

## *Les principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminin en Iran*

Robert Paturel  
Université du Sud  
Toulon-Var, France

Zahra Arasti  
Université de Golpayegan  
Téhéran, Iran

### **Résumé**

*La recherche sur l'entrepreneuriat féminin date des années 70. Elle a beaucoup progressé dans les pays développés depuis plus de 30 ans, mais reste au début de sa phase d'émergence dans les pays en voie de développement. La présence de différences fortes au niveau des structures sociales des pays développés par rapport à celles des pays en voie de développement, exige l'étude de ces contextes au sein desquels a lieu la création des entreprises par les femmes.*

*On sait que le développement économique, politique et culturel des pays provient de l'action des entrepreneurs parmi lesquels figurent les femmes entrepreneurs. Au cours des dernières années, on assiste à une croissance du nombre des entreprises créées par les femmes dans le monde. En Iran, malgré la participation accrue des femmes aux différents niveaux de l'enseignement, elles continuent à être confrontées à de nombreuses barrières dans leurs tentatives d'entrer dans les affaires. Un regard général sur le statut des femmes, sur le système éducatif et sur l'emploi, rappelle l'urgence à mettre en place un cadre qui convienne au développement de l'entrepreneuriat et au renforcement du rôle des femmes dans les activités entrepreneuriales, afin de bénéficier de leur contribution à l'économie du pays.*

*Pour comprendre comment les femmes diplômées iraniennes créent leur société, nous avons tenté d'élaborer un modèle après avoir réalisé une revue de la littérature sur l'entrepreneuriat féminin et sur les modèles existants dans ce domaine. Nous l'avons ensuite testé. Les résultats montrent que parmi les quatre groupes de facteurs environnementaux dégagés (facteurs socioculturels, économiques, codes et politiques du gouvernement et réseaux entrepreneuriaux), seuls les réseaux entrepreneuriaux favorisent l'entrepreneuriat féminin dans le contexte iranien. Les autres facteurs soit jouent un rôle inhibiteur, soit sont sans effet dans la création d'entreprise par les femmes diplômées iraniennes.*

### **Mots clés**

Contexte iranien, culture, entrepreneuriat féminin, start-up, structures sociales.

## **Introduction**

Bien que les femmes représentent la moitié de la population mondiale et 2/3 des heures de travail réalisées sur notre planète, seulement 1/3 de cette activité serait enregistré ou déclaré et 1/10 des revenus mondiaux leur serait destiné. De même, seulement 1 % des biens et des richesses appartiendrait aux femmes (Zanan, 1991).

Actuellement, l'entrepreneuriat se développe beaucoup à travers le monde. Les rapports annuels sur l'entrepreneuriat (GEM) et le premier rapport spécial sur l'entrepreneuriat des femmes en 2004, publiés par le centre entrepreneurial Kuffman, insistent sur le rôle des activités entrepreneuriales des femmes pour le bien de l'économie des pays. Selon les statistiques publiées par le Center for Women's Business Research (2005), aux Etats-Unis, jusqu'en 2005, 10,6 millions d'entreprises (47,7 % de l'ensemble des entreprises créées aux Etats-Unis ont été l'œuvre des femmes, avec un chiffre d'affaires de 2,5 trillions de dollars. Elles ont créé des emplois pour 19,1 millions de personnes. Dans d'autres pays, nous sommes également témoins d'une telle importance au niveau du nombre d'entrepreneurs féminins. Au Portugal, le nombre de celles-ci a connu une croissance de 53 % en 1995 (OECD, 1996). Le pourcentage de ces femmes au Japon s'est accru de 2,4 % en 1980 à 5,2 % en 1995. En France, 28 % de l'ensemble des entreprises créées ont été fondées et sont gérées par les femmes (Orban, 2001). En Algérie, cette proportion ne représente que 1,7 % alors qu'au Cameroun, elle s'élève à 53 % (Zouiten, 2004). En Tunisie, il y aurait plus de 5 000 femmes chefs d'entreprises (Chambre Tunisienne des Femmes chefs d'entreprises, 2001). Elles représentent plus de 15 % de l'ensemble des chefs d'entreprise (selon la même source). L'entrepreneuriat des femmes est aujourd'hui reconnu comme l'une des sources de la croissance, de la création d'emplois, d'innovation et de richesses.

En Iran, nous avons peu d'information sur les femmes entrepreneurs et sur les facteurs qui influencent leur processus de création d'entreprise. Une première recherche menée sur l'entrepreneuriat féminin en Iran, fournirait une connaissance générale sur le processus entrepreneurial des femmes iraniennes et sur les différents facteurs qui l'influencent. Il est clair que ces derniers ont un impact fort sur le processus de création d'entreprise des femmes diplômées iraniennes. Comment influencent-ils la création d'entreprise par les femmes diplômées iraniennes ? Telle est la question à laquelle nous essaierons de répondre dans cet article. Après avoir expliqué la pertinence de cette recherche, une revue de la littérature sera présentée. Les résultats de l'investigation donneront une connaissance plus précise de la situation des femmes entrepreneurs iraniennes et de leur entreprise. Enfin, des éléments destinés à favoriser l'entrepreneuriat féminin dans le contexte iranien seront proposés et différentes pistes de recherches seront suggérées à la fin de la réflexion.

## **1. La pertinence de la recherche**

Le projet revient à travailler sur les conditions environnementales qui influencent l'entrepreneuriat féminin. Ce questionnement est la conséquence logique de quatre constats que nous allons reprendre ci-dessous.

### **1.1. Des recherches insuffisantes dans un contexte de pays non-occidentaux.**

Les recherches sur l'entrepreneuriat des femmes ont été réalisées dans les pays développés et, plus particulièrement, aux Etats-Unis et au Canada. Les pays non-occidentaux et en voie de développement n'ont pratiquement pas été étudiés à ce jour concernant l'entrepreneuriat féminin. On notera les travaux en cours au sein du Laboratoire ERMES sur l'entrepreneuriat féminin en Tunisie, au Maroc, en Turquie, à Madagascar, à Djibouti, au Liban, en Bretagne et dans le Var. Les structures sociales, professionnelles et familiales, (Aldrich, 1989) sont très différenciées dans les pays en voie de développement par rapport au contexte des pays occidentaux (Allen et Truman, 1993), d'où l'intérêt de procéder à des études spécifiques aux pays non-occidentaux.

### **1.2. L'impact inéluctable du contexte social sur l'entrepreneuriat des femmes.**

Selon les sociologues, les structures professionnelles, familiales et relatives à la vie sociale, influencent l'accessibilité des femmes aux emplois (Aldrich, 1989). D'autre part, la capacité d'accueil de la participation des femmes dans le domaine de l'entrepreneuriat est en rapport avec les exigences et les valeurs culturelles de leur société qui sont différentes d'un pays à l'autre. La présence de ces écarts de structures sociales entre les pays développés et ceux en voie de développement, justifie la nécessité de les étudier en relation avec la création d'entreprises par les femmes.

### **1.3. Les femmes iraniennes au sein de leur pays.**

Les femmes représentent 49,2 % des 70 millions d'habitants de l'Iran (Livre de statistiques annuelles de l'Iran, 2003). Seulement 11 % d'entre elles contribuent officiellement à la vie économique. L'un des problèmes majeurs que l'Iran affronte depuis quelques années, est le nombre croissant des jeunes femmes diplômées (plus de 60 % des étudiants dans les universités iraniennes sont des filles) et l'incapacité du secteur public à les accueillir, en leur créant des emplois. L'Iran n'est pas conscient du potentiel intellectuel que constituent ses femmes, manifestement sous-utilisées dans la vie économique officielle. D'autre part, les domaines législatif, économique, culturel ou éducatif ne proposent aucun cadre propice au développement de l'entrepreneuriat, même si des initiatives ont été prises ces derniers temps par certaines universités (Paturel, 2005). Quant à l'entrepreneuriat féminin en Iran, il commence tout juste à intéresser la communauté nationale.

### **1.4. Les différences entre les entrepreneurs selon leur sexe.**

D'après les études récentes, les femmes et les hommes sont devenus entrepreneurs en raison d'une attirance pour les affaires et d'un besoin d'indépendance personnelle. Dans la plupart des cas, ils ont connu, soit l'échec ou l'insatisfaction dans leur dernier métier, soit l'impact de la nécessité de changer de milieu. Tous sont motivés, enthousiastes et dynamiques. Toutefois, des divergences apparaissent entre les hommes et les femmes. On peut le constater au niveau de leur motivation primordiale, de la nature de leur investissement, de leurs traits de caractère, de leurs expériences de travail et de la nature des métiers qu'ils adoptent. Ces écarts exigent des approfondissements et, donc, des recherches plus poussées, par exemple sur les femmes entrepreneurs.

Avant de présenter notre cadre théorique, nous délimitons notre travail comme suit :

- une *femme entrepreneur* se définit comme une femme personne physique, venant d'une situation d'inactivité, de chômage ou de salariée dépendant d'un employeur, qui seule ou en équipe (équipreneuriat féminin – voir les travaux de Cyrine Ben Hafaiedh, 2006), *crée une nouvelle entreprise indépendante, en assumant les responsabilités managériales et les risques qui sont liés à la production de richesse envisagée*. La femme est donc entrepreneur dans la mesure où elle change de statut et/ou de métier et /ou d'organisation afin de créer une nouvelle richesse. On peut alors la positionner dans la partie droite de la grille de Paturel (2005), la reprise (partie gauche) étant exclue de notre champ de recherche notamment du fait de l'absence de problème crucial dans ce domaine dans le pays, par opposition à ce qui se passe dans les pays plus avancés économiquement (voir les travaux de J. Defreyman, K. Richomme et R. Paturel, 2004, 2005, 2006).
- *le contexte d'étude est l'Iran*.
- *seules les femmes diplômées* (diplôme de niveau *au moins BAC + 2*) sont retenues, pour des raisons de facilités d'observation, vu le statut d'enseignante à l'Université de l'un des auteurs.
- plus généralement, toutes les situations de *création* par une femme diplômée iranienne *d'une nouvelle organisation indépendante* appelée entreprise (hors reprise) avec réalisation *d'une activité nouvelle* sont concernées.
- le travail se focalise sur le *processus de lancement* de l'entreprise qui commence quand une personne a l'intention de créer et finit lorsque la première vente est enregistrée.

## **2. -Le cadre théorique de la recherche**

En réaction à la limite reconnue à l'approche par les caractéristiques individuelles (approche par les traits), des auteurs ont considéré l'entrepreneuriat comme étant surtout déterminé par un contexte social, culturel, politique et économique (Reynolds, 1991).

Gnyawali et Fogel (1994) envisagent « l'environnement entrepreneurial » comme un amalgame des facteurs qui jouent un rôle important dans le développement de l'entrepreneuriat : les facteurs macroéconomiques, culturels, socio-politiques ont un rôle au niveau de la tendance et du potentiel des individus, quant au choix des activités entrepreneuriales et de l'accès aux moyens et aux services encourageant le processus de lancement dans les affaires.

L'environnement entrepreneurial a été intégré dans l'approche par les comportements. Dans cette dernière, en plus des traits de caractère, l'accent est mis sur l'environnement et le comportement de la personne (Vanderwerf et Brush, 1989). Ainsi, le modèle de Shapero (1975) reconnaît que des facteurs tels que les événements négatifs et positifs de la vie, les aides financières, les modèles, la culture, la famille, les expériences, etc. influencent la création d'une entreprise par l'individu.

D'autres, comme le modèle de Bygrave (1994), incorporent des variables telles que les occasions, la concurrence, les ressources, les politiques de gouvernement, etc. comme des éléments qui influencent le processus de lancement de l'affaire.

Les modèles multidimensionnels et complexes comportent tous les facteurs tels que la personnalité de l'entrepreneur, son habilité et son style de management, la culture, la stratégie et la structure de l'organisation. Le modèle de Gartner (1985) est un modèle multidimensionnel qui a retenu quatre dimensions de l'entrepreneuriat : l'entrepreneur, l'entreprise, l'environnement et le processus, ce qui aboutit à la célèbre pyramide à trois côtés et une base que l'on peut construire avec chaque pointe représentant une dimension. Gartner considère un grand nombre de facteurs environnementaux comme l'accessibilité aux différentes ressources, l'action des pouvoirs publics, l'accès aux services, le regard de la Société, le niveau de la concurrence, les barrières à l'entrée, etc. comme des facteurs influents de la création de la nouvelle entreprise.

Bien que le rôle des conditions environnementales ne soit pas nouveau pour le développement de l'entrepreneuriat (voir Gasse, 2006), la plupart des recherches restent descriptives et leurs résultats ne convergent que sur certains aspects de l'environnement. C'est dommage et il reste beaucoup d'efforts à réaliser pour y voir encore plus clair en la matière.

Gnyawali et Fogel (1994), dans leur revue de la littérature disponible sur *l'environnement entrepreneurial*, sont parvenus à distinguer trois points avec : les conditions globales de l'environnement, la description des spécificités environnementales d'une région ou d'un pays, et le rôle des politiques générales dans la formation de l'environnement entrepreneurial.

Les conditions générales de l'environnement portent sur la reconnaissance légale du bien fondé des entreprises privées, la présence d'entrepreneurs expérimentés, l'existence d'une main-d'œuvre compétente, la disponibilité des fournisseurs indispensables, une clientèle potentielle, une concurrence suffisante entre les entreprises en place et des structures favorables (Bruno et Tyebjee, 1982 ; Gartner, 1985 ; Staley et Morse, 1971).

Les recherches sur l'environnement entrepreneurial de divers pays montrent que la volonté de lancer des activités économiques est plus forte dans les pays dont les lois et les règlements y sont plus favorables, avec des exonérations fiscales et d'autres encouragements pour les entrepreneurs, des stages de formation et des services consultatifs lors du lancement, etc. (Dana, 1987, 1990). En outre, les facteurs tels que la disponibilité des ressources financières et le rôle des universités en matière de formation et de recherche, sont considérés comme des paramètres assez influents dans la croissance du taux de création des nouvelles activités économiques (Pennings, 1982). Les recherches ont encore révélé que les entrepreneurs étaient confrontés à des obstacles tels que le manque de contributions financières, l'absence d'informations dans différents domaines, la présence d'impôts élevés et un taux d'inflation relativement haut (Young et Welsh, 1993).

Les recherches concentrées sur le rôle des *politiques du gouvernement* (El Namaki, 1988 ; Goodman, Meany et Pate, 1992 ; Mokry, 1988 ; Vesper, 1983 ; Westhead, 1990) proposent certaines mesures pour développer l'entrepreneuriat : ainsi en est-il de l'action en faveur du financement de la création d'entreprise, des exonérations fiscales, de la protection de la propriété intellectuelle et industrielle (brevets), de l'investissement dans l'enseignement (qui doit au moins sensibiliser à l'entrepreneuriat – voir l'exemple des Maisons de l'Entrepreneuriat français -), de la recherche, des soutiens de l'entrepreneuriat par les organismes gouvernementaux (Goodman, Meany et Pate, 1992).

Gnyawali et Fogel (1994) confortent les développements précédents dans leur modèle en présentant les cinq catégories suivantes de l'environnement : les politiques des pouvoirs

publics, les facteurs socioculturels, le savoir-faire existant en matière d'entrepreneuriat, les ressources financières et les moyens non financiers.

La recherche sur les *femmes entrepreneurs* amène à s'interroger sur le point suivant : la connaissance que nous avons sur l'entrepreneuriat des hommes peut-elle être valable pour les femmes entrepreneurs (Stevenson, 1986) ? Les années 1990 se sont davantage fondées sur une théorie féministe de l'entrepreneuriat (Stevenson, 1990 ; Hurley, 1991). Plusieurs tendances caractérisent la théorie du féminisme. Ainsi, les deux grandes orientations concernent le féminisme libéral et le féminisme social (Black, 1989 ; Jaggar, 1983). La théorie du féminisme libéral est enracinée dans la philosophie de la politique libérale. Cette théorie suggère que les femmes sont désavantagées par rapport aux hommes, à cause d'une discrimination manifeste. Apparemment, les recherches faites sur la discrimination des femmes entrepreneurs appartiennent à cette catégorie. La théorie du féminisme social suggère que, à cause des différences qui existent dans la socialisation progressive des uns et des autres, les femmes et les hommes agissent de diverses manières appropriées. Les recherches basées sur cette théorie se focalisent plutôt sur la comparaison de valeurs et les comportements différents des femmes et des hommes entrepreneurs. Le résultat de ces travaux montre que la différence d'état d'esprit entre les deux sexes, n'a aucun impact sur la performance de leurs affaires.

Les facteurs environnementaux se présentent dans *les modèles de l'entrepreneuriat féminin* que de manière très limitée. Lacasse (1990) considère l'environnement entrepreneurial à partir de trois groupes de facteurs qui sont les facteurs sociaux (le contexte familial, le milieu scolaire, le cadre de travail et l'environnement local), les facteurs situationnels (les événements négatifs et positifs) et l'accessibilité aux ressources (matières premières, main-d'œuvre qualifiée, technologie, marchés, capital risque, soutiens de l'Etat, rôle des réseaux). Lerner, Brush et Hisrich (1997) ont évoqué l'importance de l'affiliation aux réseaux féminins et l'utilisation des consultants. Shabbir et Gregorio (1996), dans leur recherche sur les femmes entrepreneurs pakistanaïses, reconnaissent l'influence des ressources relationnelles (influence de la famille, du personnel, des fournisseurs, des consommateurs... avec leur regard sur la femme entrepreneur) ainsi que celle des ressources externes (ressources financières, environnement géographique) dans la décision de la femme entrepreneur.

Les facteurs environnementaux comme les normes sociales, les coutumes, les régulations politiques et les variables économiques sont différents d'un pays à l'autre ou d'une région à l'autre. Ainsi, les actions de boycottage économique peuvent avoir une influence plus forte dans la création d'entreprise dans un pays par comparaison avec un autre. Le regard négatif de la Société sur la femme entrepreneur et l'insécurité sociale des femmes sont des croyances traditionnelles dans la société iranienne (Saber, 2002). En outre, le soutien de l'Etat aux coopératives des femmes et des jeunes diplômées de l'université ainsi que des exonérations fiscales des entreprises créées dans les régions pauvres sont des actions gouvernementales favorisant l'entrepreneuriat féminin.

Dans cette recherche, nous avons essayé, avec toutes les difficultés que le lecteur imaginera sans trop de problème, outre d'utiliser les modèles existants et leurs facteurs environnementaux, de prendre en compte les variables spécifiques à l'Iran afin d'avoir une configuration relativement complète des éléments qui influencent la création d'entreprise par les femmes diplômées.

### **3. –Les variables du modèle**

Les principaux facteurs environnementaux identifiés au cours de notre étude de la littérature sont de nature socioculturelle, économique et politique, facteurs auxquels il faut ajouter l'importance du rôle des réseaux entrepreneuriaux. Reprenons-les successivement rapidement.

#### **3.1. Les facteurs socioculturels**

Ils comprennent les normes sociales (les coutumes, le regard de la société à l'égard de l'entrepreneuriat féminin, les modèles présents dans la famille, chez les amis et les proches), les conflits dans le travail et la famille, le niveau de formation (et son action sur l'activité de l'entreprise, sur la créativité, le marketing, le business plan, la gestion de l'entreprise, les technologies d'information, les sources d'informations) et les catalyseurs sociaux.

#### **3.2. Les facteurs économiques**

Ils se composent de divers taux (inflation, croissance, chômage, change, etc.), mais aussi de l'intensité de la concurrence, de l'influence de l'immigration, de l'étendue du secteur public, des possibilités de boycottage économique, de l'instabilité politique, de l'évolution de la consommation, de l'accessibilité aux ressources financières et technologiques, et à l'information.

#### **3.3. Les politiques du gouvernement**

Elles portent surtout sur les exonérations fiscales, les modalités d'octroi des crédits, les mesures de soutien des pouvoirs publics aux projets spéciaux telles les coopératives des femmes et des universitaires, les facilités douanières, les évolutions du code de travail, les règlements divers, etc.

#### **3.4. Les réseaux entrepreneuriaux**

Nous pouvons y intégrer l'époux et les enfants pour les femmes mariées et les parents pour les célibataires, la famille proche, les amis et collègues de travail, les consultants en management, les syndicats et les associations nationales et internationales. Sont à observer ici le nombre de réseaux concernés, le nombre de leurs membres, la circulation de l'information en leur sein, leur rôle dans les domaines financier, de l'information, éthique, opérationnel, de la planification à long terme, etc.

Dans cette première recherche sur les femmes entrepreneurs en Iran, nous nous sommes fixé trois objectifs qui sont :

- l'obtention d'une première information sur des femmes entrepreneurs diplômées iraniennes et de leurs entreprises ;
- la connaissance des différents facteurs environnementaux qui influencent la création d'entreprise par les femmes diplômées dans le contexte iranien et de leur valeur explicative ;

- l'identification des incitations et la découverte des solutions pour favoriser l'entrepreneuriat féminin dans le pays.

Nous allons maintenant présenter notre méthodologie de recherche.

#### **4. –La méthodologie de recherche**

Il s'agit de procéder à une observation ex-post de la création d'entreprise par les femmes diplômées iraniennes. La recherche empirique nécessite de porter son attention sur deux étapes : la collecte de données et la mise en œuvre de précautions en vue de s'assurer de la qualité des outils utilisés. Mais il convient également de ne pas oublier de fournir quelques précisions sur le mode d'analyse retenu.

##### **4.1. La collecte des données**

Deux collectes de données ont été opérées. Chacune d'elles s'est appuyée sur un questionnaire. Le *premier questionnaire* a été élaboré pour prendre l'avis des experts sur les variables du modèle. La collecte des données a permis de contrôler la véracité des items retenus dans le contexte iranien. Le *deuxième questionnaire* contenait les questions nécessaires à notre problématique de recherche. Ce questionnaire a été construit à partir de la revue de la littérature effectuée, des modèles existants et du résultat de la première enquête. Pour nous assurer que les questions posées cadraient bien avec notre problématique et pour traiter nos différents sous-objectifs de recherche, nous avons respecté le schéma proposé par R. Paturel<sup>1</sup>. Ce schéma comprend 5 étapes avec (1) la définition précise des objectifs de la recherche, (2) la détermination des sous-objectifs correspondants, (3) la liste des informations utiles pour atteindre les sous-objectifs précédents, (4) le libellé des questions à poser pour obtenir les informations nécessaires sachant qu'il n'est pas conseillé de poser directement les questions liées aux informations indispensables et que certaines questions peuvent répondre à plusieurs sous-objectifs, (5) le regroupement des questions par thème cohérent pour parvenir à un questionnaire bien structuré. Cette façon de procéder assure de ne poser que les bonnes questions indispensables au travail conduit. Finalement, le questionnaire comprenait des interrogations relatives à l'entreprise créée, puis des questions sur la façon dont les femmes ont fondé leur affaire et, enfin, des items sur le profil de la femme entrepreneur. A la fin de ce questionnaire, une échelle d'attitude mesurait les traits de caractère des femmes entrepreneurs interrogées. On notera que le libellé des questions dépend aussi du type de traitement des données choisi pour atteindre les objectifs de la recherche. Une page d'introduction précisait l'objectif et l'intérêt de la recherche dans ses grandes lignes ainsi que la contribution qu'elle pouvait apporter aux femmes entrepreneurs iraniennes.

Afin de parfaire le questionnaire, nous l'avons pré-administré en le soumettant à la relecture de 32 personnes (deux spécialistes en stratégie et entrepreneuriat, un expert en management et génie industriel et 29 femmes entrepreneurs de différents secteurs d'activité). Ainsi, par ce test, ont été vérifiés l'intérêt des répondants à participer à la recherche, le temps nécessaire pour remplir le document et la pertinence du mode d'administration prévu.

---

<sup>1</sup> Document interne au Laboratoire ERMES, 2001.



Nous avons utilisé plusieurs types d'administration des questionnaires en fonction de nos possibilités. Plusieurs d'entre eux ont été remplis lors de contacts en face à face dans nos réunions avec des femmes à l'Université de Sharif ou dans leur entreprise. Le questionnaire a aussi été envoyé par courrier électronique, fax ou voie postale (en recommandé), pour les femmes entrepreneurs de Téhéran qui n'avaient ni le temps d'assister à nos réunions, ni la possibilité de recevoir l'enquêteur dans leur société. Pour les femmes entrepreneurs installées en province, nous avons utilisé les différentes méthodes précédentes. Le recours à ces diverses techniques a permis d'augmenter le taux de réponse. Les appels téléphoniques avant l'envoi fournissaient des explications sur le thème général de l'étude, notre affiliation à un Laboratoire de recherche français reconnu sur le champ (le Laboratoire ERMES), notre statut à l'Université de Sharif<sup>2</sup>, des précisions sur le fait qu'il s'agissait d'une enquête universitaire avec la garantie de la confidentialité des réponses, et sur l'importance fondamentale des retours des destinataires pour que la recherche aboutisse. La prise en charge de tous les frais de renvoi des questionnaires a, sans conteste, facilité un taux de retour de réponse élevé (voir ci-dessous) dans le contexte iranien.

La population d'étude comprend les femmes entrepreneurs iraniennes diplômées qui ont créé une entreprise indépendante et innovante depuis plus de 6 mois, seule ou avec des partenaires (équipreneuriat). Elles doivent être réellement dans la gestion, avoir au moins 2 employés et détenir à titre personnel une part significative du capital de l'entreprise (fixée à au moins 25 %). Toutefois, nous avons choisi de ne pas limiter notre population à une seule région et à un seul secteur d'activité, ce qui présente l'avantage d'élargir notre population, mais l'inconvénient d'accroître l'hétérogénéité de l'échantillon final.

Malgré plusieurs mois de recherche, nous sommes arrivés au constat suivant : il n'existe *pas de fichier* permettant de connaître les femmes entrepreneurs iraniennes. Plus de six mois de travail d'une équipe de cinq personnes à temps plein ont été nécessaires pour collecter les informations de tous les fichiers traitant d'une façon ou d'une autre des femmes d'affaires de différents secteurs d'activité, et pour élaborer la première banque de données sur les femmes entrepreneurs iraniennes. Des appels téléphoniques ont permis d'obtenir des informations complémentaires et indispensables pour construire le fichier de base. Les renseignements demandés étaient de nature explicative sur l'entrepreneur et l'entreprise afin de vérifier nos critères d'échantillonnage et, à l'occasion de cet échange, des développements sur l'intérêt de l'étude étaient proposés pour motiver les femmes à participer à notre travail.

Au terme de cette étape délicate, nous avons obtenu un *fichier de 201 femmes entrepreneurs*. Parmi elles, 14 femmes n'ont pas jugé judicieux de répondre à notre demande, 42 ne satisfaisaient pas nos critères d'échantillonnage, 6 n'étaient pas en Iran lors de l'enquête et, enfin, nous ne disposions pas d'une adresse mise à jour pour 14 autres femmes. Au total, *125 questionnaires ont été envoyés ou administrés et 108 ont pu être conservés*. Le taux de réponse est donc de 86,4 %, ce qui constitue un chiffre exceptionnellement élevé. Nous avons dû rejeter 3 questionnaires pour aboutir finalement à 105 questionnaires exploitables.

#### **4.2. La qualité de l'outil utilisé**

Cette préoccupation reçoit une réponse du fait du sondage effectué auprès des experts et de la réalisation du pré-test réalisé pour le questionnaire (Hafeznia, 1998).

---

<sup>2</sup> L'Université de Sharif est la plus cotée du Moyen-Orient.

Pour le sondage auprès des experts, nous avons préparé un questionnaire au sein duquel les facteurs importants dans la création d'entreprises par les femmes iraniennes diplômées ont été listés. Ainsi, un premier questionnaire a été conçu à partir de ces réponses en ce qui concerne les variables de recherche. Quant aux variables relatives aux femmes (l'impact du mariage, du nombre d'enfants à charge, des lois propres aux femmes, etc. dans la création d'entreprises par les diplômées iraniennes), nous devons préciser que la comparaison des avis des experts (parmi lesquels figuraient 3 femmes seulement) a montré des différences de fond considérables. C'est pourquoi nous avons décidé de pré-tester ces variables auprès de 29 femmes entrepreneurs. Nous avons pu observer une convergence de vue entre les avis des entrepreneurs féminins et ceux des experts féminins, d'où des corrections de questions.

D'après Perrien et alii. (1984), la fiabilité représente « *le degré avec lequel les instruments de recherche utilisés mesurent, de façon constante, le construit étudié* ». L'indicateur classique de fiabilité est l'alpha de Cronbach (1951). Dans cette recherche, la cohérence interne de nos questionnaires a été mesurée par l'indicateur alpha de Cronbach. Cet indicateur était de 0.98, pour le questionnaire destiné aux experts, de 0.97 pour le pré-test et de 0.91 pour le questionnaire final. Ces résultats nous confortent dans la fiabilité de nos instruments de mesure.

#### **4.3. Le mode d'analyse retenu**

Un traitement informatique a été choisi. Les questionnaires ont été vérifiés et codifiés pour constituer une banque de données à partir de laquelle des analyses statistiques ont pu être opérées avec l'aide du logiciel SPSS (Statistical Package for the Social Science).

Quant à l'analyse des données, elle a d'abord consisté à calculer les fréquences, les moyennes et les pourcentages d'erreur et, ensuite, à utiliser les tests statistiques tels que l'analyse binomiale et l'analyse de Friedman. L'analyse binomiale est un test non paramétrique utilisé pour déterminer la disposition de l'échantillon statistique en ce qui concerne ses caractéristiques ou ses variables. Dans cette recherche, on utilise le test binomial afin de déterminer les indices et les facteurs influents sur la création de l'entreprise par les diplômées iraniennes. Le chercheur utilise le test d'analyse de la variance de Friedman quand il veut disposer de K (plus de 2) variables dans une interdépendance prioritaire. Dans cette recherche, afin de hiérarchiser les indices et les facteurs influents sur la création des entreprises par les iraniennes diplômées, le test d'analyse de la variance de Friedman a été privilégié.

### **5. –Les résultats de la recherche**

Les premiers résultats donnent une information sur le profil de la femme entrepreneur iranienne diplômée et sur son entreprise. Nous présentons, en premier lieu, le profil de la femme iranienne ayant effectué des études supérieures, puis une description des entreprises qu'elles ont créées, avant de s'intéresser aux déterminants fondamentaux de l'entrepreneuriat féminin iranien retenu.

## **5.1. Le profil de la femme entrepreneur diplômée iranienne**

31,6 % des répondants sont des aînées dans leur fratrie. L'âge moyen des personnes interrogées est de 34 ans et, au moment de la création d'entreprise, 80 % d'entre elles avaient 40 ans ou moins. La grande majorité (76,2 %) d'entre elles est mariée et 14,5 % avaient des enfants de moins de deux ans lors de la constitution de leur société. 73,5 % des femmes entrepreneurs analysées travaillaient plus de 40 heures par semaine dans leur entreprise. 32,4 % ont un père qui a suivi des études universitaires, mais seulement 14,3 % ont une mère dans la même situation. Avant de débiter en affaire, 18,1 % des femmes avaient l'équivalent d'un DEA et 3,8 % avaient un Ph. D. Le niveau actuel de scolarité des femmes enquêtées montre qu'elles ont poursuivi leurs études après leur création d'entreprise. Ainsi, elles ont suivi des cours de perfectionnement dans différents aspects du management. En moyenne, les femmes entrepreneurs avaient 7,6 ans d'expérience de travail, 5,43 ans de pratique dans le secteur d'activité exploité et 4,95 ans de direction ou de management. 22,9 % des femmes en question avaient déjà créé une entreprise ou bien participé à une constitution d'entreprise avant leur propre création.

## **5.2. Le profil de l'entreprise créée**

### **5.2.1. Le secteur d'activité**

32,4 % des entreprises sont positionnées dans le domaine de l'éducation, de la recherche et du conseil. En deuxième place, se situent les services et le secteur industriel avec 28,6 % (transport, packaging, publication, etc.). Dans le secteur de la production proprement dite (17,1 % des cas) apparaissent prioritairement les produits alimentaires, les produits en plastique, la vaisselle, la céramique, les produits de beauté, les tableaux électriques, les tissus, etc. Certaines femmes figurent aussi dans le secteur agricole et l'élevage (8,6 %) avec la production des fruits et légumes, l'élevage des bovins et des ovins, et la pisciculture. Le secteur des produits artisanaux représente 6,7 % et concerne surtout la conception de tableaux, de produits du bois, etc.

### **5.2.2. La forme juridique adoptée et le type de management**

La majorité des entreprises étudiées, soit 48,5 %, sont des sociétés individuelles. 28,7 % sont de type collectif et, finalement, 22 % sont des coopératives. 60 % des entreprises ont été créées pendant les cinq dernières années et seulement 8,6 % d'entre elles ont plus de vingt ans. Près des deux tiers (70,5 %) ont consacré un an ou moins à la planification du lancement de leur entreprise. 80 % des femmes entrepreneurs observées avaient un business plan écrit. Seulement 4,8 % ont, par contre, créé par intuition et se sont lancées dans les affaires sans aucune prévision. Environ 87,7 % des entreprises ont adopté une stratégie de non croissance et ont conservé la taille de micro-firme ou de petite entreprise. 12,5 % ont toutefois bénéficié d'une forte croissance. L'une d'entre elles a commencé avec 20 employés et, actuellement, possède un effectif salarié à temps plein de 575 personnes.

### **5.2.3. Les difficultés rencontrées**

Les principales difficultés soulevées par les personnes interrogées sont liées à des problèmes de régulation (83 %), de bureaucratie (81 %), d'autorisation (79 %), de financement (71 %), de discrimination (69 %), d'accès au marché (65 %), de gestion des coûts (58 %), d'obtention d'une main-d'œuvre qualifiée (55 %), de contact avec des fournisseurs (54 %), de conflits (52 %), de découverte d'un partenaire (40 %) et de management (31 %). Les personnes qui ont soutenu la femme entrepreneur au moment de la création d'entreprise sont : l'époux et les enfants (62 %), la proche famille (27 %), les amies ou collègues de travail (54 %), des spécialistes en management (52 %) et les clients potentiels (42 %). Les facteurs de réussite les plus fondamentaux sont : les traits de personnalité des entrepreneurs (72 %), les bons accompagnateurs (61 %), la connaissance préalable du domaine d'activité ciblé (56 %), l'influence des modèles à suivre (43 %), l'accessibilité aux bonnes ressources (42 %), les études antérieures relatives à la gestion (30 %) et les appuis gouvernementaux (7 %).

Cet exposé des résultats d'ensemble et du profil général de la femme entrepreneur diplômée iranienne et de son entreprise apporte quelques informations sur le sujet traité non disponibles jusqu'ici. Dans le point suivant, nous essaierons de dégager les déterminants ayant un impact sur la création d'entreprise.

### **5.3. Les déterminants principaux de la création d'entreprise par les femmes diplômées iraniennes :**

Les premières informations ont été obtenues auprès d'experts et lors du pré-test du questionnaire. Elles ont été testées ensuite dans la population des femmes diplômées entrepreneurs en Iran.

Les résultats du test binomial montre que les quatre groupes de facteurs analysés (socioculturels, économiques, codes et politiques du gouvernement et réseaux entrepreneuriaux), jouent un rôle privilégié dans la création d'entreprise par les entrepreneurs suivis lors de cette recherche. Le premier résultat important est que seul les réseaux entrepreneuriaux ont un rôle dans le processus de création d'entreprise de notre population, tout en n'ignorant pas que d'autres facteurs ont soit un rôle inhibiteur, soit un rôle sans effet. Dans cette section, nous analyserons le type d'influence de ces facteurs sur la création d'entreprise des iraniennes diplômées. Le tableau suivant consigne les résultats du test binomial.

**Tableau 1 : les résultats du test binomial**

<i>Facteurs environnementaux</i> <i>Prop.</i>	<i>Observed</i> <i>Prop. (1-tailed)</i>	<i>Test</i>	<i>Asymp.Sig</i>
<u>Facteurs socioculturels</u>	.2	.6	.000
L'optimisme de l'entourage	.6	.6	.000
Les convictions traditionnelles	.0	.6	.000
Le rôle de modèle	.1	.6	.000
L'équilibre entre la famille et le travail	.5	.6	.068
La formation	.1	.6	.000
Les catalyseurs sociaux	.4	.6	.540
<u>Facteurs économiques</u>	.4	.6	.383
La crise économique	.1	.6	.000
La croissance du taux de chômage	.2	.6	.000
La croissance du nombre de concurrents	.2	.6	.000
La présence étendue du secteur public dans l'écon.	.1	.6	.000
Les boycottages économiques	0	.6	.000
L'instabilité politique	0	.6	.000
L'accessibilité aux ressources	.1	.6	.000
<u>Les politiques du gouvernement</u>	.5	.6	.010
Code fiscal	.5	.6	.018
Code du commerce, du crédit	.4	.6	.383
Politiques protectrices du gouvernement sur les projets spéciaux	.2	.6	.000
Politiques protectrices du gouvernement sur les coopératives des femmes et des universités	.3	.6	.018
Code douanier	.2	.6	.000
Code du travail	0	.6	.000
Changement rapide des codes et des politiques	0	.6	.000
Opacité du contenu des codes et des politiques	0	.6	.000
<u>Les réseaux entrepreneuriaux</u>	.6	.6	.000
Les membres du réseau	.2	.6	.000
L'époux et les enfants ou les parents	.6	.6	.000
Les proches	.3	.6	.004
Les amis et les collègues	.5	.6	.002
Les spécialistes du management	.5	.6	.006
La clientèle potentielle	.4	.6	.383
L'assistance du réseau	.5	.6	.011
Domaine de l'information	.8	.6	.000
Domaine financier	.6	.6	.001
Domaine éthique	.8	.6	.000
Domaine opérationnel	.7	.6	.000
Domaine planification à long terme	.6	.6	.000
Domaine de la présentation à des personnes intéressantes	.7	.6	.000

### **5.3.1. Les facteurs socioculturels**

Reprenons les successivement sachant que le seul facteur confirmé par le test binomial est l'optimisme de l'entourage des entrepreneurs.

- *L'optimisme de l'entourage* : Dans les recherches en entrepreneuriat féminin, normalement, un entourage de l'entrepreneur négatif constitue un obstacle. Les résultats de notre propre investigation montrent que la plupart des entrepreneurs « femmes » iraniennes ont eu le soutien de leur entourage qui a joué un rôle décisif dans la création de leur entreprise. Selon les résultats obtenus, suite au test binomial, la famille principale, l'époux et le personnel jouent un rôle assez fort dans la création d'entreprise par les diplômées iraniennes. C'est dire que l'opinion de la belle-famille et des autres organisations concernées ne joue pas. Il est intéressant de savoir que l'état d'esprit de l'entourage des entrepreneurs a subi une évolution dans la mesure où ces femmes ont réussi à transformer des avis défavorables en opinions positives envers elles et leur projet.
- *Les convictions traditionnelles de la Société* : les recherches ont mentionné l'importance des valeurs sociales autour de l'entrepreneuriat (Vesper, 1983). Des chercheurs mentionnent que les facteurs sociaux sont aussi importants que l'accessibilité aux crédits, les aides techniques, les moyens physiques et informationnels (Gnyawali et Fogel, 1994). Les résultats du test binomial quant aux normes de la société iranienne, mettent en relief que les convictions traditionnelles et religieuses du pays telles que le travail injustifié des femmes dans le cas où le revenu familial est suffisant, la jeunesse de la femme entrepreneur, les rumeurs (prendre l'entrepreneur pour quelqu'un d'ambitieux, l'opinion selon laquelle le travail de la femme affaiblit l'autorité de son mari et diminue son engagement au sein de la famille, l'opinion plutôt favorable au travail au foyer en tant qu'activité primordiale des femmes, l'intolérance envers certains métiers et professions exercés par des femmes, la présence injustifiée des femmes dans la communauté de travail masculine, la non prise des femmes au sérieux en tant que directrices ou patronnes, le manque de confiance de la société par rapport aux capacités des femmes au niveau du management, la nécessité d'obtention de la permission du mari pour le séjour des femmes à l'étranger, l'insécurité sociale pour les femmes et les problèmes que posent les femmes seules dans les hôtels), ne jouent aucun rôle dans la création d'entreprise par les diplômées iraniennes. On peut affirmer, en effet, que les entrepreneurs femmes iraniennes ont réussi à dépasser ces contraintes contextuelles sociales.
- *Le rôle des modèles* : L'existence de modèles dans la famille et chez les amis a été reconnue par plusieurs recherches comme facteur influençant la motivation pour l'entrepreneuriat (Brockhaus et Nord, 1979 ; Hisrich et Fulop, 1995 ; GEM, 2004). Dans la société iranienne, étant donné le faible nombre d'entrepreneurs femmes et l'ignorance de leur identité dans la société, ce facteur n'a pas eu beaucoup d'effets dans la création d'entreprises des diplômées du pays. Ainsi, 20 % des entrepreneurs femmes étudiées ont joui de l'impact du rôle de modèles dans leur famille et près de 17 % de celui de modèles au sein du groupe d'amis et de proches.
- *L'équilibre entre la famille et le travail* : L'un des obstacles à l'entrepreneuriat féminin plus particulièrement, est la difficulté à gérer le travail extérieur et le travail domestique (Pellegrino et Reece, 1982 ; Hisrich et Brush, 1983 et 1987 ; Honig, Haftel et Martin, 1986 ; Neider, 1987 ; Brush, 1990 ; Ufuk et Ozgen, 2001). Dans nos travaux, 36 % des entrepreneurs féminins diplômées ont mentionné un équilibre difficile entre la vie

professionnelle et la vie familiale : cette situation constitue même l'une des difficultés les plus fortes lors du lancement de leur affaire. Il est vrai qu'un petit pourcentage des entrepreneurs féminins se plaint de l'opposition des rôles. C'est en fait le problème de toutes les femmes iraniennes qui travaillent mais, surtout, celui des femmes entrepreneurs. L'entrepreneur femme encore plus que son homologue masculin exclut de sa vie ses loisirs, ses divertissements et ses passions, pour parvenir à réaliser l'ensemble de ses tâches professionnelles et familiales. Elle se sacrifie donc en se considérant comme la dernière priorité.

- *La formation* : En dépit de l'importance des outils du management, on ignore souvent le besoin de les acquérir et de les maîtriser. Si l'apprentissage des techniques du management semble très utile, surtout dans les pays où les aides extérieures sont limitées, on constate une certaine défaillance en la matière en Iran. Ainsi, nos résultats montrent que la formation au management existe, mais reste encore très peu développée et n'a pas la performance nécessaire pour entraîner l'adhésion des entrepreneurs femmes diplômées. Cela exige donc une programmation de formations appropriées, spécifiques pour les femmes entrepreneurs qui souhaitent se perfectionner.
- *Les catalyseurs sociaux* : De nombreuses recherches ont étudié les catalyseurs sociaux en tant que facteurs poussant ou obligeant les femmes à devenir entrepreneurs (Fried, 1989 ; Deng, Hassan et Jivan, 1995 ; Lacasse, 1990 ; Breen, Calvert et Olivier, 1995 ; Orhan et Scott, 2001 ; Turner, 1993). En Iran, l'insatisfaction du dernier emploi, l'impossibilité d'envisager une promotion à terme, les opportunités offertes par certaines relations directement issues du dernier emploi et la connaissance d'une nouvelle occasion de créer, restent sans conteste les éléments favorisant la création d'entreprises par les femmes de notre population.

### **5.3.2. Les facteurs économiques**

Les résultats montrent qu'aucun facteur économique retenu n'a d'impact positif sur la création d'entreprises par les femmes diplômées iraniennes. La crise économique, la croissance du nombre des concurrents, la présence étendue du secteur public dans l'économie du pays et l'instabilité politique, ont eu plutôt un rôle négatif sur l'esprit et l'intention des iraniennes observées à entreprendre. La croissance du taux de chômage et les boycottages économiques ne jouent pas non plus sur le processus de création. Mieux, d'une manière générale, les facteurs économiques ont plutôt tendance à constituer des freins à la création d'entreprise par les femmes iraniennes diplômées.

Si on s'intéresse à l'accessibilité des ressources telles que financières, informatives et technologiques lors du lancement de l'affaire, on s'aperçoit, à la lecture des résultats de notre recherche, que 7 % des entrepreneurs féminins diplômées étaient en situation de pouvoir aisément accéder aux moyens de financement, 16 % aux informations et 30 % au patrimoine technologique utile à leur activité.

Ces conclusions appuient celles du rapport GEM (2004), au sujet des investissements. Il montre, en effet, que les entrepreneurs apportent eux-mêmes 65,8 % des fonds de lancement. Dans notre étude seulement 55,2 % des femmes entrepreneurs avaient demandé des fonds à leur banque et 10 % d'entre elles ont été satisfaites, 14 % annonçant clairement avoir perçu une discrimination dans la réponse du banquier...

De nombreuses recherches sur les entreprises des femmes vont dans ce sens et avancent que l'accès aux ressources financières et aux subventions jouent un rôle important dans la

performance des entreprises (Bruno et Tyebjee, 1982). La disponibilité de fonds de lancement suffisants intervient de façon très positive dans la réussite, la rentabilité et la croissance du taux de création d'entreprises (Pennings, 1982 ; Brophy, 1989). Malgré les discriminations sexistes mises en relief dans plusieurs recherches (Fay et Williams, 1993 ; Orban, 2001), les iraniennes entrepreneurs suivies ne se plaignent pas dans la majorité des cas, même si des études complémentaires seraient utiles pour approfondir ce problème délicat.

L'accès à l'information constitue un autre problème des femmes iraniennes entrepreneurs et diplômées et forment une sorte de barrière à l'entrée dans le processus entrepreneurial (Allen et Truman, 1993 ; Kantor, 2002). Ainsi, en Iran, le problème des femmes entrepreneurs ciblées portent sur le monopole de l'information qu'ont certains (53 %), la non collaboration des spécialistes ou experts (51,5 %) et le manque d'information (48 %). Enfin, l'accès aux ressources technologiques est rendu difficile pour des raisons annoncées comme liées à l'ignorance (73 %), à la politique (67 %), à l'inaccessibilité des spécialistes ou experts (51 %), aux aspects financiers (44 %).

### **5.3.3. Les codes et les politiques des pouvoirs publics**

Comment le changement des contenus des codes et des politiques du gouvernement joue sur la création d'entreprise et comment leur éventuelle opacité intervient dans le processus entrepreneurial ?

La conclusion évidente qui ressort de l'investigation est l'inefficacité de la plupart des codes existants et des politiques en place pour la création d'entreprise par les femmes diplômées d'Iran. Ainsi, les exonérations fiscales sont considérées comme ayant un rôle mitigé alors que le code du travail, le changement rapide des lois et des politiques accompagnés d'une incompréhension élevée des textes adoptés, jouent de façon fortement négative pour la grande majorité des femmes interrogées.

### **5.3.4. Les réseaux entrepreneuriaux**

Les femmes entrepreneurs ayant répondu à notre enquête, ont déclaré quasi unanimement que leur époux et leurs enfants sont des membres à part entière et essentiels de leur réseau. Elles reçoivent des aides importantes de leur famille et la nature de ces dernières est : morale, psychologique, financière, managériale, voire matérielle et opérationnelle (tous les jours). Tous les types d'aides semblent bienvenues pour les femmes entrepreneurs sollicitées (aides en matière d'information, dans les domaines financier, affectif, opérationnel, de la planification, de la présentation à des personnes intéressantes, etc.). Quand on demande aux femmes iraniennes entrepreneurs de hiérarchiser ces aides, les interventions morales, psychologiques apparaissent en tête alors que les aides financières se classent au dernier rang. Le fait que les réseaux des entrepreneurs féminins se limitent à leur famille est révélateur des problèmes des femmes du pays qui souhaitent s'émanciper. L'insuffisance du temps disponible pour adhérer et participer activement à des réseaux, combinée à l'inefficacité de ces derniers sur le plan informationnel ou en matière de soutien aux femmes, explique la situation de retrait constatée par rapport aux réseaux qu'il conviendrait, de manière impérieuse, de constituer et développer.



## Conclusion

Si les femmes diplômées iraniennes sont motivées pour entreprendre et se mettre ainsi à leur compte, l'environnement ne leur facilite pas la tâche. Ce dernier est plutôt perçu comme un obstacle à la mise en œuvre de leur projet. La figure suivante offre une visualisation de l'importance des facteurs environnementaux dans le freinage ou l'accélération du processus entrepreneurial.

### Les facteurs environnementaux influençant la création d'entreprise par les femmes diplômées iraniennes.

Facteurs socioculturels	Facteurs économiques	Codes et politique du gouvernement	Réseaux entrepreneuriaux
Optimisme de l'entourage + Convictions traditionnelles 0 Présence de modèles 0 Equilibre travail profess. travail domestique 0 Formation 0 Catalyseurs sociaux 0	Crise économique - Croissance tx de chômage 0 Accroissement de la concurrence - Importance secteur public - Boycottages économiques 0 Instabilité politique - Accès aux ressources -	Exonérations fiscales 0 Régulation du crédit 0 Support des projets spéciaux 0 Coopératives des femmes 0 Contraintes douanières 0 Code du travail - Changement fréquent de politique - Opacité des lois et politiques-	Membres du réseau + Assistance du réseau +

**Légende :** + effets positifs, - effets négatifs, 0 effets neutres sur l'entrepreneuriat des femmes diplômées iraniennes.

Outre la constitution d'un fichier actualisé des femmes entrepreneurs en Iran, le travail donne, pour la première fois, une image réelle de ce que représente l'entrepreneuriat d'une catégorie particulière de femmes en Iran. L'impact et les mesures qui viseraient à le développer globalement pourrait être une des solutions à la résolution au moins partielle du chômage dans le pays, et aurait aussi des effets non négligeables sur l'évolution culturelle, sociale et économique.

Plusieurs recommandations peuvent être tirées de ce travail en distinguant les grands groupes de facteurs environnementaux.

#### *Recommandations par rapport aux facteurs socioculturels :*

- Propagation de la culture entrepreneuriale dans le pays en présentant les entrepreneurs modèles, en leur offrant des prix, en diffusant des informations sur le rôle positif de l'entrepreneur dans la société et, plus spécifiquement, de l'entrepreneuriat des femmes ;
- Sensibilisation au sein du système éducatif de l'esprit d'entreprise en mettant l'accent sur les compétences aussi bien des femmes que des hommes en la matière ;
- Diffusion des opportunités entrepreneuriales, issues d'un système d'intelligence économique adapté, dans des revues à grand public ainsi que des aides existantes ;
- Action pour atténuer l'idée que le fonctionariat est l'unique réussite sociale et mise sur un même niveau du salariat et de la création d'entreprise comme solution pour gagner sa vie ;
- Action sur les valeurs actuellement négatives qui sont liées au sexe féminin qui serait voué à la garde des enfants, aux tâches managères et à la vie de la famille, et en faveur

d'une certaine solidarité envers ces activités domestiques pour tous les membres de la communauté familiale ;

- Organisation des formations en entrepreneuriat, sous forme d'acquisitions des compétences dans le domaine et création d'instances du type de celles en émergence en France comme les Maisons de l'Entrepreneuriat et de l'Artisanat (voir dans le Var en France).

*Recommandations par rapport aux facteurs économiques :*

- Création d'un contexte sûr et stable pour ceux qui se lancent dans les affaires afin de créer de la richesse nationale ;
- Prise de mesures pour faciliter l'accès aux ressources qu'elle qu'en soit leur nature et sans discrimination envers les femmes.

*Recommandations par rapport aux politiques à suivre et à la réglementation :*

- Décisions favorisant, encourageant l'entrepreneuriat par des exonérations fiscales et facilités douanières par exemple ;
- Réforme du code du travail afin de l'adapter à la période actuelle et au développement de la création d'entreprise ;
- Réduction de la bureaucratie présente pour celui qui veut créer son affaire afin de réduire le nombre des démarches à effectuer et le coût de ces dernières.

*Recommandations par rapport aux réseaux entrepreneuriaux :*

- Création de centres d'information régionaux à la disposition des entrepreneurs notamment femmes ;
- Offre de consultations spécialisées et de formations gratuites ou à coût réduit en management, et accès facilité aux informations pertinentes dans le cadre des Maisons de l'Entrepreneuriat et de l'Artisanat créées.

**Les limites et les pistes de prolongements de la recherche :**

L'impossibilité d'accéder à une liste de femmes entrepreneurs iraniennes, le manque de coopération de la part des institutions et des organisations gouvernementales ont été des problèmes importants pour la réalisation de ce travail.

Les limites sont donc liées à cette difficulté et à la réticence des femmes pour répondre à certaines questions, compte tenu de leur statut en Iran. Il est clair que celles qui ont participé à notre travail, sont certainement peu représentatives des femmes iraniennes et même des femmes entrepreneurs du pays... Le traitement des données a lui aussi été rudimentaire et d'autres logiciels pourraient aller plus loin dans l'analyse explicative.

On perçoit donc des pistes complémentaires d'enrichissement de la connaissance de cet entrepreneuriat singulier étudié pour la première fois en Iran, que ce soit à partir des données collectées jusqu'ici ou par l'intermédiaire d'autres enquêtes plus larges à réaliser. Par exemple, une typologie des femmes entrepreneurs iraniennes pourrait être recherchée, et une comparaison des résultats obtenus par les femmes avec ceux des entrepreneurs hommes éduqués pourrait être analysée. L'extension de l'étude à toutes les femmes entrepreneurs serait aussi utile afin de vérifier le modèle que nous avons élaboré qui reste la contribution essentielle de la recherche, même s'il reste encore trop peu fouillé.

## **Bibliographie**

- Aldrich, H. et al. (1989). Women on the verge of a breakthrough: networking among entrepreneurs in the united states and Italy. *Entrepreneurship & Regional Development*, 1(1), 339-359.
- Allen, S. and Trumman, C., eds. (1993). Women in Business: perspectives on women entrepreneurs. *London: Routledge Press*. 14-27.
- Ben Hafaiedh, C. (2006) Essai sur l'action collective en entrepreneuriat. 18<sup>e</sup> Congrès des IAE, Montpellier, 3-4 avril, actes, 18 pages.
- Black, N. (1989). Social feminism. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Breen, J., Calvert C. & Olivier, J. (1995). Female entrepreneurs in Australia: An investigation of financial and family issues. *Journal of enterprising culture*, 3(4), 445-461.
- Brockhaus, R. and Nord, W. (1979). An exploration of factors affecting the entrepreneurial decision: personal Characteristic Vs. environmental conditions. Proceedings of the national academy of management.
- Brophy, D. J. (1989). Financing women owned entrepreneurial firms. In, O. Hagan, C. Rivchun, & D. Sexton (Eds.) *Women Owned Businesses* (pp. 55-76). New York: Praeger.
- Bruno, A.V. & Tyebjee, T. T. (1982). The environment for entrepreneurship. In Kent C.A., Sexton D.L., and Vesper K.H., (Eds.). *Encyclopedia of entrepreneurship*. 288-307. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Brush, C.G. (1990). Research on Women Business Owners: Past Trends, A New Perspective and Future Directions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 16(1), 5-30.
- Bygrave, W., (1994). The portable MBA in entrepreneurship. N.Y.: John Wiley & sons Inc.
- Cronbach, L. (1951), "Coefficient alpha and the internal structure of tests", *Psychometrika*, 16(3), 297-334.
- Dana, L. P. (1987). Entrepreneurship and venture creation\_ An international comparison of five common wealth nations. In Gnyawali, Devi R. & Fogel, Daniel S. (1994). *Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4). 43-62.
- Dana, L. P. (1990). Saint Martin/Sint Maarten: A case study of the effects of culture on economic development. *Journal of small business management*, 28(4). 91-98.
- Defreyman, J., Paturel, R. & Richomme, K. (2005), « Réseau social et transmission des PME/PMI », colloque E-management AFME, « Management et Transmission des PME/PMI », ESC Saint-Etienne, 8 décembre, actes sur CD-Rom.
- Defreyman, J., Paturel, R. & Richomme, K. (2006), « Condition Model for Transferring social Capital in Family Business Succession », 3rd International AGSE (Australian Graduate School of Entrepreneurship), conference, Auckland, New-Zealands, 7-10 February, actes, 22 pages.
- Deng, S., Hassan, L. & Jivan S. (1995). Female entrepreneurs doing business in Asia: a special investigation. *Journal of small business and enterprise*, 12, 60-80.

- El-Namaki, M. S. S. (1988). Encouraging Entrepreneurship in developing countries. *Long Rang Planning*, 21(4). 98-106.
- Emin, S. (2003). L'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : le cas française. Thèse pour doctorat en science de gestion. université de pierre mondes France.
- Fried, L. L. (1989). A new breed of entrepreneur-women, *management review*, 78(12), 18-25.
- Gartner, W. B. (1985). A Conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of management review*, 10(4), 696-706.
- Gasse, Y. (2006). Les conditions environnementales de la création d'entreprises dans les économies émergentes *Ouvrage collectif aux éditions de L'Harmattan*.
- GEM (2004). Report on women and entrepreneurship, Global Entrepreneurship Monitor.
- Gibb, A. (1988). Entreprise culture\_ its meaning and implications for education and training. *Journal of Europ*
- Gnyawali, D. R. & Fogel, D. S. (1994). Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 18(4). 43-62.
- Goodman, J. P., Meany, J. W. & Pate, L. E. (1992). The government as entrepreneur: industrial development and the creation of new ventures. In Gnyawali, Devi R. & Fogel, Daniel S. (1994). Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 18(4). 43-62.
- Fay, M. & Williams, L. (1993). Sex of Applicant and the Availability of Business "start-up" finance, *Australian Journal of Management*, 16(1), 65-72.
- Hafeznia, M. (1998). Une introduction sur la méthodologie de la recherche en sciences humaines, 40-49.
- Harrison, R. T., & Mason, C. M. (1988). Risk finance, the equity gap, and new venture formation in the United Kingdom: the impact of business expansion scheme. In Gnyawali, Devi R. & Fogel, Daniel S. (1994). Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 18(4). 43-62.
- Hawkins, D. L. (1993). New business entrepreneurship in the Japanese economy. *Journal of Business Venturing*, 8, 137-150.
- Hisrich, R. D., & Brush, C. (1983). The woman entrepreneur: Implications of family educational and occupational experience. In J. A. Hornaday, J. A. Timmons, & K. H. Vesper (Eds.), *Frontiers of entrepreneurial research* (pp. 255-270). Boston, MA: Babson College.
- Hisrich, R. D., Brush C.G. (1987). Women Entrepreneurs: A Longitudinal Study. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA: Babson College, 187-199.
- Hisrich, R. & Fulop, G. (1995). The Role of women entrepreneur in Hungary's transition economy. *International studies of management organization*. 24(4). 100-
- Honig-Haftel, S., & Martin, L (1986). Is the female entrepreneur at a disadvantage? *Thrust*, 7(1,2), 49-65.

- Hurley, Amy E. (1991). "Incorporating Feminist Theories into Sociological Theories of Entrepreneurship." Paper presented at the Annual Meetings of the Academy of Management, Miami, FL, August.
- Jaggar, A. (1983). *Feminist politics and human nature*. NJ: Rowman and Allenheld.
- Jennings, D. (1994). *Multiple perspectives of entrepreneurship test, readings, and cases*, Cincinnati, Ohio: South-Western Publishing Co.
- Kantor, P. (2002). Promoting women's entrepreneurship development based on good practice programmes: some experience from the north to the south. ILO'S InFocus programme, Working paper no 9. 79 pages.
- Lacasse, R. M. (1990). *La petite entreprise au Canada: le cas particulière de l'entrepreneuriat féminin dans le secteur manufacturier*, thèse de doctorat en science de gestion, université de Nice Sophia-Antipolis.
- Lee-Gosselin, H. and Grise, J. (1990). Are women-owners challenging our definitions of entrepreneurship? An in-depth survey. *Journal of business ethics*, 9(4) and 9(5), 423-433.
- Lerner, M., Brush, C.G. & Hisrich, R. D. (1997). Israel Women Entrepreneurs: An Examination of Factors Affecting Performance. *Journal of Business Venturing*, 12(4), 315-339.
- Management Systems International (1990). Entrepreneurship training and strengthening entrepreneurial performance. In Gnyawali, Devi R. & Fogel, Daniel S. (1994). *Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications*. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 18(4). 43-62.
- Manning, K., Birley, S., & Norburn, D. (1989). Developing new ventures strategy. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 14(1). 69-76.
- McClelland, D.C. & Winter, D.G. (1969). *Motivating economic achievement*. New York: Free Press.
- Mokry, B. w. (1988). *Entrepreneurship and public policy: Can government stimulate start-ups?* New-York: Quorum Books.
- Neider, L. (1987). A preliminary investigation of female entrepreneurs in Florida. *Journal of Small Business Management* 25 (3): 22-29.
- Nelson, G. W. (1989). Factors of friendship: relevance of significant others to female business owners. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 13(1), 7-18.
- OECD Newsletter. (1996): *The rise of women entrepreneurs*.
- Orban, M. (2001). Women Business owners in France: the issue of financing discrimination. *Journal of Small Business Management*, 95-102.
- Orhan, M. & Scott, D. (2001). Why Women enter into entrepreneurship: an explanatory model. *Women in management review*, 16(5), 232-247.
- Paturel, R. (2005), « Quels rôles pour les Universités iraniennes dans le développement de l'entrepreneuriat du pays ? », partie 1 : « L'initialisation de la relation entre Université et Entrepreneuriat », chapitre 1 de l'ouvrage (313 pages) sur « Université et entrepreneuriat, une relation en quête de sens », coordination Christophe SCHMITT, collection CEDIMES, Edition L'Harmattan, pages 41-59.

- Paturel R., (2005) « Pistes de réflexion en vue de l'élaboration d'une grille de positionnement des pratiques de l'entrepreneuriat », 4<sup>e</sup> congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat sur « L'accompagnement en situation entrepreneuriale : pertinence et cohérence », 24-25 novembre, actes sur le site de l'AE, 25 pages.
- Pellegrino, E. T., & Reece, B. L. (1982). Perceived formative and operational problems encountered by female entrepreneurs in retail and service firms. *Journal of Small Business Management*, 20 (2), 15-25.
- Reynolds, P. D. (1991), « Sociology and entrepreneurship: concepts and contribution », *Entrepreneurship: theory & practice*, (winter), 47-69.
- Perrien, J., Cherone, E. J. & Zins, M. (1984), recherche en marketing : méthodes et décisions, Paris : Gaétan morin.
- Pennings, J. M. (1982). Organizational birth frequencies: An empirical investigation. *Administrative Science Quarterly*, 27, 120-144.
- Saber, F. (2002). Le développement de l'entrepreneuriat féminin en Iran. Roshangarn publication, 176 pages.
- Shabbir, A. & Gregorio, S. D. (1996). An Examination of The Relationship between Women's Personal Goals and Structural Factors Influencing Their Decision to Start a Business: The case of Pakistan. *Journal of Business Venturing*, 11(6), 507-529.
- Shapero, A. (1975). Entrepreneurship and Economic Development. Entrepreneurship and enterprise development: A worldwide perspective, Milwaukee: proceeding of project ISEED.
- Staley, E. & Morse, R. (1971). Developing entrepreneurship: Elements for a program. In Gnyawali, Devi R. & Fogel, Daniel S. (1994). Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 18(4). 43-62.
- Stevenson, L. A. (1986). Against all odds: The entrepreneurship of women. *Journal of Small Business Management*, 24 (4), 30-36.
- Stevenson, L. (1990). Some methodological problems associated with researching women entrepreneurs. *Journal of Business Ethics*, 9 (4/5), 439-446.
- Turner, C. (1993). Women's businesses in Europe: EEC initiative, In Allen, S., & Truman, C. (eds.). *Women In Business: Perspectives on Women Entrepreneurs*. London: Routledge: 133-147.
- Ufuk, H. & Ozgen, O. (2001). Interaction between the Business and Family Lives of Women Entrepreneurs in Turkey. *Journal of Business Ethics*, 31(2), 95-106.
- Vanderwerf, P. & Brush, C. (1989). Toward agreement on the focus of entrepreneurship research: progress without definition. (Paper presented at the national academy of management, Washington, D. C.)
- Vesper, K. H. (1983). Entrepreneurship and national policy. Chicago: Walter E. Heller International corporation institute for small business.
- Westhead, P. (1990). A typology of new manufacturing firms in Wales: performance measures and public policy implications. *Journal of Business Venturing*, 5, 103-122.
  - Young, E. C. & Welsch, H. P. (1993). Major elements in entrepreneurial development in central Mexico. *Journal of Small Business management*, October, 80-85.

*Les principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminin en Iran*

- Year book of statistique de l'Iran. (2002).
- Zouiten, J. (2004). L'entrepreneuriat féminin en Tunisie. (papier présenté au Xvème colloque international du CEDIMES)