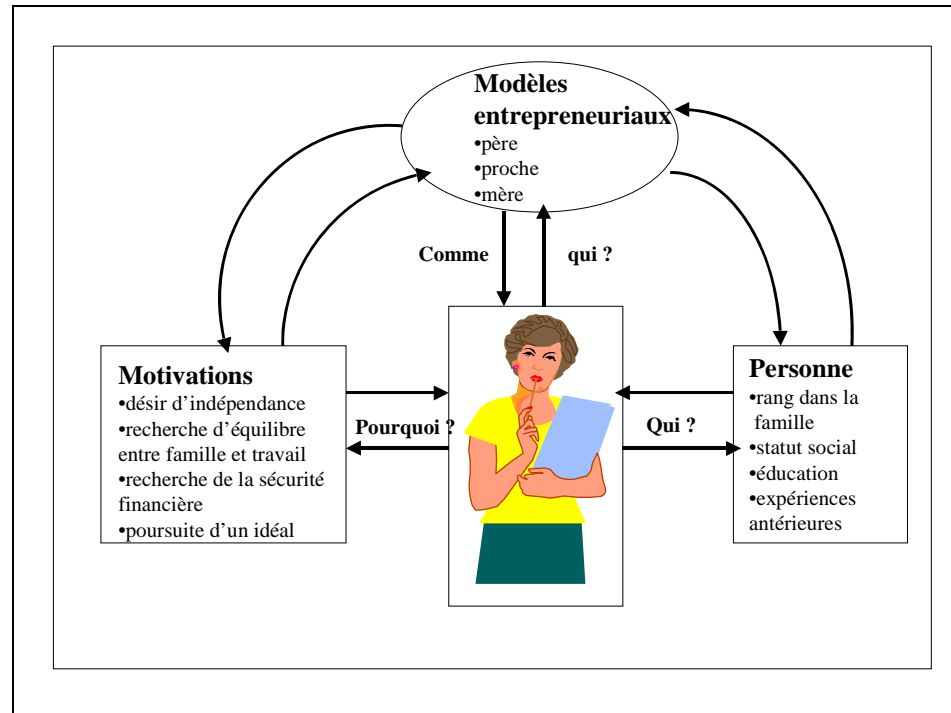
Nous pouvons conclure que la carrière entrepreneuriale chez les femmes peut être perçue comme une solution ou une alternative qui permet de rallier la femme à la vie professionnelle.

Les modèles parentaux

Nous ne pouvons parler d'entrepreneurs sans parler de leurs modèles. Les chercheurs s'accordent sur l'influence de l'existence de modèles dans le choix de la carrière entrepreneuriale (Schrier, 1975). Les femmes entrepreneures, de leur côté, ont affirmé qu'elles ont un père ou un proche en affaires. (Hisrich et Brush, 1983; Watkins et Watkins, 1983; Lee-Gosselin et Grisé, 1988; Belcourt et al., 1991). Des études récentes parlent d'un modèle féminin de mère en affaires.

En guise de conclusion, nous pouvons définir la personnalité de l'entrepreneure à partir de trois éléments principaux : sa personne, ses motivations et ses modèles. Le schéma suivant nous présente les composantes de chacun de ses éléments :

Schéma 3 : La personnalité de l'entrepreneure



Trois questions ont été posées par les chercheurs dans leur exploration de la personnalité de l'entrepreneure :

- **Qui est-elle?** : en termes de rang dans la famille, de statut social et d'état marital, de niveau d'instruction et de nature d'expériences antérieures;
- **Pourquoi a-t-elle choisi la carrière entrepreneuriale?** : quatre motivations principales semblent préciser les motivations de l'entrepreneure : le désir d'indépendance, la recherche de l'équilibre entre vie privée et vie professionnelle, la recherche de la sécurité financière et la poursuite d'un idéal;
- **A qui veut-elle ressembler?** : il s'agit de savoir si elle a un père, une mère ou un proche entrepreneur.

Les dimensions culturelle et psychologique nous ont permis de découvrir l'entrepreneure comme un individu à traits de caractères particuliers et en relation avec son contexte. Les spécialistes en management ont focalisé sur le lien entre l'entrepreneure et son entreprise.

La dimension organisationnelle : l'entrepreneure et son entreprise

Les chercheurs en théories des organisations ont abordé l'entrepreneurship féminin à travers quatre thèmes principaux : le financement du lancement de l'entreprise, les pratiques de gestion, le type d'entreprise de l'entrepreneure, les facteurs clés de succès et les obstacles.

Le financement du lancement

Avant que des recherches poussées ne soient entreprises, on pensait généralement que la plupart des affaires qui appartiennent aux femmes leur parvenaient d'un héritage de leur père ou de leur mari (Mouren, 1989). Des études ont montré que cela s'appliquait seulement à un petit nombre de femmes entrepreneures (Lavoie, 1984; Lee-Gosselin et Grisé, 1986) et que la plupart se servaient de l'épargne sur leur revenu personnel (Hisrich et Brush, 1982; Lavoie, 1984; Goffee et Scase, 1984) ou encore de l'aide de leurs amis ou parents. Néanmoins, on observe actuellement, comme lors du Forum National des femmes (1997), une ouverture d'esprit parmi les instances gouvernementales et les banques, surtout dans certains pays développés, qui encourage les femmes à se lancer en affaires.

Les pratiques de gestion

Plusieurs chercheurs se sont intéressés à l'aspect gestion chez les femmes entrepreneures. Certains ont tenté encore de faire ressortir les similitudes et les différences avec les styles de gestion masculins. Nous avons dégagé quelques thèmes principaux le plus souvent abordés par les chercheurs : le style de gestion, les habiletés, l'usage du temps, les sources d'information, la gestion financière, la gestion commerciale, le marketing et la gestion des ressources humaines.

Les femmes entrepreneures ont tendance à avoir un style autocratique de gestion. C'est la conclusion de Schwartz (1979). En effet, elle a observé que les femmes contrôlaient de près les opérations de leur entreprise. Au niveau des structures, Mescon et Stevenson (1982) et Chaganti (1986) ont observé que les femmes optaient pour la formalisation des procédures. Neider (1987), par contre, a amené un avis diff rent en affirmant que les femmes entrepreneures de Floride optaient pour des structures informelles d'organisation.

Dans son étude des habiletés de gestion des entrepreneures de Floride, Neider (1987) a constaté l'existence d'une énergie élevée et de fortes habiletés à influencer les autres.

L'usage du temps est une problématique chez les femmes entrepreneures. Longstreth et al. (1987) ont justement travaillé sur la gestion du temps qu'ils considèrent comme un défi critique. De par ses responsabilités sociales, la femme entrepreneure est tenue de remplir une double responsabilité : sa famille et son travail. Ceci explique le taux relativement élevé des femmes qui travaillent à temps partiel et la rentabilité relativement faible de leurs entreprises.

Welsh et Young (1984) se sont penchés sur les sources d'information et ont constaté que les entrepreneures ont une préférence plus marquée pour les sources écrites que leurs homologues masculins. Mais on ne peut parler de sources d'informations sans parler de la place des réseaux dans la vie professionnelle de l'entrepreneure. Smeltzer et Fann (1989) sont ainsi allés à la quête des particularités de ces réseaux d'entrepreneures. Aucune femme ne leur a mentionné son adhésion à un réseau dominé par les hommes. Néanmoins, elles avaient tendance à utiliser d'autres femmes comme sources d'information.

La gestion financière chez les entrepreneures est quelque peu particulière. Chaganti (1986) a expliqué cela en affirmant que les entrepreneures sont conservatrices en matière de pratiques financières. De plus, elles ont tendance à utiliser des fonds propres et leurs cartes de crédit pour le financement à court terme. Nous aborderons les relations des entrepreneures avec les banques et les institutions de crédit dans la section consacrée aux obstacles.

Peu d'études existent sur la gestion commerciale; il est même surprenant de constater que l'on en sait peu sur les relations des entrepreneures avec leurs clients et leurs fournisseurs (Starr et Yudkin, 1996). Néanmoins, on sait déjà que la majorité des entrepreneures ont tendance à s'impliquer dans la vente (Hisrich et Brush, 1984). Birely et al. (1987) ont plutôt observé que les entrepreneures avaient tendance à développer des produits et des services orientés vers d'autres femmes.

La gestion des ressources humaines chez les femmes entrepreneures est également un aspect peu documenté. Les quelques études que nous avons pu trouver ont conclu que les entrepreneures avaient tendance à engager des employés autodidactes pour faire face à des faiblesses en matière d'habiletés d'affaires (Chaganti, 1986). Les témoignages qu'Hisrich et Brush (1984) ont recueillis stipulaient que les entrepreneures se considéraient fortes en gestion de personnel. Ils ont aussi remarqué que ces femmes avaient tendance à opter pour des heures de travail flexibles, pour le partage des tâches et même pour le partage des profits avec les employés.

L'entreprise type

Les caractéristiques des entreprises qui appartiennent à des femmes entrepreneures est un aspect qui a été largement documenté. Qu'il s'agisse de rapports nationaux ou de recherches spécifiques, plusieurs écrits ont tenté de faire ressortir l'entreprise type. Les chercheurs ont ainsi exploré les secteurs d'activité, la forme, la taille et le nombre d'employés ainsi que les objectifs de croissance (Hisrich et O'Brien, 1981; Stevenson, 1984; Watkins et Watkins, 1984; Neider, 1987; Hisrich et Brush, 1984-1987; Lee-Gosselin et Grisé, 1990; OCDE, 1997).

Une étude du Gouvernement américain (1985) a suggéré qu'en Amérique du Nord, les femmes entrepreneures sont actives dans tous les secteurs de l'économie. Néanmoins, certains chercheurs ont pu dégager des secteurs traditionnels à la femme. Ainsi, un grand nombre de femmes entrepreneures choisissent d'être actives dans le domaine du commerce et des services (O'Bannon, 1977; Hisrich et Brush, 1984; Scott, 1986; Lee-Gosselin et Grisé, 1990). Watkins et Watkins (1984) ont expliqué que ce choix de secteurs était lié au *background* et à l'expérience passée propres à la femme entrepreneure. Pour eux, l'entrepreneure anglaise est motivée par des secteurs "féminins" où des femmes ont déjà fait la preuve de leur succès, rassurant ainsi les financiers potentiels, les clients et les fournisseurs.

Dans les pays en voie de développement, on est arrivé presque aux mêmes conclusions avec quelques nuances. Les femmes ont tendance à être actives dans les secteurs féminins (Mouren, 1989). Elles dirigent des "micro entreprises" dans le détail, achetant et vendant des biens en petites quantités (aliments, vêtements, artisanat ou bijoux). En Asie, les femmes

dominent les marchés de la Thaïlande et des Philippines, surtout les petits commerces (Tinker, 1987). En Chine, Hisrich et Zhang(1991) ont observé que les femmes choisissaient entre trois secteurs principaux : 1) la confection, 2) la teinture et le séchage de textile et 3) la production de matières premières. En Amérique latine, surtout dans les Caraïbes et l'Amérique centrale, les femmes représentent la majorité des vendeurs (Edwards, 1980).

Travaillant sur les cas d'entrepreneures qui avaient opté pour des secteurs masculins, Mescon et al. (1983-1984) ont découvert que leurs entreprises étaient hautement structurées avec des objectifs de croissance établis.

La forme des entreprises chez les entrepreneures varie; les statistiques montrent une grande proportion d'entreprises de type individuel (O'Bannon, 1977; Scott, 1986; Starr et Yudkin, 1996). Par contre, celles qui optaient pour le partnership avaient surtout tendance à choisir leur mari (Scott, 1986).

La plupart des chercheurs s'entendent pour qualifier les entreprises appartenant aux femmes d'entreprises jeunes (Hisrich et Brush,1984 et 1987; Lee-Gosselin et Grisé, 1990). En Chine, Hisrich et Zhang(1991) ont plutôt remarqué que les femmes détiennent de vieilles entreprises qu'elles ont reprises.

Lorsque les chercheurs regardent la taille de ces entreprises, ils constatent que ce sont rarement de grandes compagnies (Bowen et Hisrich, 1986). Le plus souvent, les effectifs s'élèvent à 10 personnes ou moins (O'Bannon, 1977; Hisrich et Brush, 1984, 1987).

La croissance de ces entreprises (appartenant aux femmes) est particulièrement lente, comme semblent le remarquer plusieurs chercheurs. Lee-Gosselin et Grisé (1990) ont essayé de fournir une explication. Quand ces derniers ont étudié le cas du Québec, ils ont constaté que les entrepreneures québécoises ont commencé avec très peu de capital et de personnel et ont également eu de modestes attentes pour le futur. Leur adaptation à un soutien et à des ressources de départ modestes ainsi que les exigences de leur vie familiale sont les principales raisons invoquées pour expliquer la croissance lente de leurs affaires.

Malgré toutes ces particularités organisationnelles, peut-on parler de succès pour ces entreprises?

Les facteurs de succès

Le succès des entreprises appartenant aux femmes est une dimension qui mérite une considération particulière. Peut-on appliquer les mêmes critères d'évaluation chez les hommes que chez les femmes entrepreneures? Nous sommes en présence d'une multitude de compagnies à succès qui appartiennent à des hommes, alors que celles des femmes se comptent sur le bout des doigts. Nous savons que les entreprises appartenant à des femmes ont tendance à être de très petite taille ce qui a amené certains chercheurs à les qualifier de «micro entreprises» et à traiter plutôt de survie, de croissance et de performance (Humphrey et McClung, 1981; Brush et Hisrich, 1987; Kalleberg et Leicht, 1991; Brush et Hisrich, 1991; Egge, 1987, Shabbir et Di

Gregorio, 1992; Lerner, Brush et Hisrich, 1997). En effet, on a observé, que comparativement aux hommes entrepreneurs, les femmes font rarement faillite.

Traitant des facteurs de survie, Cliff (1996) a construit une théorie éclectique dont les résultats sont les suivants :

«[...] because they don't conform to the taken-for-granted "rules of the game", female-owned firms will be perceived as less legitimate; as such, they will have more difficult time surviving in the initial phase of a population's history when the industry as a whole is struggling to establish credibility. On the other hand, because of their differences, female-owned firms will be less likely to be perceived as direct rivals by their male counterparts; as such, they will have an easier time surviving in the competitive phase of a population's history.»

Elle affirme que les cadres interprétatifs moins rigides des femmes entrepreneures leur ont permis de percevoir des opportunités que les autres manquent et par-là, elles peuvent accéder à de nouvelles niches du marché (Cliff, 1996).

Globalement, le succès des femmes entrepreneures est lié à leurs habiletés à trouver de l'information rapide et pertinente (Welsh et Young, 1984), à leurs expériences antérieures (Brush et Hisrich, 1987, 1991), à leurs habiletés de gestion et de négociation (Brush et Hisrich, 1987), à leur esprit d'innovation, à leur sens de l'organisation et de la planification (Brush et Hisrich, 1987), à leurs modèles (Egge, 1987) et à leur établissement d'un plan d'affaires (Egge, 1987). Ces éléments sont synthétisés dans le tableau 2 suivant :

Tableau 2 : Facteurs clefs de succès des entrepreneures

<ul style="list-style-type: none">• Cadres interprétatifs moins rigides;• Habiletés à trouver de l'information pertinente et rapide;• Expérience antérieure en gestion ;• Habiletés de gestion et de négociation;• Innovation et créativité;• Organisation et planification;• Image projetée de l'entreprise et du produit;• Établissement de plans d'affaires;• Modèles.	<ul style="list-style-type: none">• Appels à la consultation et au conseil des experts;• Accomplissement personnel;• Réalisation des objectifs fixés;• Parrain (ou marraine);• Niveau élevé d'éducation;• Champs d'études;• Soutien familial;• Croyance en ses propres capacités;• Affiliation à des réseaux;• Image projetée de l'entrepreneure.
---	---

Buttner et Dolly (1997) ont constaté que le succès pour les professionnelles qui avaient quitté les grandes organisations pour s'établir en affaires résidait dans leur choix d'une carrière entrepreneuriale. Elles mesuraient leur succès en terme d'accomplissement personnel et de réalisation des objectifs fixés. Brush et Hisrich (1987) ont conclu que la croissance dépendait des habiletés à organiser et à planifier ainsi que du champ d'étude des entrepreneures.

Certaines entrepreneures ont même associé leur succès à elles-mêmes. C'est le cas des entrepreneures d'Oklahoma qui ont témoigné à Humphreys et McClung (1981) qu'elles se perçoivent comme des *capitaines* de leur propre destin.

Survivre dans un environnement turbulent consiste pour les entrepreneures à dépasser plusieurs obstacles.

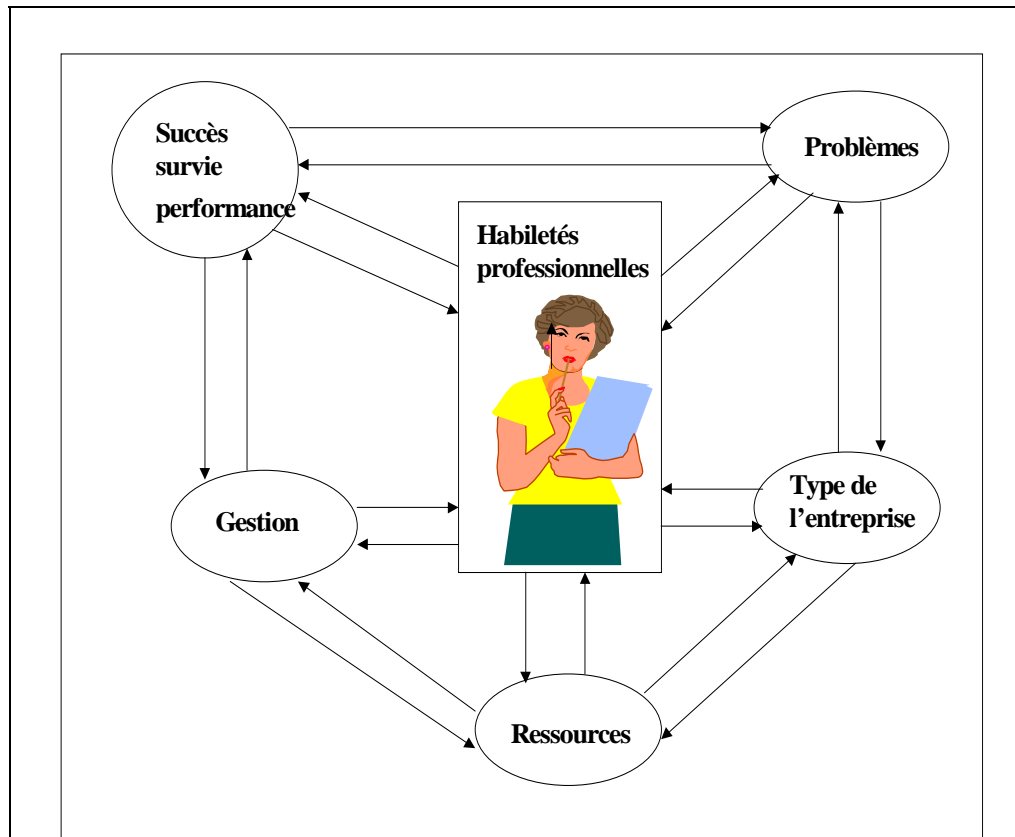
Les problèmes

Les types d'obstacles les plus fréquemment cités sont : les faiblesses en finance, marketing et en gestion (Hisrich et Brush, 1983; Pellegrino et Reece, 1982; Cuba, Decenzo et Anish, 1983; Chaganti, 1986; Lee-Gosselin et Grisé, 1990), les conflits entre vie privée et vie professionnelle par rapport au temps alloué à chaque responsabilité (Honig-Haftel et Martin, 1986; Longstreth et al. , 1987). Pellegrino et Reece (1982) ont observé que les entrepreneures avaient ainsi des difficultés à obtenir des fonds pour commencer et faire marcher leur entreprise. Elles ont également rencontré des problèmes avec la tenue des livres, la gestion financière et la publicité.

Aldrich et Fiol (1994) ont fait la synthèse de la problématique des entreprises qui appartiennent à des femmes sous la forme d'un dilemme : la tension s'établit entre le besoin de paraître similaires aux autres pour établir une légitimité et le désir d'être différentes pour garantir un avantage compétitif.

En guise de conclusion, nous pouvons constater que la dimension organisationnelle a dégagé l'aspect professionnel de la femme entrepreneure à travers l'exploration de ses pratiques et habiletés de gestion ainsi que des particularités de son entreprise. Le schéma 4 résume l'optique organisationnelle de l'entrepreneurship féminin.

Schéma 4 : L'entrepreneure et son entreprise



Quand ils ont étudié le lien de l'entrepreneure avec son entreprise, les chercheurs ont traité de plusieurs éléments inter reliés : la gestion, le type d'entreprise, les ressources, les problèmes et le succès ou la performance. Dans ce schéma, nous nous sommes contentées des principaux liens entre ces différents éléments pour en faciliter la lecture.

L'entrepreneure est ainsi évaluée en fonction des habiletés professionnelles qui conditionnent en premier lieu son choix du type d'entreprise qu'elle désire posséder et la nature des ressources financières et matérielles qu'elle a la possibilité d'y injecter. Ces mêmes habiletés lui permettent, par la suite, de développer des pratiques de gestion qui répondent à ses objectifs de performance. Au cours de ce périple, l'entrepreneure doit faire face à des obstacles et des problèmes qui peuvent émaner soit d'une mauvaise gestion, d'une insuffisance de ressources, des caractéristiques organisationnelles de l'entreprise (forme, taille ou secteur) ou encore des capacités ou connaissances professionnelles de l'entrepreneure elle-même. Le succès ou la survie peuvent à leur tour émaner d'une bonne gestion, de ressources financières et matérielles suffisantes, du type d'entreprise ou des habiletés particulières de l'entrepreneure.

Grâce à cette analyse disciplinaire, nous pouvons conclure que trois éléments semblent rendre compte de la réalité de l'entrepreneurship féminin dans la littérature en gestion. Ces

éléments sont : l'environnement, l'entreprise et l'entrepreneure elle-même. Dans la partie qui suit nous parlerons plus de ce cadre d'analyse.

L'ENTREPRENEURSHIP FEMININ : CADRE D'ANALYSE

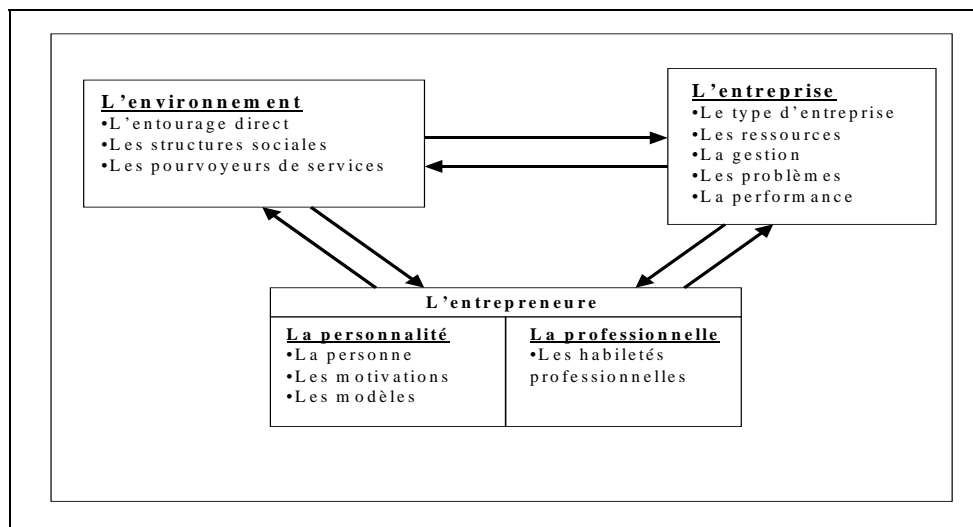
Étudier la réalité entrepreneuriale chez les femmes requiert qu'on analyse les liens entre trois éléments principaux tels que le montre le schéma 5 :

L'entrepreneure : il s'agit à ce niveau d'analyser d'une part la personnalité de la femme entrepreneure à travers ses traits de caractères, ses motivations et ses modèles entrepreneuriaux et d'autre part ses habiletés professionnelles.

L'environnement : à ce niveau, il s'agit d'identifier la composition de l'entourage direct de la femme entrepreneure, de chercher les particularités des structures sociales et économiques dans lesquelles elle évolue et la nature de ses relations avec ses pourvoyeurs de services.

L'entreprise : il s'agit ici d'identifier le type d'entreprise que la femme entrepreneure a choisi de créer, le type et la nature des ressources matérielles et financières dont elle dispose, son style de gestion, les problèmes qu'elle a encourus et ceux auxquels elle doit faire face ainsi que ses objectifs de performance. Le schéma 5 qui suit décrit le cadre d'analyse que nous avons pu dégager après une revue de la littérature sur la recherche en entrepreneurship féminin.

Schéma 5 : Cadre d'analyse de la réalité de l'entrepreneurship féminin



Conclusion

Nous avons vu que la psychologie, la culture et les théories sur les organisations sont les trois disciplines principales qui influencent la littérature sur l'entrepreneurship féminin. Au

niveau culturel, nous avons étudié les relations de l'entrepreneure avec son milieu. Nous avons constaté que la discrimination fait partie de sa vie que ce soit dans ses expériences dans le monde du travail ou encore avec son entreprise (lancement, financement,...). Pour ne pas être isolée, l'entrepreneure se dote d'un système relationnel particulier (principalement composé de sa famille, proches et autres entrepreneures) qui lui prodigue soutien et apprentissage.

Au niveau psychologique, nous avons mis l'accent sur la personne derrière l'entrepreneure. Cette dernière paraît être une femme jeune qui dispose d'un niveau de scolarité au-dessus de la moyenne et qui est surtout préoccupée par sa famille. Sa motivation de se lancer en affaires est inspirée par plusieurs facteurs et elle perçoit l'entrepreneurship comme une solution qui lui permet d'atteindre l'équilibre entre ses aspirations de femme et ses ambitions professionnelles. Elle subit également l'influence des modèles entrepreneuriaux qui se trouvent dans sa famille et chez ses proches.

Au niveau organisationnel, les habiletés professionnelles de l'entrepreneure semblent conditionner son choix du type d'entreprise, ses ressources humaines et financières, les pratiques de gestion qu'elle développe et corrige au fur et à mesure de son apprentissage ainsi que des problèmes et obstacles auxquels elle doit faire face.

Cette analyse nous a amené à établir un cadre d'analyse qui fait la synthèse des éléments déterminants que nous devons prendre en considération lors d'études sur les femmes entrepreneures; trois pôles se dégagent : l'entrepreneure (ses caractéristiques personnelles), l'environnement qui l'entoure et son entreprise (caractéristiques organisationnelles).

Ce cadre d'analyse, s'il répond aux principales préoccupations des chercheurs en entrepreneurship féminin, présente néanmoins des limites. La plus flagrante de ces limites est la régionalité des résultats à laquelle nous avons fait référence dans le paragraphe 1.3 p. 6 de cet article. En effet, la plupart des recherches ont été réalisées dans des pays développés, à quelques exceptions près. Ainsi, les préoccupations des chercheurs sont conditionnées par leur environnement et l'une des pistes de recherche est d'explorer de nouvelles dimensions de l'entrepreneurship féminin dans d'autres pays à travers le monde.

Une deuxième limitation est liée au contexte économique en évolution rapide depuis l'instauration de la mondialisation et l'essor fulgurant des nouvelles technologies et du commerce électronique. Il s'agit à ce niveau d'étudier à nouveau les femmes en affaires en prenant en considération ces nouveaux contextes qui semblent véhiculer de nouvelles valeurs culturelles.

BIBLIOGRAPHIE

- Aldrich, H. et M. Fiol. (1994). «Fools rush in? The institutional context of industry creation». *Academy of Management Review*, 19: 645-670.
- Aldrich, H. (1989). «Networking among women entrepreneurs». In O. Hagan, C. Rivchun, and D. Sexton, *Women-owned Business*, pp. 103-132. New York: Praeger.

- Aldrich, H., Reece, P. R. et Dubini, P. (1989). «Women on the verge of a breakthrough?: Networking among entrepreneurs in the US and Italy». *Entrepreneurship and Regional Development*, 1(4) : 339-356.
- Aldrich, H., et C. Zimmer. (1986). «Entrepreneurship through social networks». In D.L. Sexton and R.W. Smilor, eds. *The Art and Science of Entrepreneurship*. MA: Ballinger Publishing Co, Cambridge.
- Allen, S. et Truman, C. (1993). Women in business: perspectives on women entrepreneurs. London: Routledge Press.
- Amrhar, B. (1999). «L'entrepreneure marocaine : Perception de soi et de l'environnement, et pratiques de gestion ». Mémoire d'obtention de la M.Sc. en gestion, Ecole des Hautes Etudes Commerciales, Montréal.
- Baron, Y., et W. Bieibly. (1986). «Men and women at work: Sex segregation and statistical discrimination» . *American Journal of Sociology* 91(4):759.
- Béchar, J.P. (1996). «Comprendre le champ de l'entrepreneurship». *Cahier de recherche de la Chaire d'entrepreneurship Maclean Hunter, École des HEC*.
- Belcourt, M., Burke, R.J., et Lee-Gosselin, H. (1991). «The glass box: Women business owners in Canada: Background paper». Ottawa, Ontario: Canadian Advisory Council on the Status of Women.
- Birley, S. (1989). «Female entrepreneurs: Are they really different?». *Journal of Small Business Management*, 27(1), 32-37.
- Birley, S., C. Moss, et P. Saunders. (1987). «Do women entrepreneurs require different training?». *American Journal of Small Business* 12(1):27-35.
- Bowen, D., et R. Hisrich. (1986). «The female entrepreneur: A career development perspective». *Academy of Management Review* 11: 393-407.
- Brophy, D.J. (1989). «Financing women-owned entrepreneurial firms». In O. Hagen, C. Rivchun, and D.L. Sexton, eds. *Women-Owned Businesses*. New York: Praeger, pp. 55-75.
- Brush, C.G. (1992), «Research on Women Business Owners: Past Trends, a New Perspective and Future Directions». *Entrepreneurship Theory and Practice*, Summer: 5-30.
- Brush, C.G. et P. VanderWerf. (1992). «A comparison of methods and sources for obtaining estimates of new venture performance». *Journal of Business Venturing*, 7(2), 157-170.
- Brush, C.G., et R.D. Hisrich. (1991). «Antecedent influences on women-owned businesses». *Journal of Management Psychology* 6(2):9-16.
- Brush, C.G. (1990). «Women and enterprise creation: Barriers and opportunities». In S. Gouid et I. Parzon. (Eds.). Paris: OECD. *Enterprising women: Local initiatives for job creation*, pp. 37-58.
- Brush, C. G. et R.D. Hisrich. (1988). «Women entrepreneurs: Strategic origins impact on growth». In B.A. Kinchoff, W.A. Long. W.Ed. McMullan. K.H. Vesper et W.E. Wetzel, Jr. (Eds.), *Frontiers of entrepreneurship research*. Wellesley, MA: Babson College, pp. 612-625.
- Buttner, E.H., et B. Rosen. (1989). «Funding new business ventures: Are decision-makers biased against women entrepreneurs?». *Journal of Business Venturing*, 4(4), 249-261.
- Buttner, E.H., et B. Rosen. (1988). «Bank loan officers' perceptions of the characteristics of men, women and successful entrepreneurs». *Journal of Business Venturing*, 3(3), 249-258.
- Carsrud, A.L., et K.W. Olm. (1986). «The success of male and female entrepreneurs: A comparative analysis of the effects of multi-dimensional achievement motivation and personality traits». In R. Smilor et R. Kuhn (Eds.). *Managing take-off in fast growth firms*. New York: Praeger, pp. 147-162.

- Carsrud, A.L., C.M. Gaglio et K. Olm. (1986). «Entrepreneurs – Mentors, networks, and successful new venture development: An exploratory study». *Frontiers of Entrepreneurship Research* 1986: 229-235.
- Carsrud, A.L., K.W. Olm et G. Eddy. (1985). «Entrepreneurship: Research in quest of a paradigm». In D. L. Sexton et R. Smilor (Eds.), *The art and science of entrepreneurship*. Cambridge, MA: Ballinger, p. 367-378.
- Carter, R.B., H.E. Van Auken et M.B. Harms. (1992). «Home-Based businesses in the rural United States economy: Differences in gender and financing». *Entrepreneurship and Regional Development*, 4:245-257.
- Chaganti, R. et S. Parasuraman. (1994). «Venture performance: Gender, goals, business strategies, and management practices». 1994 Working Paper, Rider College.
- Chaganti, R. (1986). «Management in women-owned enterprises». *Journal of Small Business Management*, 24(4). 18-29.
- Charbonneau, J. (1981). «The woman entrepreneur». *American Demographics*, June, 21-23.
- Chrisman, J., A.L. Carsrud, J. DeCastro et L. Herron. (1990). «A comparison of assistance needs of male and female pre-venture entrepreneurs». *Journal of Business Venturing*, 5(4). 235-248.
- Cliff, J. (1996). «Gender and small business survival: an eclectic theoretical perspective». *ASAC* 1996, 17(11):31-41.
- Cromie, S. et S. Birley. (1992). «Networking by female business owners in Northern Ireland». *Journal of Business Venturing*, 7:237-251.
- Cromie, S., et J. Hayes. (1988). «Towards a typology of female entrepreneurs». *The Sociological Review*, 36(1), 87-113.
- Cuba, R., D. Decenzo et A. Anish. (1983). «Management practices of successful female business owners». *American Journal of Small Business*, 8(2), 40-45.
- DeCarlo, J., et P.R. Lyons. (1979). «A comparison of selected personal characteristics of minority and non-minority female entrepreneurs». *Journal of Small Business Management*, December, 22-29.
- Desmarest-Lyski, J. (1977). Women minding their own business: a pilot study of independent business and professional women and their enterprises. Michigan University Microfilm International, Ann Arbor.
- Dugan, K.W., H.R. Feeser et G.R. Plaschka. (1990). «A comparison of personality characteristics among women entrepreneurs and the general female population». In T.W. Garsombke et D.J. Garsombke (Eds.). *Proceedings of the I.J.S. Association for Small Business and Entrepreneurship*, pp. 88-94.
- Eagly, A.H., S.J. Karau et M.J. Makhijani. (1995). «Gender and the effectiveness of leaders: A meta-analysis». *Psychological Bulletin*, Washington, Jan. 1995.
- EGGE, K. (1987). «Expectations vs. reality among founders of recent start-ups». In N.C. Churchill, J.A. Hornaday, B.A. Kirchoff, O.J. Krasner, et K.H. Vesper (Eds.). *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley, MA: Babson College, pp. 322-326.
- Filion, L.J. (1991). Vision et relations : clefs de succès de l'entrepreneur. Montréal, Les Éditions de l'entrepreneur.
- Geoffe, R. et R. Scase. (1983). «Business ownership and Women's subordination: A preliminary study of female proprietors». *The Sociological Review*, 31(4) : 625-648.
- Hertz, L. (1986). *The business amazons*. London: Deutsch.
- Hisrich, R.D. et F. Zhang. (1991). «Women Entrepreneurs in the Peoples Republic of China: An Exploratory Study». *Journal of Managerial Psychology*, 6(1) : 3-12.

- Hisrich, R. (1989). «Women Entrepreneurs: Problems and Prescriptions for Success in the Future». In *Women-Owned Business*, (ed.) O. Hagan, C. Rivchum et D. Sexton. New York: Praeger Publishers.
- Hisrich, R.D. et C.G. Brush (1987), «Women Entrepreneurs: A Longitudinal Study». *Frontiers in Entrepreneurship Research*. Wellesley, MA: Babson College, (April) 187-189.
- Hisrich, R. (1984). «The women entrepreneur in the United States and Puerto Rico: A comparative study». *Leadership and Organization Development Journal*, 5(5).
- Hisrich, R.D. et C.G. Brush (1984), «The Woman Entrepreneur: Management Skills and Business Problems». *Journal of Small Business Management* (January), 30.
- Hisrich, R.D., and C.G. Brush (1983), «The Woman Entrepreneur: Implications of Family, Educational and Occupational Experience». *Frontiers in Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA: Babson College, 255-270.
- Hisrich, R.D. et M. O'Brien. (1982). «The Woman Entrepreneur as a Reflection of the Type of Business». *Proceedings Conference on Entrepreneurship*, Boston, 1982, pp. 632-665.
- Hisrich, R.D. et M. O'Brien. (1981). «The Woman Entrepreneur from a Business and Sociological Perspective». *Proceedings Conference on Entrepreneurship*, Boston, 1981, pp. 21-39.
- Holmquist, C. et S. Sundin. (1988). «Women as entrepreneurs in Sweden: Conclusion from a survey». *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley, MA: Babson College, (April) 643-653.
- Humphreys, M. et J. McClung. (1981). «Women entrepreneurs in Oklahoma». *Review of Regional Economics and Business*. 6(2): 13-20.
- Kalleberg, A. et K.T. Leicht. (1991). «Gender and organizational performance: Determinants of small business survival and success». *Academy of Management Journal*. 34(1), 136-161.
- Kaplan, E. (1988), «Women Entrepreneurs: Constructing a Framework to Examine Venture Success and Business Failures». *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley, MA: Babson College, 625-637.
- Kemp, P.R. (1988). «The marketing activities of female entrepreneurs in home-based businesses». In H.J. Lasher, E. Maliche, G. Roberts, et R. Scherer (Eds.). *Entrepreneurship: Bridging the gaps between research and practice*, pp. 57-63.
- Kent, C.A., D. Sexton. et K. Vesper. (1982). *Encyclopædia of entrepreneurship*. Prentice-Hall, N.J., Englewood Cliffs.
- Lavoie, D. (1984). «Les femmes entrepreneures dans le domaine manufacturier au Québec». Document de travail, École des HEC.
- Lavoie, D. (1979). «La femme entrepreneure : trois profils de femmes d'affaires de la région de Montréal». Document de recherche, École des HEC.
- Lee-Gosselin, H. et J. Grisé. (1990). «Are women owner-managers challenging our definitions of entrepreneurship? An in-depth survey». *Journal of Business Ethics*, 9(4,5): 423-233.
- Longstreth, M., K. Stafford, K. et T. Maudlin. (1988). «Self-employed women and their families: Time use and socio-economic characteristics». *Journal of Small Business Management*. 25(3): 30-37.
- Masters, R. et R. Meier. (1988). «Sex difference and risk-taking propensity of entrepreneurs». *Journal of Small Business Management*. 26(1): 31-35.
- Mescon. T. S., G.E. Stevens et G.S. Vozikis. (1983-1984). «Women as entrepreneurs: An empirical evaluation». *Wisconsin Small Business Forum*. 2(2): 7-17.
- Miller. J. B. (1976). *Toward a new psychology of women*. Boston: Beacon Press.

- Mills, A. (1997). «Business education as gendered discourse». *ASAC Proceedings*, 18(11):22-32.
- Mills, A. et P. Tancred. (eds.). (1992). *Gendering organizational analysis*. Newbury Park, CA: Sage.
- Moriya, F.E., B.B. Judd, et K.M. File. (1988). «Are women business owners the new breed of entrepreneurs?». In H.J. Lasher, E. Maliche, G. Roberts, et R. Scherer (Eds.), *Entrepreneurship: Bridging the gaps between research and practice*. USASBE, Monterey, CA, pp. 84-87.
- Motahhari, A. (1990). *Les droits de la femme en islam*. Publications du séminaire islamique de Paris.
- Nation's Business* (1991). Women business owners: What's really new. Apal. p. 24.
- Neider, L. (1987). «A preliminary investigation of female entrepreneurs in Florida». *Journal of Small Business Management*, 25(3): 22-29.
- Nelson, G. (1989). «Factors of friendship: Relevance of significant others to female business owners». *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(4): 7-18.
- Nelson, G. (1987). «Information needs of women entrepreneurs». *Journal of Small Business Management*. 25(1): 38-44.
- Nelton, S. (1990). «The challenge to women». *Nation's Business*, July, 16-21.
- Nelton, S. (1986). In love and in business: How entrepreneurial couples are changing the rules of business and marriage. New York: John Wiley et Sons.
- New economic realities: The rise of women entrepreneurs. (1988). A Report of the Committee on Small Business, House of Representative, Second Session, (June 28), Washington DC: U.S. Government Printing Office.
- Nieva, V.F. (1985). «Work and family linkages». In L. Larwood, A.H. Stromberg, et B.A. Gutek (Eds.). Women and work: An annual review. Beverly Hills, CA: Sage Publications. vol. 1, pp. 162-190.
- O'Bannon, D. (1977). «Women as entrepreneurs». *Executive*, 4 (1): 36-38.
- OCDE. (1997). «Women entrepreneurs in small and medium enterprises major force in innovation and job creation». *OCDE Conference Issues*.
- Olm, K., A. Carsrud et L. Alvey. (1988). «The role of networks in new venture funding of female entrepreneurs: A continuing analysis». In B.A. Kirchoff, W.A. Long, W.Ed. McMullan, K.H. Vesper et W.E. Wetzel, Jr. (Eds.). *Frontiers of entrepreneurship research*. Wellesley, MA: Babson College, pp. 658-659.
- Pellegrino, E.T., et B.L. Reece. (1982). «Perceived formative and operational problems encountered by female entrepreneurs in retail and service firms». *Journal of Small Business Management*, April, 15-24, pp. 149-173.
- Riding, A. L., et Swift, C. S. (1990). «Women business owners and terms of credit: Some empirical findings of the Canadian experience». *Journal of Business Venturing*, 5(5), 327-340.
- Schaeff, A.W. (1985). Women's reality. New York: Harper et Row.
- Scherer, R.F., L.D. Brodzinski et F. Wiebe. (1990). «Entrepreneur career selection and gender: A socialization approach». *Journal of Small Business Management*, 28(2): 3743.
- Schrier, J.W. (1975). The female entrepreneur: A pilot study. Milwaukee, WI: The Center for Venture Management.
- Schwartz, E.B. (1976). «Entrepreneurship: A new female frontier». *Journal of Contemporary Business*, Winter, 47-76.

- Scott, C.E. (1986). «Why more women are becoming entrepreneurs». *Journal of Small Business Management*, 24(4): 37-44.
- Sexton, D.L. et N. Bowman. (1990). «Female and male entrepreneurs: Psychological characteristics and their role in gender related discrimination». *Journal of Business Venturing*, 5(1): 29-36.
- Sexton, D.L. (1989). «Research on women business owners». In O. Hagan., C. Rivchun, et D. L. Sexton (Eds.), Women-owned Businesses. New York: Praeger, pp. 183-193.
- Sexton, D.L. et N. Bowman. (1986). «Validation of a personality index: Comparative psychological characteristics analysis of female entrepreneurs, managers, entrepreneurship students, and business students». *Frontiers of entrepreneurship research*. Wellesley, MA: Babson College, pp. 18-25.
- Sexton, D.L. et R.W. Smilor. (Eds.). (1986). The art and science of entrepreneurship. Cambridge, MA: Ballinger. Sexton, eds., *Women-Owned Businesses*. New York: Praeger, pp. 103-132.
- Sexton, D.L., et N. Bowman. (1984). «Entrepreneurship and education: Suggestions for increasing effectiveness». *Journal of Small Business Management*. 22(2): 18-25.
- Sexton, D.L., et C.A. Kent. (1981). «Female executives and entrepreneurs: A preliminary comparison». In K.H. Vesper (Ed.), *Frontiers of entrepreneurship research*. Wellesley, MA: Babson College, pp. 40-46.
- Smeltzer, L.R. et G.L. Fann. (1989). «Gender differences in external networks of small business owners/managers». *Journal of Small Business Management*. 27(2): 25-32.
- Smith, N.R., G. McCain et A. Warren (1982). «Women entrepreneurs really are different: a comparison of constructed ideal types of male and female entrepreneurs». *Frontiers of entrepreneurship research*. Wellesley, MA: Babson College, pp. 68-77.
- Starr, J. et M. Yudkin. (1996). «Women entrepreneurs : A review of current research». Center for Research on Women.
- Stevenson, L.A. (1986). «Against all odds: The entrepreneurship of women». *Journal of Small Business Management*. 24(4): 30-36.
- Stevenson. H., et D.E. Gumpert. (1985). «The heart of entrepreneurship». *Harvard Business Review*, March-April, 85-94.
- Stevenson, L.A. (1984). «An investigation of the entrepreneurial experience of women: Implications for small business policy in Canada». Document de recherche commandité par le Secrétariat de la petite entreprise, Wolfville.
- Watkins, D.S. et J. Watkins. (1984). «The female entrepreneur: her background and determinants of business choice, some British data». *International Small Business Journal*, 2(4): 21-31.
- Watkins, J., et D. Watkins. (1983). «The female entrepreneur: Background and determinates of business choice – Some British Data». *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA: Babson College, 271-288.
- Weber, M. (1930). The protestant ethic and the spirit of capitalism. New York, Soubner.
- Wells, S. (1998). Women entrepreneurs: Developing leadership for success. New York et London: Garland Publishing, Inc.
- Welsh, H.P. et E.C. Young. (1983). «Women at the top». *Management World*, Sept., 12(8): 32-34.