

Entrepreneuriat féminin dans les économies émergentes : quelle réalité en Afrique ?

Female entrepreneurship in emerging economies: what is the reality in Africa?

Kawtar TIJARI, (Doctorante)

*Laboratoire Performance économique et logistique (PEL)
Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales Mohammeda,
Université Hassan II de Casablanca, Maroc*

Rachid SMOUNI, (Professeur d'Enseignement Supérieur)

*Laboratoire Performance économique et logistique (PEL)
Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales Mohammeda
Université Hassan II de Casablanca, Maroc*

Adresse de correspondance :	Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales Mohammeda Route de Rabat, Bd Hassan II BP 145 CP : 20650 Université Hassan II Maroc (Mohammeda) Téléphone +212523314682
Déclaration de divulgation :	Les auteurs n'ont pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude.
Conflit d'intérêts :	Les auteurs ne signalent aucun conflit d'intérêts.
Citer cet article	TIJARI, K., & SMOUNI, R. (2023). Entrepreneuriat féminin dans les économies émergentes : quelle réalité en Afrique ?. International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics, 4(1-1), 307-321. https://doi.org/10.5281/zenodo.7633286
Licence	Cet article est publié en open Access sous licence CC BY-NC-ND

Received: January 04, 2023

Published online: February 12, 2023

Entrepreneuriat féminin dans les économies émergentes : quelle réalité en Afrique ?

Résumé

Dans les économies émergentes en général et dans les pays africains en particulier, l'entrepreneuriat féminin représente aujourd'hui un moteur important de la croissance économique. En effet, il joue un rôle de grande envergure dans la réduction du taux de chômage et de la pauvreté, mais également en matière d'égalité des sexes. Au cours des dernières années, plusieurs auteurs se sont penchés sur la question de l'entrepreneuriat féminin dans le monde, cependant, à travers nos recherches approfondies on relève qu'il existe peu d'études et travaux qui ont été menées sur la situation des femmes entrepreneurs dans les pays émergents ou en voie de développement, notamment en Afrique, tout en sachant que la dynamique des économies émergentes diffère de celle des pays développés. Ainsi, l'objectif de ce travail est de dresser un état de l'art de l'entrepreneuriat féminin dans les économies émergentes, et en particulier dans les pays africains, au cours de ces dernières années, tout en essayant d'apporter des pistes de réponse à la problématique suivante : "Quel est l'état des lieux de l'entrepreneuriat féminin en Afrique ?". Les résultats de cette étude révèlent les profils et caractéristiques des femmes entrepreneurs en Afrique, leurs principales motivations, notamment économiques, sociales et personnelles ainsi que les défis et obstacles internes et externes qu'elles rencontrent dans leur expérience. Ce travail appelle également à davantage de recherche sur ce sujet, car cela permettra de fournir plus d'informations et aidera à mieux comprendre le phénomène. Il fournit aussi les orientations de recherche futures pour étudier ce phénomène dans les économies émergentes de manière générale.

Mots clés: Entrepreneuriat; femmes; Afrique

Classification JEL: L26

Type de l'article: article théorique

Abstract

In emerging economies in general and in African countries in particular, women's entrepreneurship today represents an important engine of economic growth. Indeed, it plays a major role in reducing unemployment and poverty, but also in gender equality. In recent years, several authors have addressed the issue of female entrepreneurship in the world, however, through our extensive research we note that there are few studies and works that have been conducted on the situation of women entrepreneurs in emerging or developing countries, especially in Africa, while knowing that the dynamics of emerging economies differ from those of developed countries. Thus, the objective of this work is to draw up a state of the art of female entrepreneurship in emerging economies, and in particular in African countries, during these last years, while trying to bring some answers to the following problem: "What is the state of the art of female entrepreneurship in Africa? The results of this study reveal the profiles and characteristics of women entrepreneurs in Africa, their main motivations, notably economic, social and personal, as well as the internal and external challenges and obstacles they encounter in their experience. This work also calls for more research on this topic as it will provide more information and help to better understand the phenomenon. It also provides future research directions for studying this phenomenon in emerging economies generally.

Key words: Entrepreneurship; women; Africa

JEL classification: L26

Paper type : Theoretical Research

Introduction

Dans les économies émergentes et en voie de développement, l'entrepreneuriat féminin représente un moteur important de la croissance économique, car il joue un rôle de premier plan dans la réduction du taux de chômage et de la pauvreté ainsi que dans la réalisation de l'égalité des sexes. En effet, l'entrepreneuriat permet de créer, de penser, de combiner des ressources et de repérer une opportunité qui se transforme en une entreprise viable (Bjerke, 2007). C'est un processus qui nécessite de prendre des risques et d'avoir la volonté de réussir. Actuellement, le nombre de femmes exerçant une activité indépendante dans ces économies est en constante augmentation. Cependant, la plupart des entreprises appartenant à des femmes opèrent toujours dans des secteurs à faible valeur ajoutée. En effet, ces secteurs affichent une faible rentabilité et part de marché. De plus, il a été relevé que les entreprises commerciales appartenant à des femmes se développent à un rythme plus lent que leurs homologues masculins. Cela peut s'expliquer par le fait que les femmes entrepreneurs sont confrontées à des problèmes tels que le financement, les pratiques de gestion, les stratégies de croissance et les politiques entrepreneuriales. Selon Sara & Peter (1998), les femmes entrepreneurs peuvent rencontrer des problèmes pour obtenir des capitaux de démarrage, des garanties de crédit, des capitaux d'investissement. Au contraire, les hommes s'engagent davantage dans l'entrepreneuriat en raison d'un meilleur accès au capital. Contrairement aux hommes, on pense que les femmes sont motivées par des objectifs non économiques et passent plus de temps à poursuivre des objectifs sociaux. On pense que les femmes ont une attitude conservatrice vis-à-vis de la croissance et que leurs plans d'affaires se concentrent sur une expansion modérée.

La problématique alors à laquelle nous allons essayer d'apporter des pistes de réponse est la suivante: *“Quel est l'état des lieux de l'entrepreneuriat féminin en Afrique?”*.

Afin de répondre à cette problématique, la démarche adoptée s'étalera sur deux axes. La première section présente un cadre conceptuel et théorique de l'entrepreneuriat féminin afin de mieux l'appréhender, notamment l'impact social de l'entrepreneuriat féminin, la dimension genre et les principales définitions. La deuxième section dresse le profil des femmes entrepreneurs en Afrique à travers une présentation de leurs principales motivations entrepreneuriales et en mettant en lumière les challenges et défis auxquels elles sont confrontées dans leur parcours entrepreneurial.

1. L'entrepreneuriat féminin : quelle définition ?

Le terme "entrepreneuriat" est trop vaste pour être défini efficacement. L'entrepreneuriat est aujourd'hui un mot utilisé par presque tout le monde,

allant des hommes d'affaires aux économistes en passant par les politiciens et grands décideurs. Cela s'explique par le fait que l'entrepreneuriat est désormais considéré comme une option pour la création d'emplois et le maintien de la croissance économique. L'entrepreneuriat est présent dans tous les domaines de la vie. Ce phénomène couvre les aspects sociaux, politiques et économiques qui entourent l'environnement des entreprises. De nombreuses publications soutiennent ce point de vue, par exemple, les études d'Amit & al. (1993) expliquent que l'étude de l'entrepreneuriat s'étend à un large éventail de domaines allant de la science à l'économie, de la gestion à la psychologie. Cela suggère que l'entrepreneuriat n'est pas seulement applicable à l'environnement des affaires, mais aussi à d'autres secteurs de la société tels que la santé, l'éducation, etc.

Concernant l'entrepreneuriat féminin, il a été mis en avant dans les années 1970, lorsque les chercheurs ont commencé à penser que "l'entrepreneuriat est un phénomène sexué". Le domaine a parcouru un long chemin depuis lors. Okafor et Amalu (2012) ont classé les femmes entrepreneurs en trois catégories en fonction de leur motivation et de la raison sous-jacente de créer leur propre entreprise. La première catégorie est reconnue comme "chance", la deuxième comme "forcée" et la troisième comme "créée". La première catégorie "chance" représente les femmes entrepreneurs qui créent leur entreprise sans plan ou objectif particulier. Pour ces personnes, l'entrepreneuriat est un simple passe-temps, puisque leurs entreprises sont nées de leurs hobbies. La deuxième catégorie, "forcée", désigne les femmes entrepreneurs qui se sont lancées dans l'entrepreneuriat en raison de différentes circonstances. Elles sont le plus souvent poussées à créer leur entreprise et, dans la plupart des cas, leur motivation première est liée à certaines exigences financières particulières. Ces circonstances peuvent également inclure la famille, des problèmes financiers ou le décès du conjoint. La troisième catégorie "créée" symbolise les entrepreneures qui sont encouragées, motivées et inspirées par une motivation et une passion intérieure. Ces femmes veulent atteindre des objectifs personnels tout en gagnant de l'argent. Seule une petite proportion de femmes, c'est-à-dire un cinquième, est poussée vers l'entrepreneuriat par des facteurs d'attraction. Ces facteurs d'attraction comprennent le besoin d'accomplissement, l'envie d'être leur propre patron, le désir de poursuivre quelque chose d'unique et de précieux, vouloir être indépendantes et enfin être capables de faire mieux pour elles-mêmes et pour la société.

1.1.L'impact social de l'entrepreneuriat féminin

L'entrepreneuriat en tant que facteur social a révélé une littérature très commune liée aux réseaux et au capital social. Le capital social est un terme

d'origine reconnu par plusieurs personnes célèbres, qui a établi la conception économique et individualiste. Le capital social est bien défini comme des ressources virtuelles et tangibles qui aident à l'accomplissement des objectifs des acteurs. Une ressource précieuse est la relation constitutive des réseaux. L'activité entrepreneuriale relative à la théorie du capital social peut être trouvée dans la littérature des réseaux sociaux. Un ensemble d'acteurs est défini comme des réseaux sociaux en termes généraux comme les organisations, les individus et les liens de ces acteurs entre ces ensembles. De nombreux chercheurs mettent en lumière de nombreux thèmes des PME et de l'entrepreneuriat dans les approches institutionnelles et expliquent également les difficultés de l'entrepreneuriat dues aux problèmes d'intégration des analyses des facteurs culturels et sociaux.

1.2. Le cadre de référence de l'entrepreneuriat et la dimension genre

L'entrepreneuriat féminin est reconnu comme une méthode efficace pour construire une société entrepreneuriale en offrant des opportunités d'emploi égales basées sur les valeurs d'égalité des sexes et d'autonomisation des femmes. Il s'agit d'un outil impératif pour promouvoir le bien-être social et économique de la nation en tant que déclencheur du phénomène de l'innovation sociale. La principale force de l'entrepreneuriat féminin est de transformer la société en brisant la structure sociétale dominée par les hommes qui prévaut autour de nous. Il ne résoudra pas seulement les problèmes sociaux, mais peut également contribuer à réduire la pauvreté et à construire un pays économiquement supérieur. Le rapport du Global Entrepreneurship Monitor (GEM) sur les femmes a souligné qu'entre 2005 et 2017, environ 163 millions de femmes ont créé leur propre entreprise dans 73 économies du monde entier (nations développées et en développement) et 111 millions de femmes ont déjà créé des entreprises. Le spectre de la croissance de leurs entreprises varie de moyen à élevé en surpassant les hommes qui améliorent le niveau de vie, créent de la richesse, contribuent au bien-être de la nation et ont un impact sur les entreprises de l'économie mondiale. Les faits mentionnés ci-dessus attirent notre attention sur l'importance et l'impact de l'implication des femmes dans les activités économiques du pays, mais malheureusement la situation des femmes dans les pays émergents ou en développement est assez alarmante en raison des normes et valeurs sociétales et culturelles.

2. L'entrepreneuriat féminin dans les économies émergentes

Le processus entrepreneurial est le même pour les hommes et les femmes dans le monde entier. Cependant, dans la pratique, il existe une différence significative dans le taux de poursuite des activités entrepreneuriales par les hommes et les femmes. Ces différences sont plus répandues dans les

économies émergentes. Les sociétés de ces régions ont empêché les femmes d'être indépendantes. L'environnement commercial de ces pays n'est pas favorable aux femmes entrepreneurs dans les pays en développement. Dans une étude menée par Aidis & al. (2007), les femmes résidentes dans différents pays émergents sont confrontées à différents types d'obstacles. Divers facteurs sociaux, culturels, religieux, éducatifs et économiques favorisent de manière disproportionnée les hommes par rapport aux femmes. Tous ces obstacles empêchent les femmes de réaliser leur potentiel. Les femmes de ces pays représentent une grande partie du potentiel inexploité des femmes entrepreneurs, qui, s'il est correctement entretenu, peuvent participer au développement économique de leur pays. L'entrepreneuriat féminin est devenu un phénomène en pleine expansion. Il est observé comme une tendance émergente dans tous les pays à revenu élevé, moyen et faible. L'entrepreneuriat féminin a attiré une attention croissante ces dernières années et pour avoir créé l'importance de l'innovation dans les affaires ainsi que la croissance et le développement économique. Les rôles des femmes dans la société, sur le lieu de travail et à la maison, influencent le choix du travail indépendant. Les traits personnels tels que l'éducation, les compétences, les connaissances, l'expertise, l'expérience, l'attitude envers la prise de risque et de nombreux autres facteurs socioculturels affectent l'intensité de l'entrepreneuriat féminin.

2.1 Caractéristiques des femmes entrepreneurs dans les économies émergentes : cas de l'Afrique

La motivation de l'attitude d'un individu à l'égard d'une question est généralement propulsée par l'espoir que son effort conduira à un résultat souhaité (Vroom, 1964). En appliquant cela à l'entrepreneuriat féminin, cela suggère que le niveau avec lequel les femmes créent des entreprises dépend généralement de deux choses: à quel point elles veulent se développer et à quel point elles sont confiantes que leur effort conduira à la croissance attendue. Selon Lawan (2017), certains individus possèdent certaines caractéristiques personnelles qui favorisent l'entrepreneuriat. Ces caractéristiques jouent un rôle énorme dans la détermination de la croissance de l'entreprise (Lawan, 2017). Une femme entrepreneur typique a tendance à être le premier enfant, cela s'explique généralement par le fait que le premier enfant a une attitude différente, grandit plus vite et a un plus grand sens des responsabilités que les autres enfants. Ce phénomène illustre la capacité entrepreneuriale des premiers enfants (Bowen & al., 1986). Les femmes plus âgées, qui ont peu ou pas d'éducation, qui sont incertaines et qui n'ont pas de pouvoir financier important pour démarrer leur entreprise, préfèrent généralement une forme collective d'entreprise et traitent avec un secteur d'activité qu'elles connaissent

bien. Ce type de femme entrepreneur est généralement prudent lorsqu'il s'agit de traiter avec des organismes de financement et il est probable qu'elle crée une entreprise qui n'est pas très dynamique et qui lui procure un petit revenu. Ce type d'entrepreneure se consacre principalement à l'agriculture et la coopérative est la principale opportunité commerciale à laquelle elle peut s'identifier. Ce type d'entreprise présente un risque d'échec minimum, car elles partagent le risque personnel et la charge financière avec les autres membres du groupe.

En Éthiopie, environ 22% des femmes entrepreneurs étaient mariées, 24% étaient célibataires, 17% étaient divorcées et 26% étaient veuves (Singh & Belwal, 2007). L'étude a montré que 26% des femmes chefs d'entreprise avaient un niveau d'éducation primaire, 19 % une éducation secondaire, 23% le BAC, 14 % un diplôme universitaire et 18% étaient analphabètes. La majorité de ces femmes ont des enfants et leurs familles dépendent d'elles.

Au Nigéria, Ekpe (2011) a constaté que l'âge moyen des femmes entrepreneurs dans les micro-entreprises est d'environ 30 à 40 ans, qu'elles sont pour la plupart mariées et ont des enfants et qu'elles ont fait des études secondaires ou primaires. L'étude a également révélé qu'un nombre considérable de femmes entrepreneurs prospères appartiennent à des clubs et à des sociétés et qu'elles ont reçu une formation avant de lancer leur entreprise. Ces femmes comprennent la langue locale, ont en moyenne 3 ans d'expérience professionnelle et ont en moyenne 3 enfants. La réussite, la prévoyance et la motivation sont des facteurs importants de la réussite entrepreneuriale (Ekpe, 2011).

Au Maroc, l'Association des femmes chefs d'entreprises au Maroc (AFEM), la première instance associative marocaine qui s'intéresse de près à l'entrepreneuriat féminin, entend par "femme chef d'entreprise" (FCE) une femme occupant l'une des fonctions suivantes: président-directeur général, vice-président directeur général, président du conseil de surveillance, président ou membre du directoire, administrateur directeur général, directeur général, directeur général adjoint, gérant ou cogérant (Euromed Invest & AFEM, 2010).

L'entrepreneuriat féminin au Maroc est également entendu comme l'acte de création ou de développement des entreprises par les femmes dans le cadre de la politique de l'égalité (Zaam, 2013). Cette vision de l'entrepreneuriat féminin est stimulée par quatre logiques différentes: la recherche de l'intégration de l'entreprise dirigée par la femme au circuit économique (secteur formel ou secteur informel), le choix délibéré du statut d'entrepreneur (employeur ou indépendant), une trajectoire transmissible de l'entrepreneuriat dans le cadre familial ou encore les déterminants psychosociaux de l'initiative entrepreneuriale (la nécessité de satisfaire les besoins personnels ou familiaux,

ou la recherche de l'aboutissement d'un cursus d'éducation et de formation, ou encore un fort besoin d'accomplissement personnel).

2.2 Motivation entrepreneuriale des femmes dans les économies émergentes

Selon Ayadurai & Suhail (2005), la motivation des femmes à créer une entreprise n'est pas totalement différente de celle des hommes. Cependant, des différences ont été enregistrées au niveau des conditions liées à la création d'entreprise, notamment les rôles au sein du foyer en tant que mères, filles ou épouses et la nécessité de générer des revenus pour la famille. Les femmes entrepreneurs sont également motivées par des facteurs socio-économiques tels que le désir de travailler à leur compte, le besoin d'être leur propre patron et l'opportunité d'utiliser leurs compétences. La motivation des femmes à créer leur propre entreprise est généralement une combinaison de plusieurs facteurs et non un facteur isolé. McIntosh & Islam (2010) expliquent que les motivations psychologiques telles que "le désir de pouvoir et d'argent, la motivation d'améliorer leur communauté et le besoin de s'épanouir" peuvent conduire certaines femmes à l'entrepreneuriat.

Comme Okafor & Amalu (2010) l'ont observé à juste titre, les facteurs de motivation peuvent être classés en facteurs d'incitation et d'attraction. Cela implique que les circonstances externes et personnelles jouent un rôle énorme dans la décision des femmes entrepreneurs de créer une entreprise. L'étude explique que les facteurs positifs poussent les femmes entrepreneurs à créer leur propre entreprise, tandis que les facteurs négatifs les y obligent. Les facteurs d'incitation sont, par exemple, le chômage, le déploiement, la frustration, les mauvaises conditions de travail, l'insuffisance des revenus du ménage, la nécessité de combiner le travail et les tâches domestiques, tandis que les facteurs positifs qui poussent les femmes à créer leur entreprise sont le désir d'indépendance/de devenir leur propre patron, l'autonomie, l'augmentation des possibilités financières, l'épanouissement personnel, la flexibilité des horaires pour gérer les tâches familiales et professionnelles, et l'expérience (Okafor & Amalu, 2010 ; Ismail & al., 2012). Ces facteurs d'attraction et de répulsion peuvent être classés en motivations personnelles, économiques et sociales (Coughlin, 2002) (Voir le tableau ci-dessous).

Tableau 1: motivations des femmes entrepreneurs dans les économies émergentes

Motivations personnelles	Auteurs
-Le besoin de satisfaction professionnelle -Le désir d'atteindre un statut sociétal plus élevé -Le désir de contrôler son destin -L'épanouissement personnel -L'équilibre personnel -Le sentiment de fierté -L'estime de soi -L'indépendance et la liberté	-Parvin & al., (2012) -Coughlin (2002) -Babalola (2009)
Motivations économiques	Auteurs
-La nécessité de générer plus de revenus -L'obligation de subvenir aux besoins de base de leur famille -L'apport d'une contribution financière au sein de la famille -La création de la richesse -L'autonomie financière -L'apport d'un soutien à la famille -Les conditions financières difficiles	-Ekpe (2011) -Coughlin (2002) -Lawan (2017) -Ayadurai & Sohail (2005)
Motivations sociales	Auteurs
-Le chômage -La frustration sur le lieu de travail -La disparité entre les salaires masculins et féminins -Les conditions de travail difficiles -Les structures d'accueil inadéquates pour les enfants -Le désir de pouvoir contrôler son temps	-Coughlin (2002)

Source : Auteurs, basés sur la revue de littérature

D'après la littérature examinée, il est évident que ce qui motive les femmes entrepreneurs diffère d'une personne à l'autre. Divers facteurs sont liés à la création d'entreprises appartenant à des femmes, qui peuvent être personnelles, externes ou psychologiques. Ces facteurs contribuent au choix fait par ces entrepreneurs qui n'ont pas d'influence sur la taille, mais sur la réalisation de leurs objectifs entrepreneuriaux. De même, ces facteurs varient selon les individus, selon les pays et selon les cultures. Toutefois, il est important de préciser que des facteurs similaires peuvent exister dans différents pays.

2.3 Défis rencontrés par les femmes entrepreneurs

D'une manière générale, la création d'une entreprise comporte de nombreux obstacles et défis. Les entrepreneures rencontrent de nombreux problèmes lors de la création et du développement d'une entreprise. Plusieurs recherches menées dans les pays en développement ont permis de découvrir plusieurs problèmes auxquels les femmes entrepreneurs sont confrontées et qui entravent leurs activités et leur croissance entrepreneuriale. Parmi ces problèmes, nous citons l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée, le manque d'informations et de formations adéquates et l'accès aux ressources financières (Lawan, 2017). Ces problèmes sont examinés en détail ci-dessous.

2.3.1 Conciliation entre vie familiale et vie professionnelle

Un défi majeur pour les femmes entrepreneurs dans les pays en développement est d'essayer de concilier le travail et les rôles familiaux. Être cheffe d'entreprise et les défis qui en découlent sont déjà suffisants pour une femme, mais si l'on ajoute à cela le rôle d'épouse, de fille ou de mère, la situation devient encore plus difficile. Selon Mathew & Panchanatham (2011), tenir l'un des rôles mentionnés ci-dessus signifie que cette personne doit gérer les tâches ménagères quotidiennes. De même, les femmes entrepreneurs doivent également s'occuper d'autres activités personnelles telles que leur propre santé qu'elles négligent souvent en raison du manque de temps et de la surcharge de travail (Mathew & Panchanatham, 2011). Toutes ces situations peuvent conduire à la manifestation de nombreux problèmes liés à la vie professionnelle et, dans certains cas extrêmes, à une absence totale d'équilibre entre vie professionnelle et vie privée, compromettant ainsi la réussite de l'entreprise (Mathew & Panchanatham, 2011).

Une vie équilibrée est décrite comme une vie dans laquelle on peut avoir une expérience satisfaisante dans tous les domaines de la vie. Cependant, on observe que les femmes entrepreneurs des pays en développement ont du mal à assumer tous les rôles simultanément dans la société actuelle (Mathew & Panchanatham, 2011). Il en résulte que certaines femmes entrepreneurs s'épuisent mentalement et physiquement pour mener à bien leurs activités en raison des exigences découlant à la fois de la famille et du travail. Cela conduit souvent à l'insatisfaction, à des problèmes de santé et à une diminution générale de l'engagement dans les activités professionnelles et personnelles (Mathew & Panchanatham, 2011). Par exemple, selon Ehigie & Umoren (2013), les femmes mariées au Nigeria mettent généralement en péril leurs aspirations professionnelles pour améliorer la carrière de leur mari et s'occuper du foyer. Cela implique que les femmes quittent parfois leur entreprise ou leur emploi pour s'occuper du foyer et élever leurs enfants. Dans la plupart des cas, les femmes sont plus touchées que les pères lorsqu'elles commencent à élever

leurs enfants, ce qui pourrait influencer le comportement entrepreneurial de la mère. Selon Coughlin (2002), un défi important pour une femme entrepreneur est la difficulté de trouver un équilibre entre son entreprise naissante et sa famille.

2.3.2. Information et formation insuffisantes

L'information, l'éducation et la formation sont essentielles à la réussite entrepreneuriale. Cependant, dans les économies émergentes, de nombreuses informations font défaut et des compétences particulières ne sont pas mises en place pour aider ou promouvoir le comportement entrepreneurial, en particulier pour les femmes d'affaires. Cela suggère que leurs compétences managériales et entrepreneuriales sont insuffisantes. Cela va de pair avec le problème général d'identification des marchés idéaux et des réseaux de distribution (Vossenbergh, 2013). De leur part, Gurmeet & Belwal (2008) ont constaté que la majorité des femmes entrepreneurs africaines n'ont pas les compétences requises pour les aider à suivre l'évolution du monde des affaires, de la mondialisation et des processus technologiques en constante évolution. Ce manque d'accès au savoir-faire technologique pose un énorme défi aux femmes entrepreneurs en Éthiopie (Gurmeet & Belwal, 2008). Au Nigeria, les études de Ukonu & Ehiabhi (2011) suggèrent qu'il y a un énorme manque de compétences professionnelles et un faible niveau d'éducation chez les femmes entrepreneurs. Ce manque de compétences tend à orienter les femmes entrepreneurs vers la création d'entreprises qui n'ont généralement pas besoin des techniques modernes pour promouvoir et commercialiser leurs produits. Ce manque de formation signifie également que les entreprises commerciales détenues par les femmes entrepreneurs au Nigeria n'utilisent pas les équipements modernes tels que les technologies de gestion et d'organisation et l'utilisation de systèmes de production et de contrôle de la qualité (Ukonu & Ehiabhi, 2011).

2.3.3. Obstacles financiers

Le financement est un élément clé de toute activité entrepreneuriale. En même temps, il représente un énorme défi pour les femmes entrepreneurs, surtout dans les économies émergentes. Les femmes entrepreneurs sont confrontées au défi des ressources financières (Jamali, 2009). Selon Coughlin, (2002), l'accès au financement est un inconvénient majeur pour les femmes entrepreneurs. Plusieurs chercheurs (Jamali, 2009 ; Adesua-Lincoln, 2011) ont expliqué que dans les pays en développement et émergents, beaucoup de femmes entrepreneurs sont confrontées à d'énormes obstacles pour obtenir un capital abordable et suffisant pour lancer une nouvelle entreprise ou pour développer une entreprise existante. En conséquence, la plupart des femmes entrepreneurs préfèrent utiliser des sources de financement personnelles pour

lancer leur propre entreprise. Les sources personnelles peuvent être des économies ou des prêts d'amis proches et de membres de la famille immédiate. Richardson & al (2004) ont expliqué qu'environ 45% des entrepreneurs en Zambie ont obtenu leur financement pour le démarrage de leur entreprise à partir de leur épargne personnelle, tandis que 10% ont utilisé leur indemnité de licenciement comme capital initial pour démarrer leur entreprise. Cependant, un très faible pourcentage de femmes entrepreneurs a pu obtenir des fonds auprès d'institutions financières. En Éthiopie, les femmes entrepreneurs, en particulier celles des petites entreprises, estiment que les prêts financiers proposés par les institutions financières ne sont pas adaptés à leurs besoins, car elles utilisent une méthode de prêt collectif (Richardson & al., 2004). Adesua-Lincoln (2011) a expliqué qu'environ 80 % des femmes entrepreneurs nigérianes dépendent de leur épargne personnelle pour lancer leur entreprise, tandis que 20 % d'entre elles ont recours aux prêts de leurs amis proches et de leurs familles. Selon l'étude, aucune des femmes entrepreneurs qui ont participé à l'étude n'a eu accès à des sources financières telles que des prêts de banques ou d'autres institutions financières pour démarrer leur entreprise.

2.3.4. Réprobation de la société

Selon Coughlin (2002), pour être acceptée dans la société, une femme entrepreneur doit prouver ses capacités et sa crédibilité, rivaliser et réussir dans un environnement dominé par les hommes et surmonter le sexisme, la discrimination et les stéréotypes. En d'autres termes, la société a tendance à soutenir davantage les entrepreneurs masculins que les femmes entrepreneurs (Coughlin, 2002).

3. Conclusion

L'entrepreneuriat vient du verbe entreprendre qui désigne le processus par lequel un entrepreneur transforme une idée commerciale en une entreprise viable. Pratiqué depuis le 17^e siècle, l'entrepreneuriat est connu pour créer des emplois et stimuler le développement socio-économique. Un entrepreneur est une personne qui identifie une opportunité et organise des ressources pour exploiter cette opportunité, dans le but de réaliser un profit et d'améliorer une société. Les femmes dans les économies émergentes ont longtemps été exclues de l'entrepreneuriat, qui était considéré comme une activité masculine. Elles devaient plutôt être des partenaires et des femmes de foyer, élevant les enfants et s'attelant aux activités domestiques. L'exclusion des femmes de l'entrepreneuriat est généralement fondée sur des croyances et des coutumes culturelles. Cependant, depuis que les femmes se sont lancées dans les affaires,

elles ont apporté une contribution positive à elles-mêmes, à leur famille, à leur communauté et au pays en général. Une femme entrepreneur est une femme qui possède, contrôle et gère une entreprise. Elle partage certaines caractéristiques avec ses homologues masculins, mais elle est confrontée à des défis supplémentaires. Les femmes jouent un rôle socio-économique important, créant de nouvelles entreprises et de nouveaux emplois, améliorant la société par la croissance économique. Cependant, leurs entreprises sont en moyenne plus petites que celles des hommes, en raison des défis auxquels elles sont confrontées et qui entravent la croissance de leurs entreprises. Cette revue de la littérature a mis en évidence les principales motivations et les défis auxquels les femmes entrepreneurs peuvent être confrontées en Afrique et plus généralement dans les pays en développement.

Certes, ces dernières années, les gouvernements africains mettent en place des outils, des infrastructures et des aides aux femmes entrepreneurs, pourtant elles se plaignent du fait que très peu d'entre elles en bénéficient réellement.

Le Maroc n'est pas exclu de ces défis et challenges et a quant à lui mis en place, ces dernières années, des politiques dans ce sens afin d'accroître le nombre d'entreprises marocaines gérées par les femmes et soutenir leur autonomisation. Cependant, il reste encore du chemin à faire.

Ce travail de recherche vise donc à identifier comment le genre affecte les activités commerciales des femmes entrepreneurs dans les pays émergents, notamment le Royaume.

Références

- (1). Adesua-Lincoln, A. (2011). Assessing Nigerian Female Entrepreneur's Access to Finance for Business Start-up and Growth. *African Journal of Business Management*, 5(4), pp. 5348-5355.
- (2). Aidis & al., (2017) Female entrepreneurship in transition economies: the case of Lithuania and Ukraine
- (3). Amit, R., Glosten, L., & Muller, E. (1993). Challenges to theory development in entrepreneurship research. *Colombia: Journal of Management Studies*
- (4). Ayadurai, S. and Sohail, M.S. (2005). Profile of Women Entrepreneurs in War-torn Area: Case Study of North East Sri Lanka. *Journal Development Entrepreneurship*, 11(1), pp.2-17
- (5). Babalola, S. S. (2009). Women Entrepreneurial Innovation Behaviour: The Role of Psychological Capital. *International Journal of Business and Management*, 4(11), pp.184-192.
- (6). Bjerke, B., 2007. *Understanding Entrepreneurship*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited

- (7). Bowen, D., and Robert D. Hisrich. (1986). "The Female Entrepreneur: A Career Development Perspective." *The Academy of Management Review*, vol. 11, no. 2, pp. 393–407. JSTOR
- (8). Carter, S. and Rosa, P. (1998) The financing of male– and female–owned businesses. *Entrepreneurship and Regional Development*
- (9). Coughlin, J. (2002). *The Rise of Women Entrepreneurs*. Quorum, Westport, Connecticut.
- (10). Ekpe, I. (2011). Women Entrepreneurs and Economic Development in Nigeria: Characteristics for Success. *International Journal of Business and Social Science*, 2(1), pp. 287-291.
- (11). Euromed Invest ; AFEM. 2010: Guide d'appui au développement de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb, étude no 23, p. 9.
- (12). Global Entrepreneurship Monitor, 2015 Global Entrepreneurship Monitor (2015). 2015 Women's report.
- (13). Gurmeet, S. and Belwal, R. (2008). Entrepreneurship and SMEs in Ethiopia: Evaluating the role, prospects and problems faced by women in this emergent sector. *Gender in Management: An International Journal*, Vol. 23(2), p. 120 –136.
- (14). Ismail, H. C., Shamsudin, F. M. and Chowdhury, M. S. (2012). An Exploratory Study of Motivational Factors on Women Entrepreneurship Venturing in Malaysia, *Business and Economic Research*, ISSN 2162-4860, Vol. 2, No. 1
- (15). Jamali, D. (2009). Constraints and Opportunities Facing Women Entrepreneurs in Developing Countries, A relational Perspective, *Gender in Management: An International Journal*, 24(4), pp.232-251.
- (16). Lawan, U. (2017). Female entrepreneurship in Nigeria: An investigation (Publication No. 722722). [Doctoral dissertation, Robert Gordon University]. e-theses online service.
- (17). Mathew, R. V. and Panchanatham, N. (2011). An Exploratory Study on the WorkLife Balance of Women Entrepreneurs in South India. *Asian Academy of Management Journal*, 16(2), pp. 77–105.
- (18). Mcintosh, J. C. and Islam, S. (2010). Beyond the Veil: The Influence of Islam on Female Entrepreneurship in a Conservative Muslim Context, *International 297 Management Review*, 6(1), pp. 103-109.
- (19). Okafor, C. and Amalu, R. (2010). Entrepreneurial Motivations as Determinants of Women Entrepreneurship Challenges, *Petroleum-Gas University of Ploiesti BULLETIN*, Vol. LXII No. 2, pp. 67 – 77
- (20). Parvin, L. Rahman, M. W. and Jia, J. (2012). Determinates of Women Microentrepreneurship Development: An Empirical Investigation in Rural Bangladesh. *International Journal of Economics and Finance*, 4(5), pp. 254- 260.

- (21). Richardson, P.; Rhona, H. and Finnegan, G. (2004). The Challenges of Growing Small Businesses: Insights from Women Entrepreneurs in Africa. SEED Working Paper No. 47, Series on Women's Entrepreneurship Development and Gender Equality, WEDGE- ILO.
- (22). Singh, G. and Belwal, R. (2008). Entrepreneurship and SMEs in Ethiopia: Evaluating the role, prospects and problems faced by women in this emergent sector. *Gender in Management: An International Journal*, 23(2), pp. 120-136.
- (23). Ukonu, I. O. and Ehiabhi, T. A. (2011). Problems, Challenges and Prospects of Female Entrepreneurs in Gwagwalada, Abuja. *An International MultiDisciplinary Journal, Ethiopia*, 5(3), pp.226-246.
- (24). Vossenberg, S. (2013). Women Entrepreneurship Promotion in Developing Countries: What explains the gender gap in entrepreneurship and how to close it? Working paper No. 2013/8, Maastricht School of Business.
- (25). Vroom, V. H. (1964). *Work and motivation*. New York: Wiley.
- (26). Zaam H. 2013: *L'entrepreneuriat féminin au Maroc*, Faculté polydisciplinaire de Tétouan, Université Abdelmalek Essaidi, Tanger-Tétouan.