

Déterminants du succès entrepreneurial des femmes : Revue de littérature et développement d'un modèle conceptuel

Determinants of Women's entrepreneurial success : Literature review and conceptual model development

Khaoula ELAARAJ

Doctorante Laboratoire de Recherche en Management et Développement (LRMD), Faculté d'Economie et de Gestion, Hassan First University of Settat, Maroc

Saïd KARAM

Professeur de l'Enseignement Supérieur (PES), Laboratoire de Recherche en Management et Développement (LRMD), Faculté d'Economie et de Gestion, Hassan First University of Settat, Maroc

Kamal SADDEK

Doctorant, Laboratoire de Recherche en Management et Développement (LRMD), Faculté d'Economie et de Gestion, Hassan First University of Settat, Maroc

Correspondence address :

Faculté d'Economie et de Gestion, Hassan First University of Settat, Maroc

Cite this article :

ELAARAJ.K, KARAM.S, SADDEK.K (2026).
Déterminants du succès entrepreneurial des femmes :
revue de littérature et proposition d'un modèle
conceptuel.
International Journal of Economics and Management
Sciences, Volume 4, Issue 4 (2026), pp. 190-213

Submitted: 12/20/2025.

Accepted: 01/10/2026.

Résumé :

Cet article présente une revue de la littérature portant sur les déterminants du succès entrepreneurial des femmes. Pour ce faire, une analyse approfondie de sources académiques et d'études empiriques pertinentes a été réalisée, permettant d'établir un état de l'art structuré sur cette thématique. La revue identifie les principales théories, approches conceptuelles et résultats empiriques relatifs aux facteurs personnels, familiaux, socioculturels et institutionnels. Les résultats mettent en évidence le rôle spécifique de ces différents déterminants dans le succès des femmes entrepreneures. Les caractéristiques individuelles, notamment la motivation, la confiance en soi et la persévérance, de même que le soutien familial et les politiques publiques, constituent des leviers essentiels influençant les trajectoires entrepreneuriales féminines. Cette synthèse propose une base conceptuelle destinée à orienter les futures recherches sur cette thématique.

Mots clés : Entrepreneuriat féminin, Succès entrepreneurial, Déterminants, Maroc.

Abstract:

This article presents a literature review on the determinants of women's entrepreneurial success. To achieve the objective of our study, an in-depth analysis of academic sources and relevant empirical studies was conducted, enabling the establishment of a structured state of the art on this topic. The review identifies the main theories, conceptual approaches, and empirical findings related to personal, familial, sociocultural, and institutional factors. The results highlight the specific role of these different determinants in women's entrepreneurial success. Individual characteristics, notably motivation, self-confidence, and perseverance, as well as family support and public policies, constitute essential levers influencing women's entrepreneurial trajectories. This synthesis provides a conceptual basis intended to guide future research on this topic.

Keywords: Women entrepreneurship, Entrepreneurial success, Determinants, Morocco.

Introduction

Les contributions économiques et sociales des femmes entrepreneures sont indéniables, offrant de nouvelles perspectives, stimulant l'innovation et renforçant la résilience économique à l'échelle mondiale. Malgré ces contributions, les femmes entrepreneures continuent de faire face à des défis uniques qui influencent leur succès, allant des attentes familiales à un accès limité aux ressources financières. Ces défis s'inscrivent dans un cadre composé de caractéristiques personnelles, de pressions socioculturelles et de soutien gouvernemental. L'exploration des déterminants du succès des femmes entrepreneures met en évidence une interaction complexe entre des facteurs qui facilitent ou entravent leur progression, ce qui nécessite une compréhension holistique afin de relever ces obstacles et de mieux soutenir ce groupe clé de l'écosystème entrepreneurial (Agrawal et al., 2023; Arvind & Ranjith, 2023; Vukmirović, 2019). L'entrepreneuriat féminin suscite un intérêt croissant en tant que phénomène économique et social majeur, contribuant à la création d'emplois et apportant des solutions innovantes aux défis du monde des affaires (Ascher, 2012). Il est de plus en plus reconnu comme un élément essentiel de la croissance économique et de l'égalité entre les sexes. À cet égard, les femmes représentent environ un tiers de l'ensemble des entreprises dans le monde (Oluwakemi et al., 2023). De nombreuses femmes s'engagent dans l'entrepreneuriat afin d'atteindre l'indépendance économique et l'épanouissement professionnel, notamment dans des contextes où les opportunités d'emploi formel sont limitées (De Souza Nascimento, 2024; Oluwakemi et al., 2023). L'analyse de l'entrepreneuriat féminin permet d'éclairer divers aspects du comportement humain et des dynamiques économiques (Minniti, 2009). Dans cette perspective, l'indice de l'entrepreneuriat féminin connu sous le nom de « Female Entrepreneurship Index – FEI » a ainsi été conçu pour identifier les facteurs qui permettent aux femmes entrepreneures à fort potentiel de stimuler l'innovation et l'expansion des marchés (Terjesen & Lloyd, 2015).

L'entrepreneuriat féminin est influencé par une variété de facteurs de succès, incluant des facteurs personnels, sociaux et liés aux ressources. Parmi les facteurs personnels clés figurent la persévérance, le courage et la motivation intrinsèque, qui renforcent l'estime de soi et soutiennent les femmes dans leur parcours entrepreneurial, en particulier chez les entrepreneures musulmanes en Chine (Xin et al., 2024). Il y a aussi le leadership, la confiance en soi, l'engagement, la prise de risque, ainsi que la capacité à surmonter des obstacles tels que l'absence de garanties (Kulas, 2000). Par ailleurs, les traits de personnalité, la motivation et l'engagement jouent un rôle central, la motivation étant un prédicteur significatif du succès dans les PME dirigées par des femmes (Feng et al., 2023). Le soutien social et culturel, ainsi que les politiques publiques, contribuent également de manière décisive à la réussite des initiatives entrepreneuriales, en particulier dans des secteurs comme l'hôtellerie et le tourisme (Swart et al., 2023). Le soutien familial est régulièrement cité comme un levier essentiel (M. Chhabra, 2018; Mustapha, 2016), et l'appui gouvernemental s'avère déterminant dans le développement des projets entrepreneuriaux (M. Chhabra, 2018; Sarker & Palit, 2014). L'accès au capital financier constitue également un facteur déterminant (Kanapathipillai & Azam, 2019; Sarker & Palit, 2014). L'éducation et le capital humain favorisent de manière significative le succès (Kanapathipillai & Azam, 2019), tout comme les réseaux sociaux et les compétences interpersonnelles (Sarker & Palit, 2014). L'innovation et la créativité jouent aussi un rôle

important dans l'attraction des clients et le maintien de la compétitivité (Kanapathipillai & Azam, 2019; Mustapha, 2016). L'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle constitue un autre facteur crucial, notamment pour les femmes entrepreneures mariées (Kanapathipillai & Azam, 2019; Kulas, 2000). Les facteurs démographiques et environnementaux ont également un impact significatif sur le succès entrepreneurial, soulignant la nécessité de dispositifs d'accompagnement adaptés à la réalité des femmes dirigeantes d'entreprise (Bahadur Tiwari et al., 2023). Ainsi, une vision d'ensemble se révèle nécessaire pour comprendre et accompagner efficacement l'entrepreneuriat féminin dans toutes ses facettes. L'ensemble de ces constats met en évidence la nature multidimensionnelle de l'entrepreneuriat féminin et l'importance de mécanismes de soutien globaux pour favoriser son succès (Feng et al., 2023; Jia et al., 2023). Dans cette perspective, cette étude adopte une approche de revue de littérature narrative et conceptuelle, visant à synthétiser les principaux apports théoriques et empiriques relatifs aux déterminants du succès entrepreneurial des femmes, afin de proposer un modèle conceptuel.

I. Revue de Littérature

1. Femmes entrepreneures et succès entrepreneurial

Les femmes entrepreneures jouent un rôle de catalyseurs de changement, tant au sein de la famille que dans la société, et inspirent d'autres membres de la société à s'engager dans des activités entrepreneuriales. Elles constituent un atout pour le développement économique des pays, car elles sont impliquées dans des activités productives et contribuent à la création d'emploi (Nivetha, 2018). L'émergence des femmes entrepreneures dans une société dépend, dans une large mesure, des facteurs économiques, sociaux, religieux, culturels et psychologiques qui y prévalent. Au cours de la dernière décennie, la pression économique a poussé un nombre croissant de jeunes femmes à rechercher de nouvelles opportunités professionnelles notamment à travers l'entrepreneuriat (Nasrolahi Vosta & Reza Jalilvand, 2014).

L'entrepreneuriat est considéré comme un moyen permettant aux femmes de réaliser leurs objectifs professionnels tout en conciliant vie familiale et vie professionnelle. Une femme entrepreneure est une personne qui crée une entreprise indépendante afin de saisir une opportunité, ayant une vision claire, une orientation entrepreneuriale, une grande rigueur et, surtout, prête à prendre des risques élevés, animée par un esprit d'initiative et d'aventure (Feng et al., 2023).

L'entrepreneuriat féminin suscite une attention croissante à l'échelle mondiale (Box & Larsson Segerlind, 2018). Il est aussi considéré comme un pilier de la diversité entrepreneuriale. De plus, plusieurs facteurs sont associés au succès des femmes dans l'entrepreneuriat. Le succès est une notion intrinsèque, liée à l'augmentation des revenus financiers, à l'indépendance, au contrôle de son avenir, à l'autonomie professionnelle et aux gains en capital (Li et al., 2020; Paige & Littrell, 2002). Le succès entrepreneurial (ES) renvoie aux résultats et aux réalisations obtenus dans le cadre de l'activité entrepreneuriale. Parfois, ces réalisations peuvent se mesurer par le nombre d'employés, le volume des ventes ou encore l'augmentation du chiffre d'affaires. Les résultats des efforts déployés par les entrepreneurs sont influencés par de nombreux facteurs (Abasilim & Faloye, 2017). Dans le cas de l'entrepreneuriat féminin, ces facteurs jouent également un rôle déterminant, en contribuant à la motivation et à la performance des entreprises dirigées par des femmes.

Cependant, Dhaliwal (2000) a constaté que les femmes entrepreneures mesurent leur succès lorsqu'elles perçoivent une valeur économique, lorsqu'elles génèrent des revenus et qu'elles soutiennent leur famille. Autrement dit, le succès est atteint dès lors que l'activité entrepreneuriale permet la génération de revenus et une contribution effective au soutien économique du foyer. Ainsi, le succès entrepreneurial peut être appréhendé à la fois selon des indicateurs objectifs de performance économique et selon des dimensions subjectives liées à la satisfaction personnelle et à l'autonomie. Du point de vue économique et financier, le succès entrepreneurial se réfère ainsi au rendement des actifs, aux ventes, aux bénéfices, à la croissance de l'emploi, ainsi qu'à des réalisations non pécuniaires, telles que le développement personnel (Gupta & Mirchandani, 2018; McClelland et al., 2005).

Les femmes entrepreneures se concentrent généralement sur le pouvoir de contrôler leur destin, sur le renforcement des relations avec les clients et sur la création de valeur (Gautam et al., 2016). La participation des femmes aux activités commerciales, en particulier en tant qu'entrepreneures, connaît des progrès encourageants à l'échelle mondiale et contribue de manière significative au développement économique national depuis plus d'une décennie (Hassan et al., 2014).

2. Facteurs explicatifs du succès entrepreneurial féminin

2.1 Facteurs socioculturels et économiques

L'environnement socioculturel influence directement l'activité entrepreneuriale des femmes en mettant en avant des valeurs telles que la tolérance, la coopération mutuelle et les liens culturels, lesquels leur permettent de progresser (Anggadwita et al., 2017). Une relation entre le comportement entrepreneurial et les valeurs culturelles a été suggérée par Morris & Schindehutte (2005), ces valeurs étant considérées comme essentielles pour comprendre l'entrepreneuriat, car elles influencent le comportement des individus dans la société. La culture peut ainsi devenir une source d'innovation, de liberté personnelle, d'intuition, de créativité et de croissance, en aidant les individus à appliquer les règles et procédures tout en évitant les erreurs. Dans un contexte socioculturel, le soutien social, la culture et la religion peuvent affecter l'entrepreneuriat féminin (Ikhlas, 2023). La famille et les amis sont les principaux moteurs, le soutien social à son rôle peut conduire à des conditions environnementales positives, permettant ainsi le succès des projets entrepreneuriaux (Madichie, 2010). Baughn et al. (2006) ont souligné l'importance des facteurs socio-culturels dans l'entrepreneuriat et ont expliqué que l'acceptabilité sociale, les stéréotypes et les idéologies des rôles de genre peuvent jouer un rôle essentiel dans le développement de l'entrepreneuriat. En outre, Ayinaddis (2023) souligne que les facteurs économiques et socioculturels influencent de manière positive et significative le succès des entreprises dirigées par des femmes. Par ailleurs, Khan et al. (2021), ont étudié 181 petites entreprises détenues par des femmes, et leurs résultats montrent que les facteurs externes comme le soutien économique et socioculturel, influencent positivement le succès des femmes entrepreneures au Pakistan.

2.2 Les dynamiques familiales

Les relations et les dynamiques familiales sont essentielles pour comprendre l'entrepreneuriat féminin, car elles influencent fortement les décisions des femmes de s'engager et de poursuivre des carrières entrepreneuriales. Dewitt et al. (2023) soulignent que les dynamiques familiales et les fondements culturels jouent un rôle déterminant dans le choix des femmes de se lancer

dans l'entrepreneuriat, en façonnant à la fois le soutien et les attentes auxquels elles font face. Discua Cruz & Basco (2018) ajoutent que l'implication familiale dans divers domaines, y compris les activités liées aux affaires, impacte significativement le parcours entrepreneurial, en apportant à la fois du soutien et des contraintes. Le soutien familial joue un rôle essentiel dans le succès entrepreneurial des femmes, en renforçant la confiance en soi et la performance (Manajemen et al., 2023). De plus, ce soutien accroît les compétences entrepreneuriales (Wan et al., 2024). Par ailleurs, l'implication du conjoint apporte une stabilité ainsi qu'une aide domestique (Jaka & Mateja, 2013), Les femmes bénéficiant d'un soutien familial réussissent davantage (Rajani & Sarada, 2008), tandis que l'absence de soutien réduit leurs chances de succès (Imbaya, 2012). De plus, plusieurs recherches ont souligné l'importance du soutien familial dans le développement entrepreneurial des femmes dans différents contextes, parmi ces études, celle de Chatterjee et al.(2019), menée auprès de 437 femmes micro-entrepreneures, montre que le succès entrepreneurial des femmes en Inde est influencé positivement par le soutien familial. Plus précisément, la famille en tant que « groupe de soutien », peut offrir une aide directe, que ce soit sous forme d'encouragement moral ou de prise en charge des tâches domestiques. Ce soutien permet de soulager les contraintes auxquelles font face les femmes entrepreneures, leur offrant ainsi plus de temps et d'énergie (Wan et al., 2024). Ainsi d'après les résultats de Gupta & Mirchandani. (2018), une étude fondée sur un échantillon composé 289 PME détenues par des femmes, les facteurs personnels, tels que le soutien familial, jouent un rôle plus important que les facteurs environnementaux dans le succès entrepreneurial des femmes aux Émirats arabes unis. En outre, l'étude de Neneh (2017), menée auprès de 251 femmes entrepreneures en Afrique du Sud, montre qu'un ensemble complexe de dynamiques personnelles et familiales joue un rôle clé dans la poursuite entrepreneuriale des femmes. Les résultats de cette étude révèlent que les trois types de soutien familial examinés, à savoir le soutien émotionnel, instrumental et financier sont positivement associés à la performance des entreprises. Ces constats soulignent la nécessité pour les systèmes de soutien existants de prendre en compte les besoins et défis spécifiques des femmes entrepreneures et de fournir un environnement adapté afin de favoriser leur croissance et leur prospérité. À défaut, le potentiel des femmes entrepreneures risque de demeurer inexploité.

2.3 Le réseautage

Les réseaux sociaux jouent un rôle essentiel dans le succès entrepreneurial des femmes (Burt, 2019; Cromie & Birley, 1992), offrant des opportunités de mentorat, d'échange de connaissances et de croissance (Leskinen, 2011), ils contribuent également à la prise de décision à travers le soutien émotionnel et l'accompagnement qu'ils peuvent apporter (Cromie & Birley, 1992). Mbarek & Affes (2021) soulignent l'importance capitale des réseaux sociaux dans la croissance et le développement des entreprises, en précisant que l'impact des relations sociales varie en fonction du type de réseau. La construction de réseaux formels constitue un levier essentiel pour le succès des femmes entrepreneures, leur croissance étant conditionnée par leur accès à ces réseaux. De plus, Leskinen (2011) met en avant l'influence déterminante des interactions sociales dans le processus de mise en réseau entrepreneurial. L'échange et le dialogue avec d'autres entrepreneurs, associés aux caractéristiques personnelles et contextuelles, jouent un rôle clé dans le succès des entreprises dirigées par des femmes.

En effet, l'étude de Kyrgidou et al. (2021), menée auprès de 176 femmes exerçant une activité entrepreneuriale, a permis de conclure que le réseautage exerce un effet positif et significatif sur le succès des entreprises féminines. Ainsi, Dawa & Namatovu (2015) révèlent que, pour 540 entreprises détenues par des femmes, une relation significative existe entre l'appartenance à un réseau social et les aspirations de croissance. Faire partie d'un réseau expose les membres à des expériences de réussite, tout en facilitant le partage d'informations sur les marchés, les fournisseurs et les méthodes qu'ils peuvent adopter dans leurs propres entreprises.

Manello et al. (2020) montrent que la participation des femmes entrepreneures à des réseaux professionnels améliore significativement la performance de leurs entreprises. Cet effet est particulièrement marqué dans les réseaux où les femmes sont fortement représentées et occupent des positions de leadership, ce qui renforce l'impact positif du réseautage sur la performance entrepreneuriale. Concernant l'étude de Xie & Lv (2016), menée auprès de 316 nouvelles entreprises en Chine, cette recherche a exploré la relation entre les réseaux sociaux des femmes entrepreneures dans le secteur technologique et la performance des nouvelles entreprises. Les résultats ont révélé que les réseaux sociaux des femmes entrepreneures technologiques ont un effet positif sur la performance des nouvelles entreprises.

2.4 Les caractéristiques personnelles

Le succès des femmes entrepreneures est fortement influencé par des caractéristiques personnelles telles que les traits de personnalité, la motivation et l'engagement. Des recherches indiquent que l'auto-efficacité, la proactivité, la capacité de persuasion, la confiance en soi et le locus de contrôle sont essentiels pour naviguer dans le parcours entrepreneurial, l'auto-efficacité étant particulièrement déterminante à toutes les étapes de l'entrepreneuriat (Da Silva Carreira et al., 2015; Gerke et al., 2023; Sarwoko & Nurfarida, 2021). De plus, les traits de personnalité sont considérés comme des prérequis essentiels pour maintenir un haut niveau de motivation et d'engagement chez les entrepreneurs et favoriser le succès entrepreneurial (Chen & Lai, 2020; Feng et al., 2023). En outre, les femmes entrepreneures font preuve d'une forte détermination à atteindre leurs objectifs et à surmonter les obstacles (Martins et al., 2010). Les traits de personnalité restent centraux pour comprendre les dynamiques de l'entrepreneuriat féminin, notamment au sein des PME dirigées par des femmes (Tanzeela et al., 2024). Ils jouent un rôle crucial dans l'expansion, l'avancement et le développement des entreprises détenues par des femmes en Inde (S. Chhabra et al., 2020). Ces traits incluent l'esprit combatif, l'énergie et l'autonomie, ainsi que certains comportements sociaux (Emine Yilmaz, 2012). Des études antérieures ont identifié des caractéristiques majeures de la personnalité telles que l'équilibre, la résilience, l'autocontrôle, un fort besoin de réussite et une propension au risque (Banda & aguzman, 2018). La flexibilité, l'autonomie, la capacité à défendre ses décisions et le contrôle sont des traits de personnalité qui aident les femmes à réussir en tant qu'entrepreneures dans la région du Tamil Nadu (Banu & Baral, 2022). Ahmad & Xavier (2011) et Xavier et al. (2012) ont révélé que des compétences entrepreneuriales telles que la confiance en soi et une forte volonté constituent des caractéristiques de personnalité importantes pour la survie des entreprises.

Parmi les différents traits influençant l'entrepreneuriat féminin, le besoin d'accomplissement apparaît comme le facteur le plus critique influençant les capacités entrepreneuriales des femmes et le développement global de l'entrepreneuriat féminin dans les pays arabes

(Altarawneh, 2023). Sadi & Al-Ghazali (2010) ainsi que Yousuf Danish & Lawton Smith (2012) qui se sont intéressés à l'entrepreneuriat féminin en Arabie Saoudite, ont souligné que l'accomplissement personnel constitue un facteur motivationnel essentiel renforçant l'esprit entrepreneurial. Par conséquent, la manière dont les femmes gèrent le risque peut influencer de manière significative la performance de l'entreprise et son succès (Subedi & Gautam, 2024). Selon Khan et al. (2021), les résultats obtenus auprès de 181 petites entreprises détenues par des femmes montrent que des facteurs internes tels que la confiance en soi, la prise de risques et le besoin de réussite influencent positivement le succès des femmes entrepreneures au Pakistan.

De même, Schneider (2017), dans une étude menée en Allemagne et en Irlande auprès de 306 femmes entrepreneures propriétaires de PME, les résultats indiquent que les compétences liées aux tâches et l'auto-efficacité exercent un impact plus considérable que l'identité sur le succès des petites entreprises.

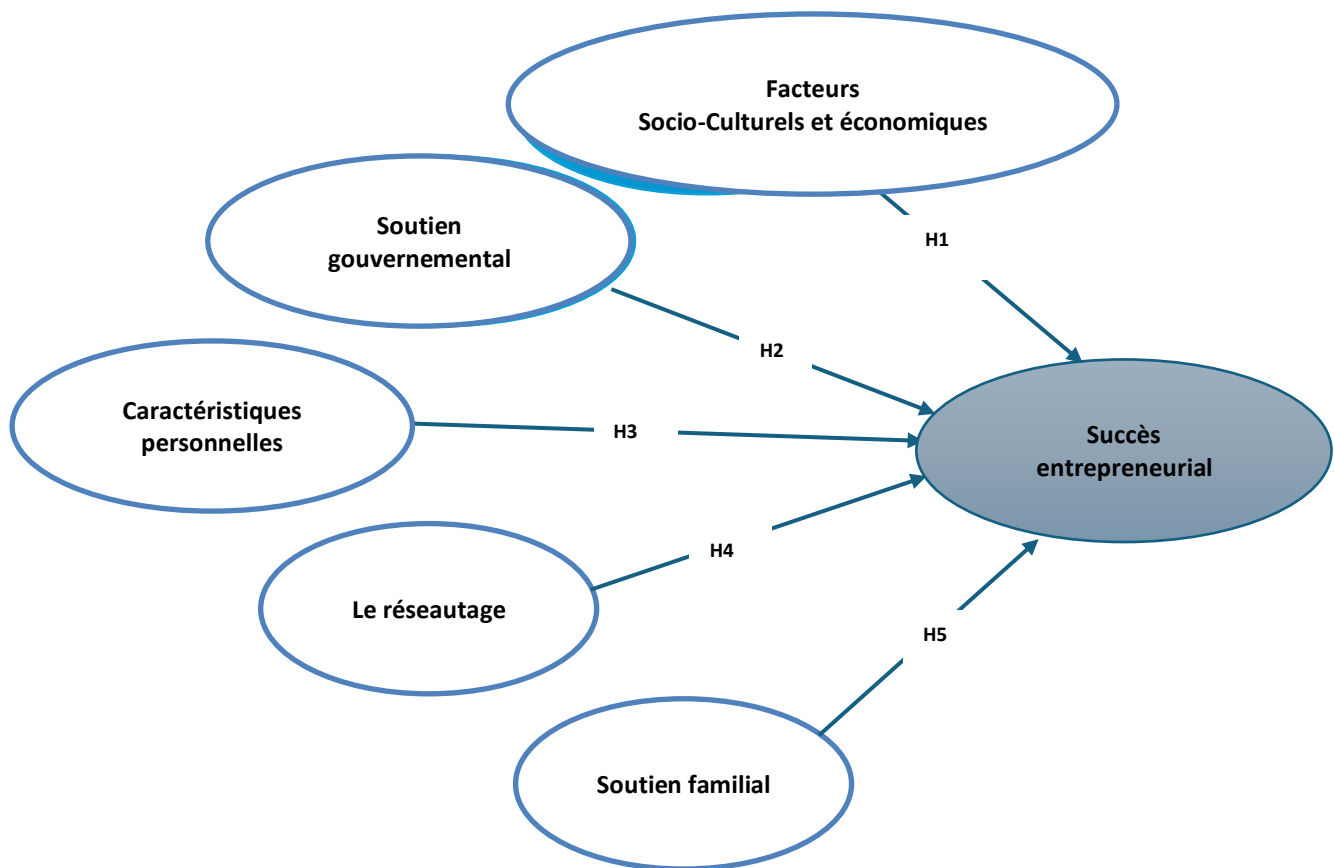
2.5 Le soutien gouvernemental

Le soutien gouvernemental joue un rôle central dans la promotion de l'entrepreneuriat féminin dans de nombreux pays, favorisant les activités entrepreneuriales et contribuant ainsi au développement économique (Mahfoud, 2024). De nombreuses études ont démontré que le soutien gouvernemental constitue un élément clé contribuant positivement au succès des femmes en affaires dans différents pays (Aidis et al., 2007; Gupta & Mirchandani, 2018; Rhazouz et al., 2024). En Afrique du Sud, le manque de sensibilisation aux programmes de soutien gouvernementaux a empêché les femmes entrepreneures de tirer profit des ressources disponibles (Drera, 2021). En revanche, Chhabra et al. (2023) ont confirmé l'impact significatif du soutien gouvernemental sur la capacité entrepreneuriale des femmes.

Selon l'étude de Khan et al. (2024), menée auprès de 313 femmes entrepreneures, il apparaît que les programmes de crédit gouvernementaux en Inde offrent un soutien crucial aux femmes entrepreneures grâce à des subventions, des concessions, une accessibilité facilitée, des prêts à modalités de remboursement souples. Ces facteurs influencent de manière significative les préférences des femmes entrepreneures à l'égard de ces programmes.

De plus, les résultats de l'étude de Commer et al. (2019), portant sur 506 femmes entrepreneures, ont montré que l'impact des facteurs politiques est significatif sur la performance entrepreneuriale des femmes. Par conséquent, ces résultats corroborent les conclusions d'autres chercheurs ayant mis en évidence que le succès des entrepreneurs, dans toute économie, dépend fondamentalement des politiques mises en place par le gouvernement pour les soutenir (Hernandez et al., 2012; Kumar & Liu, 2005; Obaji, 2014). Ces travaux confirment également l'existence d'une relation étroite entre le soutien gouvernemental et la prospérité de l'entrepreneuriat. L'ensemble de ces développements souligne la nécessité de mettre en place des interventions publiques ciblées afin d'autonomiser les femmes entrepreneures et maximiser leur contribution à la croissance économique (Haber & Reichel, 2007; Ritu Kumari & Singh, 2024). D'après les éléments issus de la revue de littérature, il apparaît que plusieurs variables clés influencent le succès entrepreneurial des femmes. Sur cette base, le modèle conceptuel présenté ci-après, vise à illustrer les relations entre ces variables. Ce modèle théorique sert à structurer les hypothèses de l'étude et à orienter l'approche méthodologique retenue pour tester ces relations.

Figure 1 : Modèle conceptuel de recherche



Source: Auteurs

Tableau 1: Synthèse des études empiriques traitant la problématique des déterminants du succès entrepreneurial des femmes

Auteur	Pays	Approche méthodologique	Unité d'analyse	Taille d'échantillon	Théorie Mobilisée	Principaux résultats	Implications pour la pratique
(Kawai et al., 2023)	Japon	Quantitative	Femmes entrepreneures	346	Théorie cognitive sociale	Les résultats montrent que les femmes entrepreneures regrettent plus souvent leur choix d'entreprendre et sont moins satisfaites de leur travail en raison du conflit travail-famille (CTF). Ces effets sont amplifiés en cas de faible soutien familial.	Oui
(Rharzouz et al., 2024)	Maroc	Quantitative	Femmes entrepreneures	212	Théorie féministe sociale	Les résultats de l'étude indiquent que le succès entrepreneurial des femmes marocaines est influencé de manière directe et significative par des facteurs internes, tels que le besoin d'accomplissement et la prise de risque, ainsi que par des facteurs externes, notamment le soutien gouvernemental, l'accès au financement et le soutien social provenant de la famille et des amis.	Oui
(Chowdhury, 2015)	Bangladesh	Quantitative	Femmes entrepreneures	185	Théorie des frontières	Le soutien familial et social améliore l'équilibre entre vie professionnelle et vie familiale, tandis que les responsabilités excessives et les soins aux dépendants le détériorent.	Oui
(Jabeen et al., 2015)	Emirats Arabes Unis	Quantitative	Femmes entrepreneures	224	-	Les objectifs personnels motivent les femmes entrepreneures émiraties, tandis que le soutien familial et des politiques adaptées renforcent leur succès entrepreneurial.	Oui
(Hossain et al., 2009)	Bangladesh	Approche mixte	Femmes entrepreneures	200	-	Les femmes entrepreneures sont motivées par l'indépendance financière, les réseaux, et leurs responsabilités familiales, mais font face à des défis à chaque étape. L'épanouissement personnel et les connaissances sont les principaux moteurs du développement entrepreneurial.	Oui

(Hisrich et al., 2006)	Ukraine	Quantitative	Femmes entrepreneurs	80	-	Le désir d'indépendance et les opportunités du marché émergent sont les principales motivations des femmes entrepreneurs, tandis que le soutien familial et amical constitue un facteur clé de leur succès.	Non
(Schröder et al., 2021)	Taiwan	Approche mixte	Femmes entrepreneurs	1098	Théories féministes libérales et sociales	Les réseaux personnels, le soutien de l'entourage et la réduction de la peur de l'échec sont essentiels au succès des entrepreneurs à Taïwan, tandis que les dimensions culturelles influencent leurs motivations et défis.	Non
(Mozumdar et al., 2019)	Bangladesh	Quantitative	Femmes entrepreneurs	300	-	L'étude montre que les réseaux dominés par des liens de cohésion (famille et amis) peuvent nuire aux performances des entrepreneurs au-delà d'un certain seuil, tandis qu'un petit nombre de ces liens reste bénéfique.	Oui
(Yousuf Danish & Lawton Smith, 2012)	Arabie Saoudite	Quantitative	Femmes entrepreneurs	33	-	L'étude montre que l'entrepreneuriat féminin progresse en Arabie saoudite. L'éducation, le soutien familial et un réseautage renforcé sont essentiels pour améliorer le succès entrepreneurial.	Oui
(Makhbul & Mohamad Hasun, 2010)	Turquie	Quantitative	Femmes entrepreneurs	304	-	L'étude montre que les femmes entrepreneurs en Turquie mobilisent leur capital social à travers des réseaux forts avec leurs proches, influencés par des facteurs socioculturels. L'âge, l'expérience professionnelle et la formation renforcent également leur succès entrepreneurial.	Non
(Bogren et al., 2013)	Norvège Suède	Quantitative	Femmes entrepreneurs	899	Théorie de l'acteur-réseau (TAR) et des réseaux	Les réseaux personnels sont perçus comme plus précieux que les réseaux professionnels, et les entrepreneurs prêtes à créer de nouveaux réseaux ont des réseaux plus diversifiés que celles qui ne le sont pas.	Oui

(Mersha & Sriram, 2019)	Ethiopie	Quantitative	Femmes entrepreneurs	157	-	Les femmes entrepreneurs en Éthiopie font face à des obstacles liés aux normes socioculturelles, au financement limité et aux écarts de compétences.	Oui
(Kuhar & Shunmugasundaram, 2024)	Inde	Quantitative	Femmes entrepreneurs	384	La théorie du succès entrepreneurial de Rauch et Frese.	Les résultats ont révélé un impact significatif des facteurs de personnalité sur la performance de l'entreprise, l'absence d'effets modérateurs des défis et la présence d'un effet de médiation de l'âge et de la localisation de l'entreprise.	Oui
(Subedi & Gautam, 2024)	Népal	Quantitative	PME féminines	384	Théorie du soutien social	L'étude a identifié des facteurs forts tels que la confiance en soi, le besoin d'accomplissement et la propension au risque. En outre, elle a révélé que les facteurs socio-culturels sont des obstacles externes au succès des femmes entrepreneurs.	Oui
(Ghouse et al., 2023)	Oman	Approche mixte	Femmes entrepreneurs rurales	183	Théorie institutionnelle	Les résultats montrent que les caractéristiques personnelles, notamment l'âge et le niveau d'éducation, ont un effet significatif sur les objectifs stratégiques, la motivation et les processus de prise de décision des entrepreneurs rurales.	Oui
(D. Gupta & Reddy, 2023)	Inde	Quantitative	Femmes entrepreneurs sociales	Non applicable (méthode de AHP)	-	Les résultats indiquent que les femmes entrepreneurs considèrent leurs compétences comme un levier clé de succès, soutenus par des politiques publiques, et privilégient leurs capacités individuelles aux réseaux relationnels..	Oui

(Nikmah et al., 2023)	Indonésie	Quantitative	Femmes entrepreneurs	235	Théorie de l'autorégulation Théorie institutionnelle	Les résultats de l'étude montrent que les femmes entrepreneurs dotées d'une forte auto-efficacité peuvent améliorer les performances de leurs entreprises, et que cette auto-efficacité peut être renforcée grâce à un soutien institutionnel ciblé.	Oui
(Feng et al., 2023)	Pakistan	Quantitative Modélisation par équations structurelles (MES)	PME détenues par des femmes	255	Théorie de l'adéquation personnalité-emploi	L'étude montre que la motivation et l'engagement sont les facteurs les plus déterminants pour le succès entrepreneurial des femmes entrepreneurs au Pakistan, suivis des traits de personnalité, de l'accès aux ressources financières et du soutien gouvernemental. La motivation agit comme un médiateur clé reliant les traits de personnalité au succès entrepreneurial.	Oui
(A. Gupta, 2023)	Inde	Quantitative	Femmes entrepreneurs (depuis deux ans)	118	-	Les résultats montrent que les traits de personnalité, tels que le locus de contrôle interne et la prise de risques, jouent un rôle clé dans la décision des femmes indiennes de devenir entrepreneurs.	Non
(Molina-López et al., 2021)	Espagne	Quantitative Modélisation par équations structurelles (MES)	Femmes entrepreneurs digitales	161	Théorie de l'apprentissage social	Les résultats montrent que la perception de l'auto-efficacité joue un rôle clé dans le succès entrepreneurial des femmes, en augmentant leur confiance et leur capacité à surmonter les obstacles.	Oui
(Alene, 2020)	Ethiopie	Quantitative	Femmes entrepreneurs	180	-	Les résultats montrent que l'accès à l'éducation, à la formation, au financement, à l'information, au soutien gouvernemental et à la propriété foncière améliore significativement les performances des femmes entrepreneurs à Gondar, en Éthiopie. À l'inverse, l'âge, le statut marital, l'accès au marché et les infrastructures physiques n'ont pas d'impact significatif.	Oui

(Yusuff et al., 2019)	Malaisie	Quantitative	Femmes micro-entrepreneures	184	Théorie cognitive sociale	Les résultats montrent que l'auto-efficacité générale a une influence positive significative sur la performance des femmes entrepreneures, en renforçant leur confiance et leur capacité à organiser et exécuter des tâches. Un niveau élevé d'auto-efficacité améliore directement leurs performances et favorise le succès entrepreneurial.	Non
(Boz & Ergeneli, 2014)	Turquie	Quantitative	Femmes entrepreneures Femmes travaillant dans le secteur public	212	-	L'étude révèle que les femmes entrepreneures se distinguent par des traits personnels comme la prise de risques, l'innovation, la responsabilité et de solides compétences en communication. Ces caractéristiques, influencées par leur environnement familial, sont essentielles à leur réussite.	Non
(Goel & Madan, 2019)	Inde	Quantitative	Femmes entrepreneurs	250	-	L'étude révèle que l'inclusion financière a un impact significatif sur l'entrepreneuriat féminin en Inde, contribuant à 50 % du succès entrepreneurial grâce à des programmes comme RSETI.	Oui
(Hendratmi & Sukmaningrum, 2018)	Indonésie	Quantitative	Femmes entrepreneurs (IWAPI)	150	-	le soutien du gouvernement n'a pas d'impact significatif sur la motivation ou le succès des femmes entrepreneures	Oui
(Basit et al., 2020)	Malaisie	Quantitative	Femmes entrepreneures propriétaires de (PME)	125	Théorie de l'interface, de la congruence et de l'alerte entrepreneuriale de Kirzner	Le soutien familial et social, l'intelligence émotionnelle et les stéréotypes de genre n'ont pas d'impact significatif sur le succès entrepreneurial des femmes, tandis que le manque de connaissances et la faible prise de risque influencent négativement et significativement leur succès.	Oui

Source : Auteurs

Conclusion

En guise de conclusion, le succès des femmes entrepreneures est façonné par un ensemble diversifié de déterminants, chacun jouant un rôle unique dans leur parcours entrepreneurial. Le soutien familial, l'accès au financement, le réseautage, les caractéristiques personnelles, les attentes socioculturelles et les politiques gouvernementales forment ensemble un écosystème influençant les résultats des activités entrepreneuriales. Par conséquent, comprendre ces déterminants permet de développer des mécanismes de soutien ciblés, adaptés aux besoins et aux défis spécifiques des femmes entrepreneures. En favorisant un environnement entrepreneurial inclusif qui soutient les femmes, les sociétés peuvent générer des avantages économiques et sociaux significatifs, positionnant ces dernières comme des contributrices essentielles au développement mondial.

Cet article analyse les déterminants du succès entrepreneurial des femmes en combinant les facteurs personnels, familiaux, socioculturels et institutionnels. Les traits individuels comme l'auto-efficacité et la résilience influencent fortement leurs trajectoires (Ayala & Manzano, 2014; Schneider, 2017), tandis que le soutien familial demeure un levier essentiel de performance (Chatterjee et al., 2019; Wan et al., 2024). Les réseaux sociaux offrent un accès privilégié à l'information et aux opportunités (Burt, 2019; Kyrgidou et al., 2021), et les politiques publiques peuvent faciliter ou freiner leur succès (M. Chhabra et al., 2023; H. Khan et al., 2024). En mettant en évidence l'importance des facteurs contextuels dans le succès entrepreneurial, cette étude propose un modèle conceptuel pour guider les futures recherches.

Bien qu'il existe un nombre considérable d'études sur l'identification des facteurs du succès entrepreneurial des femmes, ce sujet reste peu exploré dans les sociétés patriarcales (Bui et al., 2018; Shastri et al., 2021) notamment dans le contexte marocain (Rharzouz et al., 2024). D'un point de vue théorique, la présente étude contribue à une meilleure compréhension des facteurs susceptibles d'influencer le succès entrepreneurial des femmes. Notre étude s'inscrit dans la littérature existante sur l'entrepreneuriat féminin, en mettant en évidence des facteurs internes et externes qui peuvent jouer un rôle dans le succès entrepreneurial.

Au Maroc, la participation des femmes à l'activité entrepreneuriale demeure relativement limitée, bien que des progrès aient été enregistrés ces dernières années. Selon l'Observatoire Marocain de la TPME, les femmes dirigent environ 16,2 % des entreprises (OMTPME, 2021). Par ailleurs, 25,5 % des autoentrepreneurs actifs sont des femmes, ce qui indique une présence significative des femmes dans l'auto-entrepreneuriat. Elles sont particulièrement actives dans des secteurs tels que le commerce (31 %), les services (37 %) et l'industrie (22 %).

Le soutien à l'entrepreneuriat féminin ne peut pas se limiter à des politiques générales. Il apparaît nécessaire d'adopter une approche plus inclusive, prenant en compte les contraintes spécifiques auxquelles les femmes peuvent être confrontées dans leur parcours entrepreneurial. Cela peut notamment passer par le développement de formations adaptées, l'amélioration de l'accès aux financements et le renforcement des opportunités de réseautage. L'intégration de telles mesures dans les orientations nationales et internationales est susceptible de contribuer au développement de l'entrepreneuriat féminin, tout en participant à une croissance économique plus inclusive.

Références bibliographiques

- Abasilim, A., & Faloye, D. (2017). *ECONOMIC FACTORS AFFECTING PERFORMANCE OF WOMEN ENTREPRENEURS IN THE MICRO-SCALE ENTERPRISES IN SOUTHWESTERN NIGERIA*. Vol. 5, 39-47.
- Agrawal, R., Bakhshi, P., Chandani, A., Birau, R., & Mendon, S. (2023). Challenges faced by women entrepreneurs in South Asian countries using interpretive structural modeling. *Cogent Business & Management*, 10(2). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2244755>
- Ahmad, S. Z., & Xavier, S. R. (2011). Preliminary investigation of Yemeni women entrepreneurs : Some challenges for development and barriers to success. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 13(4), 518. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2011.041841>
- Aidis, R., Welter, F., Smallbone, D., & Isakova, N. (2007). Female entrepreneurship in transition economies : The case of Lithuania and Ukraine. *Feminist Economics*, 13(2), 157-183. <https://doi.org/10.1080/13545700601184831>
- Alene, E. T. (2020). Determinants that influence the performance of women entrepreneurs in micro and small enterprises in Ethiopia. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1), 24. <https://doi.org/10.1186/s13731-020-00132-6>
- Altarawneh, I. (2023). Factors Affecting the Development of Women Entrepreneurs : A Comprehensive Model for Arab Countries. *Journal of System and Management Sciences*, 13(3). <https://doi.org/10.33168/JSMS.2023.0326>
- Anggadwita, G., Luturlean, B. S., Ramadani, V., & Ratten, V. (2017). Socio-cultural environments and emerging economy entrepreneurship : Women entrepreneurs in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 9(1), 85-96. <https://doi.org/10.1108/jee-03-2016-0011>
- Arvind, T., & Ranjith, P. V. (2023). *Women Entrepreneurship : Challenges and Solutions - An Exploratory Study*. 276-283. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-162-3_25
- Ascher, J. (2012). Female Entrepreneurship – An Appropriate Response to Gender Discrimination. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 8(4), 97-114. <https://doi.org/10.7341/2012847>
- Ayala, J.-C., & Manzano, G. (2014). The resilience of the entrepreneur. Influence on the success of the business. A longitudinal analysis. *Journal of Economic Psychology*, 42, 126-135. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2014.02.004>
- Ayinaddis, S. G. (2023). Socio-economic factors affecting women's entrepreneurial performance in MSEs in Bahir Dar City, Ethiopia. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00289-w>
- Bahadur Tiwari, Dr. B., Reddy, Dr. E. E., & Gupta, Dr. D. (2023). *AN ANALYSIS OF FACTORS DETERMINING THE SUCCESS OF WOMEN ENTREPRENEURS: A STUDY OF MSMEs IN KARNATAKA* (1^{re} éd.). Magestic Technology Solutions (P) Ltd, Chennai, Tamil Nadu, India. <https://doi.org/10.47716/mts.b.978-93-92090-79-0>
- Banda, J., & aguzman. (2018). *Personal Characteristics of Successful Women Entrepreneurs in Mexico : A Conceptual Exploratory Study*. 14(1).

- Banu, J., & Baral, R. (2022). Career choice, growth and well-being of women entrepreneurs' community : Insights on driving factors in India. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 16(5), 781-807. <https://doi.org/10.1108/JEC-12-2020-0206>
- Basit, A., Hassan, Z., & Sethumadhavan, S. (2020). Entrepreneurial Success : Key Challenges Faced by Malaysian Women Entrepreneurs in 21st Century. *International Journal of Business and Management*, 15(9), 122. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v15n9p122>
- Baughn, C. C., Chua, B., & Neupert, K. E. (2006). The Normative Context for Women's Participation in Entrepreneurship : A Multicountry Study. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 687-708. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00142.x>
- Bogren, M., Von Friedrichs, Y., Rennemo, Ø., & Widding, Ø. (2013). Networking women entrepreneurs : Fruitful for business growth? *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 5(1), 60-77. <https://doi.org/10.1108/17566261311305210>
- Box, M., & Larsson Segerlind, T. (2018). Entrepreneurial Teams, Gender, and New Venture Survival : Contexts and Institutions. *Sage Open*, 8(2). <https://doi.org/10.1177/2158244018777020>
- Boz, A., & Ergeneli, A. (2014). Women Entrepreneurs' Personality Characteristics and Parents' Parenting Style Profile in Turkey. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 109, 92-97. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.425>
- Bui, H. T. M., Kuan, A., & Chu, T. T. (2018). Female entrepreneurship in patriarchal society : Motivation and challenges. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 30(4), 325-343. <https://doi.org/10.1080/08276331.2018.1435841>
- Burt, R. S. (2019). The networks and success of female entrepreneurs in China. *Social Networks*, 58, 37-49. <https://doi.org/10.1016/j.socnet.2019.01.003>
- Chatterjee, N., Das, N., & Srivastava, N. K. (2019). A structural model assessing key factors affecting women's entrepreneurial success : Evidence from India. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 11(1), 122-151. <https://doi.org/10.1108/JEEE-08-2016-0030>
- Chen, S.-H., & Lai, T.-H. (2020). A STUDY ON THE RELATIONSHIPS AMONG PERSONALITY TRAITS, ENTREPRENEURIAL MOTIVATION AND PERFORMANCE - TAKING MICRO PHOENIX ENTREPRENEURS AS AN EXAMPLE. *Journal of Science and Technology - IUH*, 37(01). <https://doi.org/10.46242/jst-iuh.v37i01.301>
- Chhabra, M. (2018). *GENDER GAP IN ENTREPRENEURSHIP - A STUDY OF SMALL AND MICRO ENTERPRISES*.
- Chhabra, M., Singh, L. B., & Mehdi, S. A. (2023). Women entrepreneurs' success factors of Northern Indian community : A person–environment fit theory perspective. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 17(6), 1293-1314. <https://doi.org/10.1108/JEC-04-2022-0059>
- Chhabra, S., Raghunathan, R., & Rao, N. V. M. (2020). The antecedents of entrepreneurial intention among women entrepreneurs in India. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(1), 76-92. <https://doi.org/10.1108/APJIE-06-2019-0034>

- Chowdhury, M. (2015). *An investigation into the issues of work–life balance of women entrepreneurs in Bangladesh*.
- Commer, P., Sci, S., Zeb, A., Kakakhel, S., Ihsan, A., Shah, F. A., & Shah. (2019). Political Factors and Women’s Entrepreneurial Performance. *Pakistan Journal of Commerce and Social Science*, 13, 165-179.
- Cromie, S., & Birley, S. (1992). *BUSINESS OWNERS IN NORTHERN IRLAND*.
- Da Silva Carreira, S., Benciveni Franzoni, A., Judith Folle Esper, A., Chagas Pacheco, D., Bohm Gramkow, F., & Francisco Carreira, M. (2015). Empreendedorismo feminino : Um estudo fenomenológico. *Navus - Revista de Gestão e Tecnologia*, 06-13. <https://doi.org/10.22279/navus.2015.v5n2.p06-13.208>
- Dawa, S., & Namatovu, R. (2015). SOCIAL NETWORKS AND GROWTH OF FEMALE-OWNED VENTURES : A SUB-SAHARAN AFRICA PERSPECTIVE. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 20(02), 1550009. <https://doi.org/10.1142/s1084946715500090>
- De Souza Nascimento, L. (2024). Empreendedorismo Feminino : A criação de empresas por mulheres. *OSF Preprints*, Article grvyn. <https://ideas.repec.org/p/osf/osfxxx/grvyn.html>
- Dewitt, S., Jafari-Sadeghi, V., Sukumar, A., Aruvanahalli Nagaraju, R., Sadraei, R., & Li, F. (2023). Family dynamics and relationships in female entrepreneurship : An exploratory study. *Journal of Family Business Management*, 13(3), 626-644. <https://doi.org/10.1108/JFBM-01-2022-0013>
- Dhaliwal, S. (2000). Entrepreneurship – a learning process : The experiences of Asian female entrepreneurs and women in business. *Education + Training*, 42(8), 445-453. <https://doi.org/10.1108/00400910010379970>
- Discua Cruz, A., & Basco, R. (2018). Family Perspective on Entrepreneurship. In R. V. Turcan & N. M. Fraser (Éds.), *The Palgrave Handbook of Multidisciplinary Perspectives on Entrepreneurship* (p. 147-175). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-91611-8_8
- Drera. (2021, janvier 1). *Awareness of Government Entrepreneurial Support Programmes : A Survey of Women Entrepreneurs in South Africa*. SciSpace - Paper; IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-4826-4.CH012>
- Emine Yilmaz. (2012). Women entrepreneurs : Their problems and entrepreneurial ideas. *AFRICAN JOURNAL OF BUSINESS MANAGEMENT*, 6(26). <https://doi.org/10.5897/AJBM12.081>
- Feng, J., Ahmad, Z., & Zheng, W. (2023a). Factors influencing women’s entrepreneurial success : A multi-analytical approach. *Frontiers in Psychology*, 13, 1099760. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1099760>
- Feng, J., Ahmad, Z., & Zheng, W. (2023b). Factors influencing women’s entrepreneurial success : A multi-analytical approach. *Frontiers in Psychology*, 13, 1099760. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1099760>
- Gautam, Raj kumar, & yogesh. (2016). *WOMEN PARTICIPATION IN INDIAN MSMES IN GLOBALIZED* - *ProQuest*.

- <https://www.proquest.com/docview/1778467620?fromopenview=true&pq-origsite=gscholar&sourcetype=Scholarly%20Journals>
- Gerke, A., Ianiro-Dahm, P., Muck, P., Lehmann-Willenbrock, N., & Hell, B. (2023). How Do Female Entrepreneurs Differ From Male Entrepreneurs? Distinguishing Personality Traits Throughout the Entrepreneurial Journey. *The Journal of Entrepreneurship*, 32(3), 525-552. <https://doi.org/10.1177/09713557231210684>
- Ghouse, S. M., Durrah, O., Shekhar, R., & Arslan, A. (2023). Personal Characteristics and Strategic Entrepreneurial Behaviour of Rural Female Entrepreneurs : Insights From Oman. *Journal of Small Business Strategy*, 33(2). <https://doi.org/10.53703/001c.88921>
- Goel, N., & Madan, P. (2019). Benchmarking financial inclusion for women entrepreneurship – a study of Uttarakhand state of India. *Benchmarking: An International Journal*, 26(1), 160-175. <https://doi.org/10.1108/BIJ-01-2018-0023>
- Gupta, A. (2023). Personality traits and entrepreneurship in Women. *Central European Management Journal*. <https://doi.org/10.57030/23364890.cemj.31.1.9>
- Gupta, D., & Reddy, D. E. E. (2023). *SIGNIFICANCE OF PERSONAL CHARACTERISTICS IN SUCCESS OF WOMEN SOCIAL ENTREPRENEURSHIP- A STUDY ACROSS BANGALORE CITY*. 47(2).
- Gupta, N., & Mirchandani, A. (2018). Investigating entrepreneurial success factors of women-owned SMEs in UAE. *Management Decision*, 56(1), 219-232. <https://doi.org/10.1108/MD-04-2017-0411>
- Haber, S., & Reichel, A. (2007). The cumulative nature of the entrepreneurial process : The contribution of human capital, planning and environment resources to small venture performance. *Journal of Business Venturing*, 22(1), 119-145. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2005.09.005>
- Hassan, F., Ramli, A., & Mat Desa, N. (2014). Rural Women Entrepreneurs in Malaysia : What Drives Their Success? *International Journal of Business and Management*, 9(4). <https://doi.org/10.5539/ijbm.v9n4p10>
- Hendratni, A., & Sukmaningrum, P. S. (2018). ROLE OF GOVERNMENT SUPPORT AND INCUBATOR ORGANIZATION TO SUCCESS BEHAVIOUR OF WOMAN ENTREPRENEUR : INDONESIA WOMEN ENTREPRENEUR ASSOCIATION. *Polish Journal of Management Studies*, 17(1), 105-115. <https://doi.org/10.17512/pjms.2018.17.1.09>
- Hernandez, L., Nunn, N., & Warnecke, T. (2012). Female entrepreneurship in China : Opportunity- or necessity-based? *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 15(4), 411. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2012.046473>
- Hisrich, R. D., Bowser, K., & Smarsh, L. S. (2006). Women entrepreneurs in the Ukraine. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 3(2), 207. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2006.008929>
- Hossain, A., Naser, K., Zaman, A., & Nuseibeh, R. (2009). Factors influencing women business development in the developing countries : Evidence from Bangladesh. *International Journal of Organizational Analysis*, 17(3), 202-224. <https://doi.org/10.1108/19348830910974923>

- Ikhlas. (2023). Factors Affecting the Development of Women Entrepreneurs: A Comprehensive Model for Arab Countries. *Journal of System and Management Sciences*, 13(3). <https://doi.org/10.33168/JSMS.2023.0326>
- Imbaya. (2012). *The role of family support in performance of women-operated micro and small enterprises in Eldoret, Kenya* | *Journal of Emerging Trends in Economics and Management Sciences*. <https://journals.co.za/doi/abs/10.10520/EJC127668>
- Jabeen, F., Katsioloudes, M. I., & Das, S. S. (2015). Is family the key? Exploring the motivation and success factors of female Emirati entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 25(4), 375-394.
- Jaka, V., & Mateja, V. (2013). The role of husbands: Support or barrier to womens entrepreneurial start-ups? *African Journal of Business Management*, 7(36), 3730-3738. <https://doi.org/10.5897/ajbm11.3040>
- Jia, L., Phithagorn, T., & Pongsisi, K. (2023). Entrepreneurship Success Factors of Female Business Founders on Financial Sectors in Beijing, China. *International Journal of Sociologies and Anthropologies Science Reviews (IJSASR)*, 3(4), 21-30. <https://doi.org/10.60027/ijasar.2023.2989>
- Kanapathipillai, K., & Azam, S. M. F. (2019). WOMEN ENTREPRENEURS PATH TO SUCCESS : AN INVESTIGATION OF THE CRITICAL SUCCESS FACTORS IN MALAYSIA. *European Journal of Human Resource Management Studies*, 0, Article 0. <https://doi.org/10.46827/ejhrms.v0i0.615>
- Kawai, N., Sibunruang, H., & Kazumi, T. (2023). Work-family conflict, entrepreneurial regret, and entrepreneurial outcomes during the COVID-19 pandemic. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 19(2), 837-861. <https://doi.org/10.1007/s11365-023-00846-5>
- Khan, H., Hussain, F., & Mazhar, S. S. (2024). Role of Government Credits Scheme in Supporting Women Entrepreneurs in India: An Empirical Study. *International Research Journal of Multidisciplinary Scope*, 05(01), 01-13. <https://doi.org/10.47857/irjms.2024.v05i01.0109>
- Khan, R. U., Salamzadeh, Y., Shah, S. Z. A., & Hussain, M. (2021). Factors affecting women entrepreneurs' success : A study of small- and medium-sized enterprises in emerging market of Pakistan. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(1), 11. <https://doi.org/10.1186/s13731-021-00145-9>
- Kuhar, N., & Shunmugasundaram, V. (2024). Indian women entrepreneurs : Implications for personality characteristics. *Management Research Review*, 47(6), 984-1003. <https://doi.org/10.1108/MRR-08-2023-0595>
- Kulas, A. (2000). *THE FACTORS INVOLVED IN BEING A SUCCESSFUL*.
- Kumar, S., & Liu, D. (2005). Impact of globalisation on entrepreneurial enterprises in the world markets. *International Journal of Management and Enterprise Development*, 2(1), 46. <https://doi.org/10.1504/ijmed.2005.006026>
- Kyrgidou, L., Mylonas, N., Petridou, E., & Vacharoglou, E. (2021). Entrepreneurs' competencies and networking as determinants of women-owned ventures success in post-economic crisis era in Greece. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 23(2), 211-234. <https://doi.org/10.1108/jrme-08-2020-0105>

- Leskinen, R. (2011). Success in the female entrepreneurial networking process. *Annals of Innovation & Entrepreneurship*, 2(1), 6002. <https://doi.org/10.3402/aie.v2i1.6000>
- Li, G., Luo, Z., Anwar, M., Lu, Y., Wang, X., & Liu, X. (2020). Intellectual capital and the efficiency of SMEs in the transition economy China; Do financial resources strengthen the routes? *PLOS ONE*, 15(7), e0235462. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0235462>
- Madichie, N. O. (2010). *Chapter 16 : United Arab Emirates*. <https://www.elgaronline.com/edcollchap/edcoll/9781847209184/9781847209184.00020.xml>
- Mahfoud, H. (2024). Contribution of Government Support in Promoting Women's Entrepreneurship. In *Women and Society*. IntechOpen. <https://doi.org/10.5772/intechopen.111370>
- Makhbul, Z. M., & Mohamad Hasun, F. (2010). Entrepreneurial Success : An Exploratory Study among Entrepreneurs. *International Journal of Business and Management*, 6(1), p116. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v6n1p116>
- Manajemen, Rahmad Solling, H., & Muh. Arif. (2023). *The Role of Family Support in Enhancing Self-Confidence and Business Performance in Women Entrepreneurs (2023) | J. Manajemen | 2 Citations*. <https://scispace.com/papers/the-role-of-family-support-in-enhancing-self-confidence-and-z99ql9tuu6>
- Manello, A., Cisi, M., Devicienti, F., & Vannoni, D. (2020). Networking : A business for women. *Small Business Economics*, 55(2), 329-348. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00300-3>
- Martins, C. B., Crnkovic, L. H., Pizzinatto, N. K., & Maccari, E. A. (2010). Empreendedorismo feminino : Características e perfil de gestão em pequenas e médias empresas. *Revista de Administração da UFSM*, 3(2), 288-302. <https://doi.org/10.5902/198346592378>
- Mbarek, W., & Affes, H. (2021). The Impact of Formal and Informal Social Networks on Business Growth : The Tunisian Business Women's Case. *The International Journal of Business & Management*, 9(12). <https://doi.org/10.24940/theijbm/2021/v9/i12/BM2112-037>
- McClelland, E., Swail, J., Bell, J., & Ibbotson, P. (2005). Following the pathway of female entrepreneurs : A six-country investigation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 11(2), 84-107. <https://doi.org/10.1108/13552550510590527>
- Mersha, T., & Sriram, V. (2019). Gender, entrepreneurial characteristics, and success : Evidence from Ethiopia. *Thunderbird International Business Review*, 61(2), 157-167. <https://doi.org/10.1002/tie.21984>
- Minniti, M. (2009). Gender Issues in Entrepreneurship. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 5(7-8), 497-621. <https://doi.org/10.1561/03000000021>
- Molina-López, M. M., Koller, M. R. T., Rubio-Andrés, M., & González-Pérez, S. (2021). Never Too Late to Learn : How Education Helps Female Entrepreneurs at Overcoming Barriers in the Digital Economy. *Sustainability*, 13(19), 11037. <https://doi.org/10.3390/su131911037>
- Morris, M., & Schindehutte, M. (2005). Entrepreneurial Values and the Ethnic Enterprise : An Examination of Six Subcultures. *Journal of Small Business Management*, 43(4), 453-479. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627x.2005.00147.x>

- Mozumdar, L., Hagelaar, G., Materia, V. C., Omta, S. W. F., Islam, M. A., & Van Der Velde, G. (2019). Embeddedness or Over-Embeddedness? Women Entrepreneurs' Networks and Their Influence on Business Performance. *The European Journal of Development Research*, 31(5), 1449-1469. <https://doi.org/10.1057/s41287-019-00217-3>
- Mustapha, M. (2016). *Challenges and Success Factors of Female Entrepreneurs : Evidence from a Developing Country*. 6.
- Nasrolahi Vosta, L., & Reza Jalilvand, M. (2014). Examining the influence of social capital on rural women entrepreneurship : An empirical study in Iran. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 10(3), 209-227. <https://doi.org/10.1108/wjemdsd-10-2013-0054>
- Neneh, B. N. (2017). Family Support and Performance of Women-owned Enterprises : The Mediating Effect of Family-to-Work Enrichment. *The Journal of Entrepreneurship*, 26(2), 196-219. <https://doi.org/10.1177/0971355717716762>
- Nikmah, F. K., Gumintang, B., Adipratama, R., & Purwati, P. (2023). Institutional Support in Increasing Entrepreneurial Self-efficacy and Performance of Woman Entrepreneurs. *Bulletin of Counseling and Psychotherapy*, 5(1), 100-110. <https://doi.org/10.51214/bocp.v5i1.542>
- Nivetha, P. (2018). *ROLE OF GOVERNMENT IN PROMOTING WOMEN ENTREPRENEURSHIP*. 5(3).
- Obaji, N. O. (2014). The Role of Government Policy in Entrepreneurship Development. *Science Journal of Business and Management*, 2(4), 109. <https://doi.org/10.11648/j.sjbm.20140204.12>
- Oluwakemi, R. A., Györke, D. K., & Gubacsi, F. (2023). Entrepreneurship as a tool for women empowerment in Nigeria. *Studia Mundi – Economica*, 10(1), Article 1. <https://doi.org/10.18531/sme.vol.10.no.1.pp.3-13>
- Paige, R. C., & Littrell, M. A. (2002). Craft Retailers' Criteria for Success and Associated Business Strategies. *Journal of Small Business Management*, 40(4), 314-331. <https://doi.org/10.1111/1540-627x.00060>
- Publication du rapport annuel de l'Observatoire Marocain de la TPME (OMTPME)*. (2021). BANK AL-MAGHRIB. <https://www.bkam.ma/Communiqués/Communiqué/2022/Publication-du-rapport-annuel-de-l-observatoire-marocain-de-la-tpme-omtpme>
- Rajani, N., & Sarada, D. (2008). Women Entrepreneurship and Support Systems. *Studies on Home and Community Science*, 2(2), 107-112. <https://doi.org/10.1080/09737189.2008.11885260>
- Rharzouz, J., Bouarir, H., El Moutaqi, B., Rizqi, N., & Boubker, O. (2024). Factors Influencing Women's Entrepreneurial Success in a Patriarchal Society : Empirical Evidence from Morocco. *Societies*, 14(8), 151. <https://doi.org/10.3390/soc14080151>
- Ritu Kumari, & Singh, V. P. (2024). WOMEN ENTREPRENEURS AND GOVERNMENT POLICIES : A PATH TO EMPOWERMENT. *ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts*, 5(3). <https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v5.i3.2024.3532>
- Sadi, M. A., & Al-Ghazali, B. M. (2010). *Doing business with impudence : A focus on women entrepreneurship in Saudi Arabia*.

- Sarker, S., & Palit, M. (2014). Determinants of Success Factors of Women Entrepreneurs in Bangladesh- A Study Based on Khulna Region. *Business and Economic Research*, 4(2), 237. <https://doi.org/10.5296/ber.v4i2.6337>
- Sarwoko, E., & Nurfarida, I. N. (2021). Entrepreneurial marketing : Between entrepreneurial personality traits and business performance. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 9(2), 105-118. <https://doi.org/10.15678/eber.2021.090207>
- Schneider, K. (2017). Entrepreneurial Competencies of Women Entrepreneurs of Micro and Small Enterprises. *Science Journal of Education*, 5(6), 252. <https://doi.org/10.11648/j.sjedu.20170506.14>
- Schröder, L.-M., Bobek, V., & Horvat, T. (2021). Determinants of Success of Businesses of Female Entrepreneurs in Taiwan. *Sustainability*, 13(9), 4842. <https://doi.org/10.3390/su13094842>
- Shastri, S., Shastri, S., Pareek, A., & Sharma, R. S. (2021). Exploring women entrepreneurs' motivations and challenges from an institutional perspective: Evidences from a patriarchal state in India. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 16(4), 653-674. <https://doi.org/10.1108/JEC-09-2020-0163>
- Subedi, D. P., & Gautam, P. K. (2024). Entrepreneurial Success Factors of Small and Medium Size Women Enterprises in Kathmandu. *The Spectrum*, 2(1), 67-89. <https://doi.org/10.3126/spectrum.v2i1.64770>
- Swart, M. P., Vanessa, S. B., & K, T. (2023). *Women's Entrepreneurship in the Hospitality and Tourism Industry (2023) | Magdalena Petronella Swart*. <https://scispace.com/papers/women-s-entrepreneurship-in-the-hospitality-and-tourism-2lir6tjbtp>
- Tanzeela, Kumar, D., & Mehraj, D. (2024). Determinants of Success for Women Entrepreneurs : An Examination of Small and Medium-Sized Women-Led Businesses in India's Emerging Market. *Business Strategy & Development*, 7(4). <https://doi.org/10.1002/bsd2.70053>
- Terjesen, & Lloyd. (2015). (PDF) *Female Entrepreneurship Index (2015). Global Entrepreneurship & Development Index*. https://www.researchgate.net/publication/280531562_Female_Entrepreneurship_Index_2015_Global_Entrepreneurship_Development_Index
- Vukmirović, V. (2019). Entrepreneurship Education Among University Students as a Predictor of Female Entrepreneurial Undertakings. *JWEE*, 3-4, 86-102. <https://doi.org/10.28934/jwee19.34.pp86-102>
- Wan, W., Wu, H., & Hu, H.-L. (2024). Roles of Entrepreneurial Resource Acquisition and Family Support in Internet Use and Women's Entrepreneurial Competence. *Sage Open*, 14(2). <https://doi.org/10.1177/21582440241242999>
- Xavier, S. R., Ahmad, S. Z., Nor, L. M., & Yusof, M. (2012). Women Entrepreneurs : Making A Change from Employment to Small and Medium Business Ownership. *Procedia Economics and Finance*, 4, 321-334. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(12\)00347-4](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(12)00347-4)
- Xie, X., & Lv, J. (2016). Social networks of female tech-entrepreneurs and new venture performance : The moderating effects of entrepreneurial alertness and gender

- discrimination. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(4), 963-983. <https://doi.org/10.1007/s11365-016-0413-8>
- Xin, Z., Wan Norbani, W. N., & Ma, T. (2024). Psychological Factors Affecting Female Entrepreneurship Success : A Case of Chinese Muslim Female WeChat Business Entrepreneurs. *International Journal of Advanced Research in Economics and Finance*. <https://doi.org/10.55057/ijaref.2024.6.3.5>
- Yousuf Danish, A., & Lawton Smith, H. (2012). Female entrepreneurship in Saudi Arabia : Opportunities and challenges. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 4(3), 216-235. <https://doi.org/10.1108/17566261211264136>
- Yusuff, Y. Z., Mohamad, M., & Wahab, N. Y. A. (2019). *THE INFLUENCE OF GENERAL SELF-EFFICACY ON WOMEN ENTREPRENEURS*. 25(2).