



République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et la Recherche Scientifique



Université Stambouli de Mascara

Faculté des Sciences Economiques, Sciences Commerciales et Sciences de Gestion

**Laboratoire Management des Collectivités Locales et Développement Local
(MCLDL)**

Mémoire de Magister en Economie Sociale & Développement Economique

La réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie

Présenté par : M^{lle} BERRFAS IMENE

Sous la direction de : Mr. BENABOU DJILALI, Professeur à l'université de Mascara.

Jury :

Président : Mr. BENBAYER HABIB, Professeur, Université d'Oran.

Rapporteur : Mr. BENABOU DJILALI, Professeur, Université de Mascara.

Examineur : Mr. SOUAR YUCEF, Professeur, Université de Saida.

Examineur : Mr. TCHIKO FAOUZI, Maître de conférences (A), Université de Mascara.

Examineur : M^{me}. MELIANI ZOUBIDA, Maître de conférences (A), Université de Mascara.

Examineur : Mr. ZEGAI DIAB, Maître de conférences (A), Université de Saida.

Année universitaire : 2015-2016

Dédicaces

Je dédie ce travail :

Tout d'abord à Dieu le Tout Puissant de m'avoir donné le courage, la santé, et m'a accordé son soutien durant les périodes les plus difficiles.

A ma mère qui m'a soutenue durant mes études et ne m'a jamais privée de son amour, de son attention et de ses encouragements, à toi maman je dédie ce travail.

A l'âme de mon très cher père qui a tant espéré voir ce jour, qu'il trouve ici l'expression de ma profonde gratitude, et qu'il soit fier de moi comme il l'a toujours été.

A mes sœurs, mon frère et mon beau-frère.

*A mes petits princes **ABDERAHMEN, RAYAN et ISSAM.***

*A celui que j'aime beaucoup et qui m'a soutenue tout au long de ce projet : mon fiancé **MAHMOUD.***

A toute ma famille.

A tous mes amis et amies.

Et à tous ceux qui m'ont aidé.

Imene

Remerciements

*Je remercie vivement mon directeur de mémoire, Monsieur **BENABOU DJILALI** d'avoir accepté d'encadrer ce travail et d'avoir surtout cru au sujet, je le remercie pour sa compréhension, ses encouragements, son soutien moral et scientifique accordé tout au long de ce travail. Qu'il trouve ici l'expression de ma profonde gratitude.*

Mes remerciements vont également aux membres du jury, pour leur contribution scientifique lors de l'évaluation de ce travail. Qu'ils trouvent ici, en mon nom, ma reconnaissance la plus sincère.

*Je remercie aussi énormément Monsieur **MOKHTARI FAYÇAL** qui nous à aider d'améliorer nos recherches, en y accordant une méticuleuse attention, ainsi que pour ses conseils, sa disponibilité et son extrême amabilité.*

*Je tiens à remercier particulièrement et du fond du cœur Madame **MELIANI ZOUBIDA**, pour ses conseils avisés et ses critiques constructives.*

*Je renouvelle mes vifs remerciements à mes amis **ZOHEIR, MUSTAPHA** et à tous mes collègues de la promotion pour leurs aides et leurs encouragements tout au long de ce travail.*

Mes remerciements vont enfin à toutes les étudiantes et les femmes entrepreneurs (e) qui ont accepté de participer à cette recherche et aux personnes qui ont contribué, par la mise à ma disposition des informations, à l'élaboration de ce travail.

Il me reste à ne pas oublier de remercier tant de personnes, que je ne peux nommer, de peur d'en oublier ; que toutes sachent qu'elles sont bien présentes dans mon esprit et dans mon cœur.

IMENE BERREFAS

Résumé :

L'intérêt à l'entrepreneuriat féminin connaît une importance croissante dans la plupart des pays et particulièrement dans les pays en voie de développement. Cependant, ce dernier désigne bien la part réservée aux femmes dans tous les domaines de la vie économique et sociale.

En effet, Ce travail s'intéresse à l'entrepreneuriat féminin en Algérie et pour bien le mener, on a adopté une démarche hypothétique –déductive où on a développé un questionnaire sur la base des deux fameux modèles théoriques, le modèle d'Ajzen et celui de Shapero et Sokol destiné aux étudiantes considérées potentiellement comme des futures femmes entrepreneurs (e). Ainsi, pour bien l'illustrer on a recouru à des entretiens individuels avec des femmes entrepreneurs (e) de différentes wilayas.

Les principaux résultats indiquent une forte intention entrepreneuriale chez les jeunes femmes étudiantes dans la wilaya de Mascara. Aussi, la participation des femmes Algériennes dans la création d'entreprise est omniprésente dans tous les secteurs d'activité (services, artisanat, industrie...). Et même, si elles ne sont pas nombreuses et leurs entreprises ne soient pas assez développées et connues et malgré toutes les contraintes confrontées au terrain, elles luttent jusqu'à la fin pour concrétiser leurs idées en tant que porteuses de projet.

Mots clés : *Entrepreneuriat féminin, intention entrepreneuriale, processus entrepreneurial, modèle de femme entrepreneur (e), étude exploratoire.*

Abstract:

The interest in entrepreneurship knows a growing importance in most countries and especially in developing countries. However, the latter means well the share reserved for women in all areas of economic and social life.

Indeed, this work focuses on female entrepreneurship in Algeria and well needed, something hypothetical - deductive where it developed a questionnaire based on the famous two theoretical models, the model of Ajzen and Shapero and Sokol students potentially considered future women entrepreneurs (e) was adopted. So, to illustrate it was used individual interviews with women entrepreneurs (e) from different wilayas.

The main results indicate a strong entrepreneurial intent young women students in the wilaya of Mascara. Also, the participation of Algerian women in entrepreneurship is omnipresent in all sectors of activity (services, crafts, industry,...). And even if they are not numerous and their businesses are not sufficiently developed and known and despite all the constraints confronted had ground, struggle to the end to make their ideas as the carriers of project.

Keywords : *female entrepreneurship, entrepreneurial intention, entrepreneurial process, model of women entrepreneur (e), exploratory study.*

ملخص:

إن الاهتمام بالمقاولاتية عند الإناث يدرك أهمية متزايدة في معظم البلدان، وخصوصا في البلدان النامية. وهو يدل على حد سواء، الجزء المخصص للنساء في جميع مجالات الحياة الاقتصادية والاجتماعية. في الواقع، يركز هذا العمل على المقاولاتية عند الإناث في الجزائر وقد اعتمدنا على المنهج الافتراضي الاستنتاجي حيث تم تطوير استنطج مبني على نموذجين نظريين شهيرين، نموذج **Ajzen** و نموذج **Shapero & Sokol** موجه للطالبات الجامعية التي تعتبر كمقاولات مستقبلية. كما تطرقنا أيضا إلى إجراء مقابلات فردية مع مقاولات من ولايات مختلفة. تشير النتائج الرئيسية إلى التوجه المقاولاتي القوي للطالبات الجامعية نحو المقاولاتية في ولاية معسكر. أيضا، إن مشاركة المرأة الجزائرية في خلق المؤسسات تتخلل جميع القطاعات (الخدمات، والحرف والصناعات ...). وحتى لو كان العدد قليل، وأعمالهم ليست متطورة بما فيه الكفاية وعلى الرغم من كل القيود التي يواجهونها، فهن يصمن حتى النهاية علي تحقيق أفكارهم علي ارض الواقع .

كلمات البحث : المقاولاتية عند الإناث ، التوجه المقاولاتي، العمل المقاولاتي ، نموذج المرأة المقاولاتية ، دراسة استكشافية.

Sommaire

Introduction générale	1
Chapitre 1 : Le cadre théorique de la recherche	11
Introduction	12
Section 1 : Le champ de l'entrepreneuriat	13
Section 2: Le champ de l'entrepreneuriat féminin	25
Section 3 : L'intention entrepreneuriale au sein du champ de l'entrepreneuriat	32
Conclusion	40
Chapitre 2 : Spécificité du sujet de recherche et principaux résultats empiriques dans la littérature	41
Introduction	42
Section 1 : L'entrepreneuriat féminin	43
Section 2 : L'intention entrepreneuriale	56
Section 3 : L'intention entrepreneuriale des femmes	65
Conclusion	69
Chapitre 3 : La réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie	70
Introduction	71
Section 1:L'entrepreneuriat des jeunes femmes promotrices (ANSEG, ANGEM, CNAC) de la wilaya de Mascara (Approche quantitative)	72
Section 2 : L'intention entrepreneuriale des femmes (Approche qualitative)	78
Section 3 : L'entrepreneuriat féminin (Approche qualitative)	105
Conclusion	116
Conclusion générale	117
Références bibliographiques	120
Liste des tableaux	129
Liste des figures	131
Annexe	136

Introduction générale
&
Problématique

A l'heure actuelle, le phénomène de l'entrepreneuriat joue un rôle important dans plusieurs pays, il s'impose et participe dans tous les domaines de la vie économique et sociale comme la création d'emploi, la rénovation de la structure économique...et d'autres. Par ailleurs, il procure de l'attachement et de l'engouement aux individus qui veulent s'orienter vers une carrière entrepreneuriale et créer leur propre emploi ou entreprise.

Toutefois, nombre de chercheurs et praticiens ont ausculté ce phénomène en assimilant les déterminants majeurs de l'acte entrepreneurial comme, les croyances, les attitudes, les traits de Personnalité et les caractéristiques sociodémographiques..., etc. Cependant, d'autres auteurs se sont concentrés sur la phase intentionnelle du phénomène entrepreneurial et notamment sur les modèles d'intention entrepreneuriale, Krueger, N.F., Reilly, M.D. et Carsrud A.L., (2000). Pour cela, il est intéressant de démêler et d'éclaircir cette phase.

En effet, le développement de la notion d'intention a été accordé par une contribution d'approche théorique hétérogène comme la sociologie, la psychologie et la gestion..., etc. Donc pour éviter la particularité de ces approches, il est indispensable d'analyser le concept d'intention dans un aspect entrepreneurial, Léna S., (2011). En outre, l'intention reflète le degré d'inspiration à l'action, elle est conçue comme « *un indicateur de la volonté à essayer et bon prédicateur du changement du comportement* », Kolveried I, (1996)¹. Alors, mesurer l'intention entrepreneuriale des femmes semble une bonne stratégie de recherche pour comprendre la réalité de l'entrepreneuriat féminin.

En outre, l'entrepreneuriat féminin est une conception de plus en plus incontestable, elle est définie par Claudia U., (2004)² comme étant : « *Encourager le développement des activités économiques des femmes par le biais de la promotion entrepreneuriale qui peut avoir une incidence positive dans un certain nombre de domaines, il contribue à la croissance économique et offre des opportunités d'emploi. Il permet en outre d'améliorer le statut social, la formation, l'état de santé des femmes et de leurs familles.* ».

Alors, elle désigne bien la part réservée aux femmes dans tous les domaines de la vie économique et sociale.

¹ **Kolveried I.**, "Prediction of employment status choice intentions, Entrepreneurship" Theory and Practice, fall, p.47-56, 1996

² **Claudia U.G.**, « La promotion de l'entrepreneuriat féminin Les stratégies et outils du cycle de projet », Section Emploi et Revenus, Suisse ; www.ddc.admin.ch/thematique, 2004.

Dans la littérature, plusieurs articles et recherches ont analysé ce phénomène et surtout à la fin des années **1970** et début des années **1980**. Et dès le **20^{ème}** siècle, l'ONU à assuré les droits de la femme à l'égalité et à la liberté.

D', depuis les années **80**, les femmes entrepreneurs (e) ont joué un rôle prépondérant dans l'élargissement de l'entrepreneuriat dans plusieurs pays comme la création d'entreprise. Cependant, malgré cette importance partout dans le monde, le taux de femmes entrepreneurs(e) reste très faible en Algérie par rapport au taux d'entrepreneurs masculins ou par rapport à la proportion de femmes dans l'ensemble de la population, Tahir M.F., (2010). Ce constat a été prouvé par Anne Gillet (2007)¹, qui affirme malheureusement que le taux est faible, ainsi que les études sont presque inexistantes au sujet des femmes entrepreneurs en Algérie.

Par ailleurs, comme le notait la ministre déléguée chargée de la famille et de la condition féminine lors de l'intervention à l'ouverture du colloque international sur « l'entrepreneuriat féminin en Algérie: opportunité, contraintes et perspectives », l'entrepreneuriat féminin représente un taux très faible de **27%** par rapport à la population féminine totale ou au nombre total des entrepreneurs.

D'un coté, ce chiffre demeure faible, mais il désigne plus au moins l'existence d'un potentiel de développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie. Et cela ne doit pas nous faire illusion que ce nombre nous découragera dans l'avenir.

Enoncé de la problématique :

Dès lors, le but de cette recherche est de savoir : **Quelle est la réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie ?**

Il est intéressant de démontrer :

Les différentes approches et paradigmes qui ont identifié l'entrepreneuriat ainsi que l'entrepreneuriat féminin ? Aussi d'éclaircir la notion d'intention entrepreneuriale au sein du champ de l'entrepreneuriat ? Et quelles sont ses modèles théoriques mobilisés? Or, nous nous attachons à traiter la spécificité de l'entrepreneuriat féminin dans les études

¹ **Gillet A.**, « Les entrepreneurs algériens créateurs de petites entreprises : un groupe hétérogène entre logiques sociales, domestiques et logique économique capitaliste », CNAM-GRIOT, *Documents de travail*, 2002.

empiriques. Et enfin, d'interpréter la réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie à travers deux approches une quantitative et l'autre qualitative?

Hypothèses de la recherche :

L'hypothèse est conçue comme étant une proposition anticipée de réponse, une idée pressentie, le point de départ nécessaire de toute recherche mais qui attend la validation par la vérification argumentative et statistique.

Emin S., (2004)¹ note que pour pouvoir favoriser l'intention, il faut agir parallèlement sur les perceptions de désirabilité et de faisabilité entrepreneuriales, Krueger (1993). L'hypothèse afférente s'énonce comme suit :

- **Hypothèse 1 :** L'intention entrepreneuriale des femmes est affectée par les perceptions de faisabilité et désirabilité entrepreneuriales.

Tounés A., (2006)² indique que la connaissance des attitudes d'un individu permet de prédire son comportement, or, L'attitude oriente l'individu vers le comportement souhaité en guidant son action Vallerand, (1994). Nous énonçons ainsi la deuxième hypothèse :

- **Hypothèse 2 :** L'attitude a un impact sur l'intention entrepreneuriale des femmes envers la création d'entreprise.

Tounés A., (2006) mentionne que les normes sociales désignent l'effet des comportements des autres en tant que source d'influence sur nos propres comportements, Gergen et alii, (1992). L'hypothèse relative à la norme subjective s'énonce comme suit :

- **Hypothèse 3 :** Les normes subjectives ont une influence sur l'intention entrepreneuriale des femmes envers la création d'entreprise.

Tounés A., (2006) montre que les perceptions du contrôle comportemental sont un outil précieux pour comprendre l'intention, Krueger et Brazeal., (1994). Nous formulons l'hypothèse suivante :

- **Hypothèse 4 :** Le contrôle comportemental influence l'intention entrepreneuriale des femmes envers la création d'entreprise.

¹ **Emin S.**, « Les facteurs déterminants de la création d'entreprise par les chercheurs publics: application des modèles d'intention », *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol.3, N°1 ,2004 .

² **Tounés A.**, « L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français », *Revue des sciences de gestion*, P. 57 - 65 ,2006 .

Objectif de recherche :

L'objectif principal de cette recherche est de comprendre la réalité de l'entrepreneuriat féminin à travers une phase majeure de l'acte entrepreneurial amont : l'intention entrepreneuriale, au moins pour l'échantillon de notre étude.

Intérêt de la recherche :

Les résultats attendus permettront de comprendre et d'expliquer la réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

Délimitation du sujet :

Dans le souci de mieux cerner ce travail, il convient d'en préciser les limites. Ce travail se borne sur l'entrepreneuriat féminin et précisément sur la compréhension de la réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie à travers l'intention entrepreneuriale. Néanmoins nous ne cherchons pas à généraliser les résultats de la présente étude du moment où il y a des limites et des restrictions liées à l'échantillon de notre étude.

La construction de l'objet de recherche :

Thietart et Coll., (2007)¹ mentionnent que le but d'une recherche que l'on désire à relever c'est en quelque sorte la réponse à la question générale que la recherche s'efforce de satisfaire : « Qu'est ce que je cherche? ». Construire un objet de recherche dépend de la construction des éléments théoriques, empiriques ou méthodologiques pour découvrir d'autres objets semblables à ceux-ci, afin d'expliquer, de prédire, de comprendre ou de changer la réalité.

De même, les recherches sur l'entrepreneuriat féminin sont rares. Ainsi dans la littérature entrepreneuriale, un questionnement semble révéler pour les praticiens et chercheurs (Comment présager l'intention entrepreneuriale des femmes ?), Allard P.F., et Marechal C., (2007). Alors, pour éclairer ce phénomène, on se repose sur le modèle de l'événement entrepreneurial et du comportement planifié pour mieux cerner l'approche méthodologique et empirique et d'interpréter la réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

¹Thietart R.A., Coll., « Méthodes de recherche en management », 3ème édition, Dunod, Paris, p.34-56, 2007.

Le positionnement épistémologique de la recherche:

Thietart et Coll. (2007)¹ postulent que le positionnement épistémologique de cette recherche doit être déterminé au sein du champ de l'entrepreneuriat. Vu que toute recherche contient un aspect méthodologique ainsi que des résultats visant à s'imposer, prévoir, et enrichir la démarche de recherche. Toutefois cet aspect épistémologique contient trois questions :

« Quelle est la nature de la connaissance produite ? Comment la connaissance est-elle engendrée ? Quels sont la valeur et le statut de cette connaissance ? », Ces questions nous permettent d'assortir des réponses engendrées par trois paradigmes épistémologiques en sciences de l'organisation : le paradigme positiviste, le paradigme interprétativiste et le paradigme constructiviste.

En outre, le paradigme positiviste est conçu comme le paradigme le plus dominant en sciences de l'organisation et tend à expliquer la réalité. Le paradigme interprétativiste focalise généralement sur les sciences humaines et particulièrement sur les sciences de l'organisation, il cherche à faire comprendre la réalité. Et finalement, le paradigme constructiviste qui se présente au sein des sciences de l'organisation vise à la construire, David et al, (2000).

D'ailleurs, le paradigme interprétativiste est un peu plus utilisé que les autres paradigmes et apparaît plutôt comme un paradigme méthodologique dans le domaine d'entrepreneuriat, ce dernier est parfois accordé au paradigme constructivisme, Goba et Lincoln, (1989), et parfois considéré comme un troisième paradigme épistémologique, (1999).

A cet égard, toute recherche interprétative cherche à comprendre la réalité du phénomène en se basant sur les croyances et les motivations propres des individus Schwedt, (1994). C'est-à-dire que ces individus vont créer eux même cette réalité, Hudson et Ozène, (1988).

Dans cette recherche, le paradigme méthodologique identifié par rapport aux deux paradigmes précédents est l'interprétativiste, car la finalité de cette recherche est de comprendre la réalité par la prédiction de l'intention entrepreneuriale des femmes.

Toutefois, voici les justifications de ce choix :

¹ Op. Cit, **Thietart R. A.**, Coll., 2007.

- Cette recherche ne vise pas à formuler des règles universelles (positivisme) ou de les construire (constructivisme), elle cherche de comprendre les croyances et les motivations propres des individus (femmes) dans une perspective interprétativiste.
- Au sein du paradigme constructiviste, la réalité est construite. Cependant le but de cette recherche est de comprendre non de construire la réalité de l'entrepreneuriat féminin.

Principes interprétativistes	Adéquation de la recherche
Phénoménologie du réel	L'entrepreneuriat féminin
Interaction : la relation entre l'objet et le sujet	La réalité de l'entrepreneuriat féminin à travers l'intention entrepreneuriale des jeunes femmes étudiantes.
Finalité : comprendre les croyances et les motivations propres des individus.	L'intention entrepreneuriale est mesurable, elle existe dans l'esprit de l'individu, l'évaluation de l'intention par le questionnaire conclut à la réalité de l'entrepreneuriat féminin.

Source propre

Tableau .1.L'adéquation entre le paradigme interprétativiste et la recherche

La nature de la connaissance :

Thietart et Coll. (2007)¹ confirment que la nature de la connaissance appartient à la réalité envisagée et que l'on espère comprendre, c'est-à-dire, la nature de la réalité connaissable.

Toutefois, pour les positivistes, la réalité existe en soi. Ainsi ils affirment qu'elle ne dépend pas nécessairement de préférences personnelles des acteurs ou observateurs, elle est connaissable en elle-même. Par ailleurs, le résultat qu'obtient le chercheur ne démontre pas la réalité. En contrepartie, les interprétativistes s'opposent totalement aux positivistes, pour eux, la réalité est éphémère, inconnaissable et indirecte, elle dépend de l'esprit de l'observateur qui l'apercevait.

¹ Op. Cit, **Thietart R. A., Coll.**, 2007.

En outre, notre recherche s'appuie sur l'illustration de la réalité de l'entrepreneuriat féminin à travers l'évaluation des intentions des jeunes femmes étudiantes.

Le chemin de la connaissance :

Ainsi, les deux auteurs affirment que le chemin de connaissance qu'emprunte le paradigme interprétativiste reste largement guidé par l'idée que « la réalité est inconnaissable », il passe par la compréhension émanant de la signification ou l'interprétation donnée par les individus qui fonde leur comportement en prenant compte leurs croyances, leurs attitudes liées à la réalité. Donc, Il ne s'agit plus d'expliquer cette réalité mais de la comprendre. Cependant, comprendre, c'est-à-dire donner des interprétations aux comportements.¹

En parallèle, cette recherche consiste avant tout à développer une démarche qui doit prendre en compte les intentions, les principes, les inspirations, et les raisons des femmes qu'en font celles-ci sur l'entrepreneuriat pour pouvoir comprendre la réalité de l'entrepreneuriat féminin étudié. Pourtois et Desmet., (1988).

Les critères de validité de la connaissance :

Toute recherche tend à évaluer une connaissance produite à travers un certain nombre de critères de validité. A cet égard, pour les interprétativistes la connaissance produite doit intégrer une description détaillée du phénomène étudié ainsi que des aspects théoriques et contextuelles, Geezt (1973), ils remettent également en cause les critères classiques identifiés par les positivistes, la primauté de la logique déductive qui permet de passer d'observations particulières à des énoncés généraux et au caractère universel. Thietart R. A., et Coll. (2007).

Pour cette recherche, le traitement de la relation entre l'intention et l'entrepreneuriat passe par des prémisses et des hypothèses pour s'assurer de la vérité au travers d'une vérification empirique. Dés lors, pour asseoir la validité de la connaissance produite ; nous pouvons adopter une logique hypothétique-déductive.

¹ Op. Cit, **Thietart R. A., Coll.**, 2007.

La démarche hypothétique-déductive :

Pour respecter les critères précédents, la logique de raisonnement de notre recherche qui comprend un cadre théorique et empirique sera **hypothétique--déductive**. Or, la logique déductive est un raisonnement qui permet de passer d'hypothèses à la vérité d'une proposition, c'est-à-dire qu'une vérité est définie puis testée, et enfin validée ou rejetée. Thietart R. A., et Coll. (2007).

Dans le cas de notre étude, la réalité de l'entrepreneuriat féminin qui sera envisagée à travers deux modèles théoriques (théorie de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol et théorie du comportement d'Ajzen) aboutissant à la formulation d'hypothèses de recherche supposées, à l'analyse quantitative et qualitative et enfin à la validation du phénomène étudié.

Plan et structure du travail :

Hormis l'introduction et la conclusion ce travail se décompose en trois chapitres :

- **Le premier chapitre** présentera le cadre théorique de la recherche, il se décompose en trois sections :
 - La première section traitera le champ de l'entrepreneuriat.
 - La deuxième section se concentrera sur le champ de l'entrepreneuriat féminin.
 - La troisième section déterminera l'intention entrepreneuriale au sein du champ de l'entrepreneuriat.
- **Le deuxième chapitre** démontrera la spécificité du sujet de recherche et les principaux résultats empiriques dans la littérature, il se décompose en trois sections :
 - La première section s'intéressera à l'entrepreneuriat féminin.
 - La deuxième section examinera l'intention entrepreneuriale.
 - La troisième section focalisera sur l'intention entrepreneuriale des femmes.
- **Le troisième chapitre** présentera la réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.
 - La première section présentera l'approche quantitative de l'entrepreneuriat des jeunes femmes entrepreneurs (e) promotrices (ANSEG, ANGEM, CNAC) de la wilaya de Mascara.
 - La deuxième section se concentrera sur l'approche qualitative de l'intention entrepreneuriale des jeunes femmes étudiantes.
 - La troisième section portera sur l'approche qualitative de l'entrepreneuriat féminin dans de différentes wilayas.

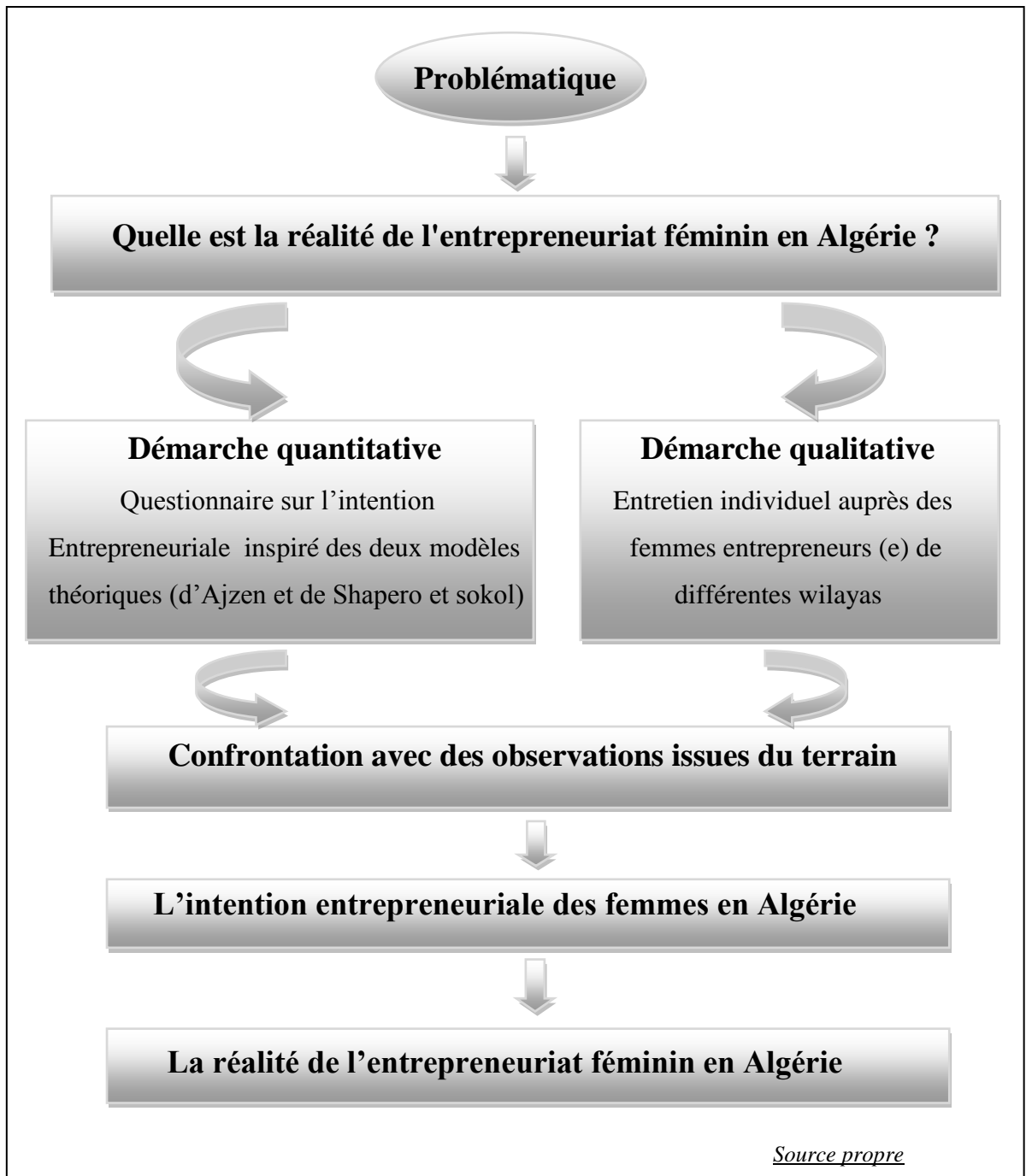


Figure .1. La construction de l'objet dans le processus de recherche

***Chapitre 1 : le cadre théorique de
la recherche***

Introduction :

A l'heure actuelle, le monde entrepreneurial joue un rôle intéressant dans tous les domaines de la vie sociale, économique...etc., comme la création d'entreprises et l'attribution au développement économique. Pour cela, il prend de plus en plus de l'ampleur chez les économistes, les sociologues et même chez les hommes politiques. Ainsi, dans une société faisant de l'égalité entre femmes et hommes, il est intéressant que les femmes investissent dans le domaine d'entrepreneuriat et qu'elles deviennent aussi des entrepreneurs(e).

Dés lors, ce premier chapitre de cette recherche va nous permettre de pénétrer au cœur de l'entrepreneuriat et d'approfondir quelques notions clés. Notre point de départ est de montrer, avant toute autre chose les différents courants de pensée de l'évolution de la recherche en entrepreneuriat .Et dans un deuxième temps, nous mettons en relief les différentes approches et modèles de l'entrepreneuriat féminin. Par la suite, nous présentons le cadre contextuel de l'intention entrepreneuriale et ses principales modélisations.

Section 1 : Définitions, approches et paradigmes de l'entrepreneuriat

1. Définition de l'entrepreneuriat :

Le concept de l'entrepreneuriat ni nouveau ni unique, il prend plusieurs conceptions. Pour cela, il nous a paru intéressant d'éclairer cette notion à travers deux visions : une anglo-saxonne et l'autre globale.

En outre, Léger J.C., (2013)¹ dans son ouvrage intitulé « **l'entrepreneuriat** » a indiqué que la première vision de l'entrepreneuriat est plutôt anglo-saxonne, elle repose sur deux approches :

- Selon l'approche de l'émergence organisationnelle, effectuée par Gartner, (1988, 1990, 1993), l'entrepreneuriat est conçue comme étant « *un processus qui permet à un individu de créer une nouvelle organisation* ». Cette approche à été reprise autrement par Aldrich, (1999), Sharma et Chrisman, (1999).
- Selon l'approche de l'identification et l'exploitation d'opportunités, emmenée par Shane et Venkataraman (2000) sur les traces de Stevenson et Jarillo, (1990), l'entrepreneuriat désigne « *le développement d'une nouvelle activité économique suite à l'identification et l'exploitation d'opportunités. Cependant, elle ne conduit pas forcément à la création d'une nouvelle organisation* ». Cette notion à été reprise, notamment par le programme d'indicateurs d'entrepreneuriat OCDE²-Eurostat, (2012).

Cette vision a mit l'acte entrepreneurial au cœur du champ économique en lui accordant des principes et des valeurs humaines, sociales et environnementales , Steyaert et Hjorth, (2004).

Par ailleurs, Bruyat, (1993)³ mentionne que la seconde vision est plus globale, elle considère l'entrepreneuriat comme étant « *un mode de comportement pluridimensionnel et complexe qui s'appuie sur une relation dialogique individu (seul ou en équipe)/création de la valeur et inscrite dans un environnement et dans un espace donné* ».

¹Léger J.C., « Le Grand livre de l'entrepreneuriat », Dunod, p.7- 8, 2013.

²Organisation de coopération et de développement économique.

³Bruyat C., « Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation », thèse pour le doctorat en sciences de gestion, ESA, université de Grenoble 2, 1993.

Or , « *c'est la façon ou la capacité d'agir et de concevoir les choses différemment ou bien d'essayer de faire de nouvelles idées, de les développer et de les expérimenter avec flexibilité ,tant qu'il existe une possibilité de changement et de renouvellement* ». Léger J.C., (2013).

Toutefois, les deux visions renvoient à l'esprit d'entreprise. La première s'appuie sur « l'esprit d'entreprise aboutissant à la création d'entreprise » et la deuxième sur « l'esprit entrepreneurial » seulement. Léger J.C., (2013).

Dés lors, ce qu'on peut tirer de ces deux visions précédentes, c'est que l'entrepreneuriat désigne le développement de l'esprit entrepreneurial qui aboutit à la création d'entreprise.

1.2. Fondements théoriques de l'entrepreneuriat :

« Au sein du capitalisme, c'est rarement où les chercheurs et les économistes évoquent l'idée de l'entrepreneuriat, ils se sont focalisé surtout sur des analyses macroéconomiques (depuis la main invisible de Smith), et sur des analyses microéconomiques (depuis l'individualisme méthodologique de Walras) »¹, Boutillier, Uzunidis, (2011); Landstrom, Lohrke, (2010).

En effet, la théorie de l'entrepreneur est bâtit sur les travaux de ces trois économises, Richard Cantillon (fin XVII), Jean-Baptiste Say (début XIX siècle) et Joseph A. Schumpeter (début xx siècle).

Richard Cantillon a été le père et le fondateur de la théorie économique de l'entrepreneur .Il a défini l'entrepreneur comme celui qui supporte l'incertitude du marché et assume le risque. Environ un siècle plus tard, Jean-Baptiste Say a défini l'entrepreneur comme étant l'intermédiaire entre le savant (connaissance) et l'ouvrier (entreprise). Et dès le début du XX siècle, J.A.Schumpeter a présenté l'entrepreneur comme étant l'agent économique qui réalise de nouvelles combinaisons de production, c'est-à-dire, un agent innovant. Léger J.C., (2013). Donc, ces trois économistes ont formé l'apport théorique de l'entrepreneur qui a forcément évolué depuis le XVIII siècle jusqu'à l'aube du XX siècle.

¹ Op.cit. Léger J.C., 2013.

La période où « l'économie a sorti du carcan féodal (corporation, réglementation, etc.) pour entrer dans celle du capitalisme industriel »¹. Ces trois économistes ont formulé l'équation entrepreneuriale de base : Léger J.C., (2013).

Entrepreneur = incertitude + risque + innovation

Ils n'ont certes pas été les seuls (Walras, Menger, Marx, Marshall, Coase, etc.) à s'intéresser au sujet, mais ils ont été les seuls à focaliser leurs écrits sur l'entrepreneur. Léger J.C., (2013)

¹ Op.cit. Léger J.C., 2013.

1.3. Paradigmes de l'entrepreneuriat :

Selon Verstraete et Fayolle (2005)¹, le domaine de recherche en entrepreneuriat prend de plus en plus de l'ampleur chez les chercheurs et les praticiens .Et notamment, ils s'intéressent aux paradigmes de l'acte entrepreneurial.

En outre, le paradigme, est conçue comme étant « *une vision du monde pour désigner l'ensemble d'expériences, de croyances et de valeurs influençant la façon dont un individu et/ou un ensemble d'individu qui perçoit la réalité et réagit à cette perception* », Jaziri, (2009).

Or, Verstraete et Fayolle, (2005) l'ont défini comme « *une construction théorique (concept, modèle, théorie ou tout autre qualificatif résultant d'une intellectualisation d'un objet) faisant l'objet d'une adhésion d'une partie suffisamment significative des chercheurs qui partagent le point de vue proposé par le paradigme au sein de la communauté* ».

Ainsi, l'intérêt grandissant de l'entrepreneuriat a mené plusieurs chercheurs à s'intéresser au paradigme .Par conséquent, pour mieux cerner le champ de l'entrepreneuriat sous ses différentes formes, il est nécessaire de se référer à la littérature paradigmatique tout en identifiant l'interdépendance de ces paradigmes qui forme la structure de ce champ. Jaziri, (2009).

Verstraete et Fayolle, (2004)², ont identifié quatre paradigmes fondamentaux dans la recherche en entrepreneuriat :

- Le paradigme de l'opportunité d'affaires.
- Le paradigme de la création d'organisation.
- Le paradigme de la création de valeur.
- Le paradigme de l'innovation.

Cependant, Robert Paturel (2007)³ a balisé sept paradigmes dominants dans le domaine de recherche en entrepreneuriat. Et il les a identifiés dans cette idée suivante : « *Ne pourrait-on pas avancer que l'entrepreneuriat est, à partir d'une idée, l'exploitation d'une opportunité dans le cadre d'une organisation impulsée, créée de toute pièce ou reprise dans un premier temps, Puis développée ensuite, par une personne physique seule*

¹ Verstraete T., Fayolle A., « Revue de l'Entrepreneuriat », vol.4, N°1, 2005.

² Verstraete T., Fayolle A., « Quatre paradigmes pour cerner le domaine de recherche en entrepreneuriat », C.I.F.E.P.M.E., Montpellier, 2004.

³ Paturel R., « Grandeurs et servitudes de l'entrepreneuriat », *Revue Internationale de Psychosociologie*, Cairn, N° 31, 2007.

ou en équipe qui subit un changement important dans sa vie, selon un processus qui aboutit à la création d'une valeur nouvelle ? » .

A travers cette idée, on n'envisage que le phénomène de l'entrepreneuriat s'appuie sur sept paradigmes, ou approches épistémologiques proposés aux chercheurs.

1.3.1. Paradigme des traits individuels :

Ce paradigme cherche à répondre à la question « Qui ? ». Et permet d'étudier les aspects individuels (sociodémographiques, professionnelle, attitudes, finalités,...) de l'entrepreneur tout en prenant compte quelques traits individuels récurrents pour les entrepreneurs audacieux. Toutefois, au sein de ce paradigme, il s'avère que les entrepreneurs sont issus d'un entourage dont les parents ou les proches sont eux-mêmes considérés comme des modèles à imiter. Or, comme des entrepreneurs. Gasse, D'Amours, (2000).

Par ailleurs, le paradigme des traits s'intéresse aussi à l'incidence de l'environnement ou du milieu immédiat sur le développement de l'acte entrepreneurial. Effectivement, le milieu immédiat influence largement la présence de plusieurs entreprises dans une communauté. Mezhoudi, (2000).

Paturel, (2007)¹ a confirmé que dans le domaine de recherche en entrepreneuriat, ce paradigme a connu une certaine limitation et restriction. En outre, il n'a pas pu constituer un « profil robot » de l'entrepreneur. De même, les résultats principaux des recherches empiriques basées sur ce type de paradigme sont paradoxales, ambiguës, et peu convaincantes, Danjou, (2002). Car, ces traits individuels ne reflète pas forcément le caractère de l'entrepreneur ; même s'il est vrai que le milieu entrepreneurial immédiat renforce l'ambition et le dynamisme entrepreneurial du futur entrepreneur à moins qu'il y ait un extrême changement pour l'entrepreneur comme l'échec ou la réussite dans le milieu des affaires, qui va lui changer son statut, son métier, sa fonction d'organisation celle créée ou reprise et de son mobilité géographique, etc.. Par conséquent, Diochon et Ali, (2001)² les considèrent comme autant des entrepreneurs naissants.

¹ **Paturel R.**, «Grandeurs et servitudes de l'entrepreneuriat», *Revue Internationale de Psychosociologie*, N° 31, 2007.

² **Diochon M., Ali**, "From conception to inception: Initial findings from the Canadian study on entrepreneurial emergence", Proceedings of 14 the Administrative Sciences Association of Canada, London, Ontario, p.41-51, 2001.

1.3.2. Paradigme des faits entrepreneuriaux :

Selon, Jaziri (2009)¹, ce paradigme est très réaliste. Il répond à la question «Quoi?» et permet d'identifier le comportement de l'entrepreneur.

Par contre, Paturel (2007)², a indiqué que ce paradigme « *revêt un grand danger* », car il pourrait faire croire à l'universalité des parcours que le succès révélé est une règle, alors que les statistiques en matière d'échecs sont démotivantes pour ceux qui veulent s'orienter vers le domaine des affaires. Par ailleurs, ce paradigme des faits consiste à évaluer les attitudes et les compétences entrepreneuriales du créateur par l'initiative que celui-ci adopte dans ses démarches. Toutain, (2006).

Donc, il s'agit de se focaliser sur les performances et les attitudes de l'entrepreneur ainsi que sur sa capacité psychologique et comportementale pour pouvoir déterminer son identité. De même, le paradigme des faits permet d'analyser l'acte entrepreneurial afin de compléter le paradigme de processus. Bekolo, (2007). Aussi, il tend à étudier et d'analyser la réalité praxéologique ou l'action humaine de l'individu, c'est-à-dire, ses faits, ses motivations, ses attitudes et ses capacités entrepreneuriales.

Cependant, dans le contexte académique de l'entrepreneuriat, une approche par les faits peut être prédite par le besoin d'accomplissement (le pouvoir, le contrôle, l'autonomie, l'indépendance et le degré de prise de risque), ou par les aspects psychologiques (le dynamisme et la maintenance). Ensuite, par les traits culturels individuels (les attitudes, les comportements, les motivations et les inspirations) .Et enfin, par les facteurs sociales et relationnels comme les ajustements entrepreneuriales, le désir d'ascension sociale, l'influence des réseaux sociaux et les réseaux d'alliance familiale et/ou matrimoniale.

1.3.3. Paradigme de l'impulsion d'une organisation :

Les travaux effectués par Gartner (1995)³ montrent que le domaine de l'entrepreneuriat est axé sur le phénomène de la création d'entreprise, or, l'entrepreneuriat est la création d'une nouvelle organisation, « *New venture creation is the organizing of new organisations* ».

¹ **Jaziri R.**, « Une vision renouvelée des paradigmes de l'entrepreneuriat : Vers une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat », 2009.

² Op, cit, **Paturel R.**, 2007.

³ **Gartner W.B.**, « Words lead to deeds: towards an organizational emergency vocabulary », Georgetown University, 1995.

Au sens du Gartner, le processus d'entrepreneuriat dépend de l'émergence de nouvelles organisations, soit, la création d'une nouvelle activité indépendante. Ce qui a mené à considérer l'organisation ou l'entreprise comme étant un résultat du processus entrepreneurial.

Cependant, Ce propos a été repris par Verstraete, (2003), Ce qui a l'incité à faire recours à une « *pensée systémique intégrant l'action et son résultat* » en vue de comprendre l'organisation.

De même, Bygrave et Hofer, (1991)¹ ont relevé une corrélation entre ce paradigme et celui de l'opportunité des affaires étant donné que « *Le processus entrepreneurial implique toutes les fonctions, les activités et les actions associés à la perception des opportunités de la création d'organisations afin de les poursuivre* ».

En outre, il ne faut pas penser uniquement à impulser une nouvelle organisation (création ex- nihilo²) mais aussi à celle existante et reprise, une dimension oubliée ! Paturel, (2007). Donc il semble que ce paradigme est un peu limité.

1.3.4. Paradigme de l'opportunité d'affaires :

Au sens du Jaziri (2009)³, dans le parcours de recherche en entrepreneuriat, ce paradigme est très récent. Il est présenté dans les travaux effectués par Venkataraman S., (1997) .En outre, le processus entrepreneurial est défini, ici, comme étant « *l'examen approfondi de comment, par qui et avec quels résultats sont découvertes, évaluées et exploitées les opportunités de création de futurs biens et services*».

Par conséquent, l'origine de ce paradigme de l'opportunité d'affaire vient du marketing, dans le but de répondre à des besoins non encore satisfaits sur le marché, chose qui a apporté une importance pour ce paradigme dans le domaine de l'entrepreneuriat. Ainsi, Peter Drucker, (1985)⁴ a classifié les opportunités sous trois formes :

- Les opportunités rencontrées au sein des marchés qui sont « le fruit d'inefficience due à une asymétrie d'information ou aux restrictions technologiques pour répondre à des besoins non satisfaits ».

¹ Bygrave W. D., Hofer C. W., « Theorizing about Entrepreneurship », *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 16, N° 2, 1991.

² **Création ex- nihilo** : La création d'une nouvelle entreprise à partir du rien.

³ Op, cit, Jaziri R., 2009.

⁴ Drucker P. F., "Innovation and Entrepreneurship", New York, Harper and Row, 1985.

- Les opportunités qui sont le résultat de changements exogènes qui affectent les conditions sociales, politiques, démographiques ou économiques.
- Les opportunités issues de différentes formes d'innovations et découvertes et qui créent de nouvelles connaissances.

D'ailleurs, Venkataraman , (1997) a proposé un modèle entrepreneurial bâti sur l'idée que les opportunités de profit sont le résultat de l'inefficience du marché.

Baygrave et Hofer, (1991) ont associé ce paradigme à celui de la création d'entreprise, tandis que Timmons (1994)¹ l'associe au paradigme de processus ; comme en fait état la définition suivante : «*Entrepreneurship is a way of thinking, reasoning, and acting that is opportunity obsessed, holistic in approach, and leadership balanced for the purpose of value creation and capture.*».

Cependant, Shane et Venkataraman, (2000) défendent ce paradigme tout en lui associant le paradigme de processus (découverte, évaluation et exploitation de l'opportunité). Dans la même perspective, la saisie d'une opportunité constitue l'approche qui assure la plus forte durabilité au projet .Girard, (2007).

Dans tous les cas, selon Paturel (2007)² « l'entrepreneuriat revient à organiser de façon originale, nouvelle, si possible difficilement imitable et peu substituable, des ressources possédées, en vue de saisir une opportunité d'affaires ». En outre, si l'opportunité soit reconnue ou créée, le challenge et le but consistent dans son exploitation.

1.3.5. Paradigme du processus entrepreneurial :

Le domaine de l'entrepreneuriat est assez récent, dès lors beaucoup de chercheurs et praticiens le conçoit comme étant un processus.

Selon Shane et Venkataraman (2000) : « *L'entrepreneuriat est l'étude scientifique du comment, par qui et avec quels effets, les opportunités de création de nouveaux produits et services sont détectées, évaluées et exploitées.* » Jaziri R., (2009)³.

Au sens du Gartner (1995)⁴ aussi « le processus entrepreneuriat dépend de l'émergence de nouvelles organisations ».

¹ Timmons J. A., « New venture creation ». Irwin, Mc Graw-Hill, 1994.

² Op. Cit, Paturel R., 2007.

³ Op. Cit, Jaziri R., 2009.

⁴ Op, Cit, Gartner W. B., 1995.

Par ailleurs, Johannisson , (2003)¹ a présenté l'entrepreneuriat comme « *un processus dans lequel des ressources, indépendantes à l'origine, sont réorganisées d'une nouvelle façon pour saisir une occasion d'affaires* ».

Or, Schmitt, (2008)² a envisagé l'entrepreneuriat comme « *un processus finalisé de transformation de l'entreprise et, par conséquent, du marché sur lequel agit cette transformation, comme l'explique Schumpeter* ».

En général, ce paradigme tend à révéler et d'expliquer les différentes étapes de la création d'une nouvelle entreprise ex-nihilo ou de la reprise, afin d'en identifier les problèmes et de les expliquer pour y apporter des solutions et des remèdes. Parallèlement, ce paradigme traite la notion d'engagement entrepreneurial prédit par une phase majeure du processus entrepreneurial amont : l'intention entrepreneuriale.

1.3.6. Paradigme de l'innovation:

Ce paradigme est très ancien, il est bâti sur les travaux de l'économiste Joseph Schumpeter d'origine autrichienne (1987) qui a relevé que l'émergence, la restructuration ainsi que le renouveau du tissu économique libéral revient à l'entrepreneur en créant des entreprises, des emplois...etc. Jaziri (2009).

Par ailleurs, Schumpeter (1987)³ a défini l'entrepreneur comme « *l'innovateur qui procure la destruction créatrice* ». Cette destruction créatrice est conçue comme étant « *un processus par lequel des entreprises nouvelles, fondées sur des innovations, se substituent à des entreprises vieilles et routinières, ce qui provoque une disparition des firmes et branches anciennes, donc une (destruction), mais aussi l'apparition de nouveaux secteurs porteurs* ». A cet égard, Friedrich Von Hayek, (1945) a balisé deux formes de connaissances génératrices d'innovation amont : les connaissances scientifiques et les connaissances ordinaires.

Schumpeter a focalisé sur l'innovation purement scientifique bâti sur le progrès technique. Cependant, les travaux d'Alter, (2000)⁴ se sont concentrés sur l'innovation ordinaire menée par l'ensemble des acteurs de l'organisation qui possèdent un savoir ou un savoir-faire révélateur et différent aux « connaissances de circonstances particulières de

¹ **Johannisson B.**, « La modernisation des districts industriels : rajeunissement ou colonisation managériale ? », *Revue internationale PME*, vol. 16, N° 1, p. 11-41, 2003.

² **Schmitt C.**, « Renouveler le regard sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales », Université du Québec, 2008.

³ <http://sesperso.voila.net/tss/chap1/Chapitre1.html>.

⁴ **Alter N.**, « L'innovation ordinaire », Paris, PUF, 2000.

temps et d'espace », Hayek (1945). Ces connaissances qui ont un trait implicite peuvent attribuer à « l'émergence d'innovations originales et mal reproductibles » .Jacobson, (1992).

Tout cela va contribuer à la création de valeur nouvelle provenant de l'exploitation de ces types d'innovation applicables dans une organisation nouvelle ou reprise. Paturol, (2007).

1.3.7. Paradigme de la création de valeur nouvelle ou de captation de la valeur existante :

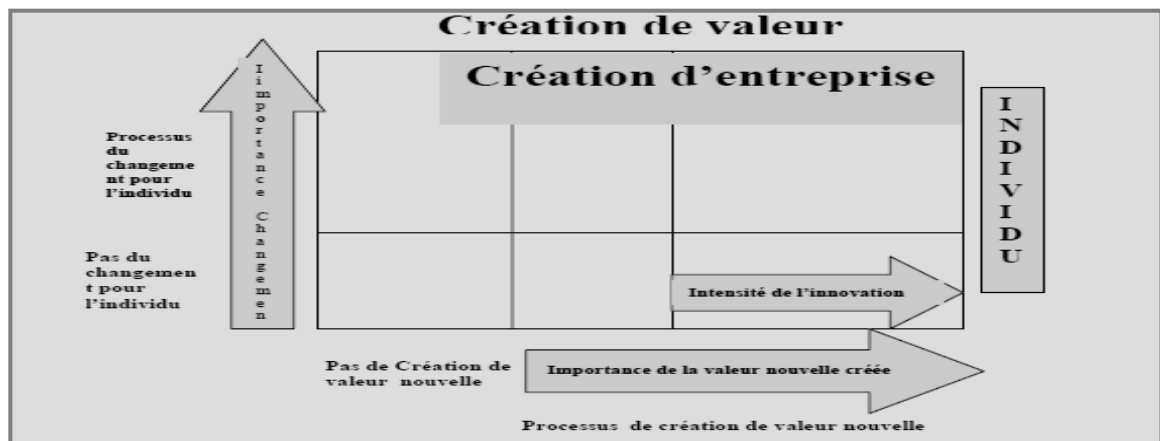
Ce paradigme de la création de valeur est étendu au paradigme de l'innovation. En fait, les types d'innovation applicables dans une organisation nouvelle ou reprise peuvent intervenir dans la création de la valeur. Paturol (2007).

D'ailleurs, cette approche de création de la valeur a été soutenue par Christian Bruyat dans sa thèse de doctorat (1993)¹ en matière de modélisation de l'acte entrepreneurial. Dont il a affirmé que, « *l'objet scientifique étudié dans le champ de l'entrepreneuriat est la dialogique individu/création de valeur qui s'inscrit dans une dynamique de changement* ».

Ainsi, pour cet acteur, « *l'individu est une condition nécessaire pour la Création de valeur, il en détermine les modalités de production, l'ampleur... Il en est l'acteur principal* ».

Bruyat a déterminé la dialogique individu/création de la valeur dans la figure suivante :

¹ **Bruyat C.**, « Création d'entreprise : Contribution épistémologique et modélisation », Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Université Pierre Mendés France, Grenoble, 1993.



Source : Paturel 2007

Figure. 2 .La grille de Bruyat (1993)

Comme en fait état la grille, la création de valeur joue un rôle principal dans la vie de l'individu (son statut social, ses moyens, sa fonction ...) .En effet, elle permet aussi de modifier ses caractéristiques (ses compétences, ses attitudes, ses principes ...).

A travers cette conception du phénomène, quelques aspects ou dimensions ont été mises en place par plusieurs chercheurs : l'individu-objet créé (une organisation et/ou une innovation), l'environnement et le processus. La seule différence est que l'aspect individu-objet forme une dialogique et que celle-ci est au sein des préoccupations de recherche. Ainsi, cette dialogique est influencée par l'environnement lointain ou proche et peut réagir avec lui.

1.3.8. Le paradigme de projet :

L'entrepreneuriat et l'idée de projet (le paradigme de projet) sont indissociables. Paturel (2007). En effet, le projet est défini comme suit : « *une figure de l'anticipation, qui peut, certes permettre de scénariser l'avenir, mais aussi d'instruire les rationalisations de l'action* » Bréchet, Desreumaux, Lebas (2005).

L'ouvrage de J.P. Boutinet, (1993)¹ intitulé « anthropologie du projet » s'avère une référence de base pour illustrer ce paradigme de projet. En effet, un projet fait la combinaison de quatre domaines :

- Le domaine architectural qui constitue l'articulation entre la conception et la réalisation du projet.
- Le domaine politique qui traite la vision sociétale du projet.

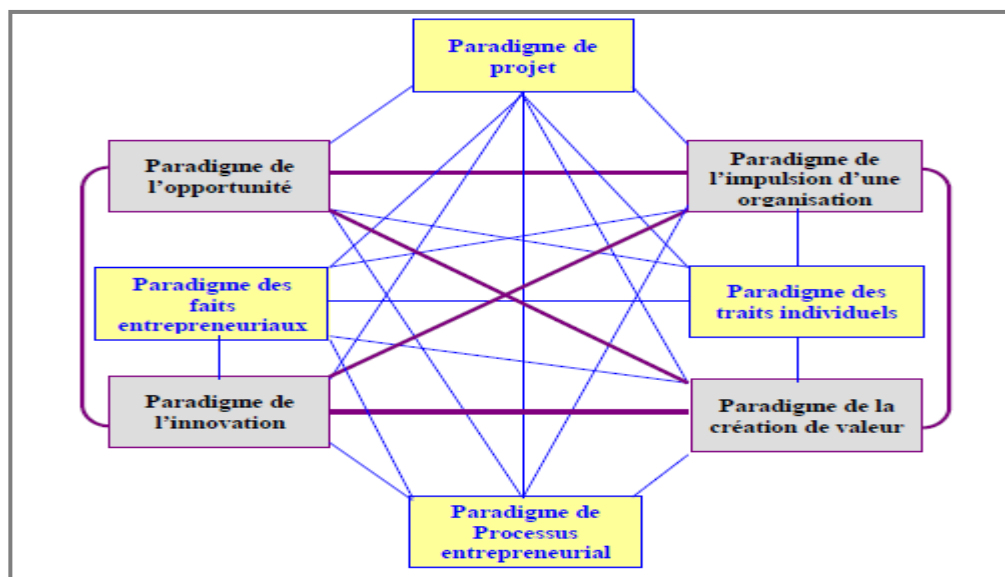
¹ Boutinet J.P., « Anthropologie de projet », Paris, PUF, 1993.

- Le domaine philosophique qui traduit l'intentionnalité suite à laquelle émerge le projet.
- Le domaine pragmatique qui explique l'instrumentation du projet.

1.4. Analyse des liens possibles entre les huit paradigmes :

Selon, Gartner (1995), le phénomène de l'entrepreneuriat est extrêmement lié aux paradigmes de l'opportunité, de l'innovation, de la création de valeur et de l'impulsion d'une organisation. De même, Verstraete et Fayolle (2004) ont élaboré les différentes corrélations entre les quatre paradigmes avancés par eux.

Cependant nous illustrons les liens possibles entre les huit paradigmes que nous retenons et les adoptants de Paturol (2006) dans la figure suivante :



Source : Paturol 2006

Figure.3. Représentation des liens entre les huit paradigmes de l'entrepreneuriat

En effet, les quatre paradigmes dont le fond est gris clair et les liens en violet sont ceux avancés et menés par Verstraete et Fayolle, (2004), alors que ceux en jaune ont été illustrés par Paturol (2007).

A travers cette représentation, les huit paradigmes sont classés en trois catégories selon les corrélations qui les réunissent.

Chapitre 1 : le cadre théorique de la recherche

La première catégorie se concentre sur les paradigmes ayant des liens (6) avec tous les autres à savoir : Jaziri (2009).

- Le paradigme de Projet.
- Le paradigme de la création de valeur.
- Le paradigme de l'impulsion d'organisation.

La seconde catégorie se concentre sur les paradigmes qui intéressent plus les chercheurs notamment : Jaziri (2009).

- Le paradigme des processus.
- Le paradigme de l'opportunité d'affaire.
- Le paradigme des faits entrepreneuriaux.
- Le paradigme de l'innovation.

Cependant le paradigme ayant le moins de liens avec les autres étant celui des traits individuels ce qui explique « son obsolescence ».

A cet égard, Les interrelations entre les huit paradigmes sont utiles dans la manière où l'entrepreneuriat est « un processus qui revendique la plupart de ces paradigmes ». Jaziri (2009).

Section 2 : le champ de l'entrepreneuriat féminin

2. L'entrepreneuriat féminin :

Le concept de l'entrepreneuriat féminin prend plusieurs acceptations. Pour cela, il nous a paru intéressant de l'éclaircir pour mieux le cerner.

Actuellement, l'entrepreneuriat féminin joue un rôle important dans la société moderne, il s'impose de plus en plus. En effet il est défini comme étant « *l'action de créer de la richesse, de l'emploi, en concrétisant un projet de création et de développement d'entreprises par les femmes* »¹.

2.1. Femme entrepreneur (e) :

Selon Simone de Beauvoir, « *On ne naît pas entrepreneure, on le devient !* ». Aussi tout devait mal commencer : « *entrepreneur est un mot masculin, entrepreneure n'existe pas !* »².

En fait, Lavoie (1988)³ a défini la femme entrepreneur (e) comme étant : « *la femme qui, seule ou avec un ou des partenaires, a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui assume les risques et responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe quotidiennement à sa gestion courante* ».

Par conséquent, Annie cornet et Christina Constantinidis, (2007)⁴ ont le conçu comme suit : « *la femme qui n'est pas sous contrat de travail salarié mais exerce son activité soit sous le statut d'indépendant (personne physique et/ou profession libérale), soit comme actionnaire d'une société (personne morale) et elle assume les risques, les responsabilités financières, administratives et sociales liées au développement de son activité* ».

Cette activité professionnelle peut être considérée comme une source principale de revenu, ou comme un revenu complémentaire.

¹ Enquêtes, articles & synthèses des étudiants de l'ESAM et du CFAIGS du Cycle Mastère Professionnel (1ère année). « 1ère édition de la journée de l'entrepreneuriat », Mercredi 18 juin 2014, la Mairie du 10ème arrondissement.

² Séverine I., Virginie C., Bouchra R.B., Anna N., Lois M.S., « Femme et entrepreneur, c'est possible ! », Pearson, 2012.

³ Lavoie., Dina., « Les entrepreneures : pour une économie canadienne renouvelée », Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme, Ottawa, p. 3, février 1988, rapport Wallonie, Anne C., 2008.

⁴ Annie C., Constantinidis C., « Entreprendre au féminin : une réalité multiple et des attentes différenciées », *Revue française de gestion*, 2007.

Filion (1997) a relevé que, la femme entrepreneur (e) est « *une personne qui prend des risques financiers pour créer ou acquérir une entreprise et qui dirige de manière innovante et créatrice en développant de nouveaux produits et en conquérant de nouveaux marchés.* ».¹

En général, ce qu'on peut tirer de ces différentes acceptations, c'est qu'il existe plusieurs notions de femme entrepreneure qui signifie à la fin :

- Une femme créatrice d'une entreprise.
- Une femme innovante.
- Une femme indépendante et responsable.
- Une femme qui aime le goût des risques.

2.2. La féminisation de l'entrepreneuriat « approche par genre » :

Selon, Dif A., (2010)², les travaux effectués par Anne Gillet, (2003) affirment que l'entrepreneuriat féminin est au cœur des problématiques du développement du travail féminin et de l'entrepreneuriat.

En fait, « la féminisation de l'entrepreneuriat s'est apparue avec l'émergence de l'approche du (genre)³ », Ainsi, beaucoup de chercheurs et praticiens se sont intéressés à la question de la femme entrepreneur (e) et à l'approche genre, pourquoi ?

2.2.1. L'approche genre :⁴

Selon la (FAO)⁵, « l'approche genre », désigne « *les différentes opportunités offertes aux hommes et aux femmes, les rôles qui leur sont assignés socialement et les relations qui existent entre eux* ». C'est-à-dire l'égalité des sexes. Il s'agit donc de composantes fondamentales du processus de développement de la société afin d'aboutir à des politiques, des programmes et des projets des organismes internationaux et nationaux.

¹ Christian L., « l'observatoire de l'entrepreneuriat féminin », Fudicial, p.13, 2006.

² Dif A., « Quelle place pour l'entrepreneuriat féminin en Algérie ? », mémoire de magister, faculté des Sciences de Gestion et des Sciences commerciales et des Sciences Economiques, Oran, p.16, 2010.

³ Genre : « La notion du **genre** renvoie aux constructions sociales et culturelles du féminin et du masculin, des rôles respectifs de l'un et de l'autre sexe, des compétences attribués aux hommes et femmes qui se construisent autour des différences biologiques des femmes et des hommes. », selon Anne C., & Constantinidis C., « l'entrepreneuriat, théories, acteurs, pratiques », p.117, 2007.

⁴ www.fao.org

⁵ "Food and Agriculture Organization of the United Nations".

Dés lors, la question du genre connait une importance croissante dans tous les domaines de la vie économique et sociale. Elle est étroitement liée à la vie quotidienne des individus (hommes et femmes) et à leurs rôles dans la société.

2.2.2. Historique :¹

Dés le début des années 1970, l'approche de bien-être (FED/WAD)² était dominante. Avec cette approche, les femmes sont considérées comme des bénéficiaires passives de l'aide et non des actrices du développement. En effet, cette approche repose sur le rôle reproductif des femmes : épouses, mères, ménagères, et sur l'allégeance des activités dans le cadre de leurs rôles sociaux. Villa M., (2005).

Pendant la décennie des Nations Unies pour la femme (1975-1985), le rôle des femmes a été bien défini dans le développement. A cette époque là, l'approche (IFD)³ s'est apparue, cette approche est bâtie sur l'acte de participation des femmes dans le processus du développement afin qu'elles puissent bénéficier des programmes.

La fin des années 80 a été marquée par l'apparition de l'approche (GED)⁴, cette approche s'est concentrée sur les rapports sociaux (les rapports entre les hommes et les femmes) qui jouent un rôle primordial dans l'approche genre comme : la transformation des rapports inégaux de genre, c'est-à-dire l'égalité des sexes, l'élimination de toutes types de discrimination à l'égard des femmes. Il s'agit donc de conditions nécessaires pour le développement social et économique de toutes les sociétés.

D'ailleurs, l'approche GED se concentrait sur l'amélioration des conditions de vie des femmes et celle de leurs statuts. Elle s'intéresse plus aux rapports sociaux entre les hommes et les femmes. Cependant, l'approche IFD se concentrait sur les " femmes " en tant que groupe particulier, là où se façonnent les inégalités.

En général, l'aide et le soutien des femmes par des projets spécifiques dans certains cas, tend à développer leurs attitudes, à favoriser leur habilitation afin qu'elles puissent intervenir aux mêmes niveaux que les hommes, à mettre en relief ces approches avec celle du champ de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneuriat féminin et à pouvoir aussi encourager la femme entrepreneur(e).

¹ PNUD, « Guide pour l'institutionnalisation de l'Approche Genre », 2013.

² « Femme et développement ».

³ « Intégration de la Femme au Développement ».

⁴ « Genre et Développement ».

2.3. Les modèles fondateurs de l'approche genre :

Au cours de ces dernières années, l'intérêt à l'entrepreneuriat féminin connaît une importance croissante, ce qui a mené les chercheurs à analyser cette réalité à travers la comparaison de la situation des femmes avec celle des hommes.

En effet, Carrier (2006)¹, a relevé que les résultats démontrés de son étude sont peu limités car « elles ne donnent pas des différences révélatrices de la situation favorable ou défavorable de l'entrepreneur (e), et qu'il s'avère plus pertinents de jeter un regard différent sur la question, notamment en s'intéressant à la femme entrepreneur (e) dans son unicité ».

Dés lors, voici les modèles fondateurs de l'approche genre pour comprendre la réalité de l'entrepreneuriat féminin.

2.3.1. Le modèle de Laccase (1990) :

L'objet de ce modèle est de comprendre le développement et l'émergence de la petite entreprise au Canada et principalement, d'analyser la réalité de l'entrepreneuriat féminin au Québec, en se basant sur l'événement entrepreneurial de **Shapero et Sokol**. Cet événement est bâti sur quatre formes principales comme : la création d'entreprise, l'acquisition d'une entreprise existante, l'accession à la propriété d'une entreprise sur invitation et, enfin, l'accession à la propriété d'une entreprise familiale par héritage (succession). Léna, (2011).

Aussi, Laccase a identifié l'entrepreneur potentiel par quelques aspects et traits individuels comme l'attitude, l'idéologie dans le domaine des affaires, la tentative de maîtrise du destin et les intuitions ressenties.

Par ailleurs, il a envisagé l'environnement de l'entrepreneur potentiel à travers trois variables: les variables sociologiques, les variables de situation, et l'accessibilité aux ressources. Carrier, (2006).

- Les variables sociologiques : comme le contexte familial, le milieu scolaire, le milieu de travail, l'environnement local, les réseaux internationaux et l'interaction de l'acteur avec le méso système, ces variables favorisent l'apparition d'une culture entrepreneuriale qui poussera l'entrepreneur potentiel à s'orienter plus tard dans le domaine des affaires.

¹ **Carrier C., Julien P.A., Menvielle W.**, « Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin : une synthèse des études des 25 dernières années. », Montréal, 31(2), p.36, 2006.

- Les variables de situation : elles sont réparties en deux formes d'événements : des événements négatifs et des événements positifs.
- L'accessibilité à des ressources : comme les matières premières, la main-d'œuvre qualifiée, la technologie, l'accès aux marchés, le capital risque, l'aide et le soutien de l'Etat.

2.3.2. Le modèle de Lerner, Brush et Hisrich :

Dans un cadre professionnel et familial différent de celui des pays de l'OCDE, ces trois auteurs ont étudié dans leur modèle les facteurs ou variables individuels qui agissent sur la performance des femmes entrepreneurs (e). Ils les ont présentés comme suit : Carrier, (2006).

- Les motivations comme la motivation à réussir, la motivation à acquérir une forme d'indépendance, et les motivations dues à des nécessités économiques.
- La théorie de l'apprentissage social (père entrepreneur, situation économique vécue pendant l'enfance).
- L'affiliation à des réseaux et en particulier à des réseaux féminins, l'utilisation de consultants, et l'existence de mentors.
- Le capital humain : l'ensemble de connaissances atténués comme le niveau et le domaine d'enseignement, l'ancien poste occupé, l'expérience entrepreneuriale ou l'expérience dans le secteur de l'industrie, l'ancienne localisation, les compétences managériales.
- L'environnement comme le secteur d'activité et le mode ou la source de financement.

En général, cette modélisation s'appuie sur la performance des femmes entrepreneurs (e) au niveau individuel.

2.3.3. Le modèle de Hisrich et Brush :

Le modèle précédent est insuffisant, en effet, il s'est basé sur les facteurs influençant la performance des femmes entrepreneurs (e). Mais sans en faire référence aux événements contextuels qui peuvent pousser l'individu à entreprendre. Carrier, (2006).

En prenant compte de ces insuffisances et restrictions, les deux auteurs, Hisrich et Brush (1980) ont élaboré leur modèle.

Ils ont étudié la performance de femmes entrepreneurs (e) à travers ces facteurs suivants : les traits individuels, l'environnement industriel, les stratégies et politiques utilisées, les critères des affaires traitées et les ressources utilisées. Léna, (2011).

- Les traits individuels ont été envisagés par le niveau d'enseignement, l'expérience de l'entrepreneur et les informations propres de nature démographique.
- L'environnement industriel a été déterminé avec des variables de régulations et des forces industrielles en présence.
- Les stratégies et politiques utilisées ont été conçues par rapport aux coûts, au service apporté au client, à l'innovation et au niveau de qualité atteint.
- Les critères des affaires traitées ont été déterminés par la taille et la durée de l'affaire.
- Les ressources désignent les ressources financières et humaines.

En général, dans cette modélisation, l'incidence de ces facteurs précédents sur la performance entrepreneuriale a été mesurée en prenant compte des différences entre les hommes et les femmes. Ainsi, cette performance a été mise sous deux volets différents, performance économique et performance sociale.

2.3.4. Le modèle de Shabi et Di Gregorio :

Au sens du Carrier (2006), ce modèle a étudié les finalités individuelles des femmes comme le lancement d'affaires par exemple .Par ailleurs, ils ont essayé d'illustrer les variables structureaux qui agissent sur la création d'une entreprise.

Cependant, L'aspect central des ces finalités personnelles s'appuie sur la réalité de ce que le fonctionnement de l'affaire peut apporter, est l'une de leurs découvertes.

Par ailleurs ,dans la démarche de lancement d'affaires, si les femmes ont le sentiment d'être bien impliquées dans le processus de mise en place, leur conception et leur vision des avantages que l' entreprise peut leur apporter en matière de réalisation de leurs objectifs personnels, sont perçues comme réalisables.

Si tel est le cas, les contraintes structurelles seront plus probablement davantage en rapport, par exemple, avec l'acquisition d'une expérience professionnelle, si nécessaire.

2.3.5. Le modèle de Guyot et al :

Les deux auteurs, Guyot et al (2004) ont élaboré un apport théorique utile et efficace qui permet d'expliquer et d'analyser la réalité de l'entrepreneuriat féminin. En effet, Le passage à la création d'entreprise y est étudié selon une logique d'action comprenant des dimensions psychologiques ou stratégiques et des caractéristiques identitaires de l'entrepreneur. Cette dimension socio-historique cohérente au genre de l'individu ne serait pas sans résultat sur la logique d'action entrepreneuriale. Les résultats indiquent que les contraintes rencontrées par les personnes créatrices ne se limitent pas aux facteurs d'ordre institutionnel mais dépendent aussi de l'accès aux ressources financières.

D'autre part, elles démontrent l'effet spécifique du genre en tant que frein et aussi les spécificités et les sensibilités des freins selon le genre. Carrier (2006).

En général, « cet assemblage de modèles permettra de comprendre la réalité de l'entrepreneuriat féminin à travers des considérations d'ordre social, psychologique, économique et contextuel ».Léna, (2011).

Section 3: l'intention entrepreneuriale au sein du champ de l'entrepreneuriat

3. la conception de l'intention entrepreneuriale :

Au sein du champ de l'entrepreneuriat, plusieurs chercheurs se sont intéressés par la phase intentionnelle du processus de création d'entreprise. Pour cela, Il nous a paru intéressant d'illustrer le concept d'intention. En effet, elle est conçue comme étant, « *le premier élément nécessaire dans le processus entrepreneurial. Elle reflète la volonté d'une personne de créer une entreprise. Cette volonté est influencée par la personnalité ainsi que les croyances de l'individu sur le milieu environnant* »¹. Benredjem .

Par ailleurs, Krueger et Carsrud (2000) ont indiqué qu'il existe une forte interaction entre le comportement prévu de création d'entreprise et l'intention des individus. En fait, celle-ci représente « *le meilleur prédicateur de l'acte d'entreprendre* »².

Ainsi, Bruyat, (1993) ; Tounés, (2003) ; Vesalainen et Pihkala, (1999) ont tous considéré l'intention entrepreneuriale comme étant « *l'expression d'une volonté personnelle* »³.

Cependant, Tounés (2003), affirme que « *l'intention est, certes, une volonté individuelle qui s'inscrit dans un processus cognitif mais elle est une fonction des contextes socioculturel et économique* »⁴.

Par conséquent, Bird (1988) a écrit que « *l'intention est un processus qui naît avec les besoins, les valeurs, les habitudes et les croyances de l'individu* ». Tounés, (2003).

Et enfin, Verstraete (1999) a mentionné que « *l'intention implique une identification précoce du but pour comprendre les démarches d'un entrepreneur* »⁵.

¹ **Benredjem R.**, « L'intention entrepreneuriale : l'influence des facteurs liés à l'individu et au milieu », Unité Mixte de Recherche CNRS / Université Pierre Mendès France Grenoble 2.

² **Krueger N.F., Reilly M.D. & Carsrud A.L.**, "Competing models of entrepreneurship intentions", *Journal of Business Venturing*, Vol.15, 2000

³ Op.cit. **Léna S.**, 2011.

⁴ **Tounés A.**, « L'intention entrepreneuriale. », Une étude comparative entre des étudiants d'écoles de management et gestion suivant des programmes ou des formations en entrepreneuriat et des étudiants en DESS CAAE , Thèse en Sciences de Gestion, Université de Rouen ,2003 .

⁵ **Verstraete T.**, « Entrepreneuriat, connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes », *Economie et Innovation*, L'Harmattan, p.207 ,1999 .

Généralement, à travers cette mosaïque de conceptions, l'intention entrepreneuriale peut être définie comme une phase prédominante du processus de création d'entreprise basée sur quatre variables : l'attitude, l'intention, la décision et l'acte. En fait, c'est une volonté personnelle conditionnée par le contexte socioculturel, politique et économique.

3.1. Fondements théoriques de l'approche des intentions entrepreneuriales :

Afin d'expliquer la phase intentionnelle du processus entrepreneurial, il est indispensable de mener un support théorique. En effet, la revue de littérature a attiré l'attention sur deux modèles d'intention comme celui de la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) en psychologie sociale. Et pour ce qui est de l'acte entrepreneurial, le modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982). Léna, (2011).

D'ailleurs, le premier modèle est bâti sur trois variables : psychologiques comme l'attitude, socioculturelles comme la norme sociale et contextuelles comme le contrôle perçu. Par contre, le deuxième modèle prend en considération les perceptions de désirabilité expliquées par l'influence des facteurs sociaux et culturels, et les perceptions de la faisabilité du comportement construites par les différentes natures de soutien et d'aide.

A cet égard, la contribution de ces deux modèles est incontestable et très utile pour mesurer l'intention entrepreneuriale. En fait, « Krueger et Carsrud (1993) ont mentionné que ces théories étudient avec beaucoup de succès la notion d'intention ». Boissin J.P, Emin S., Herbert J.I., (2007).

3.1.1. La théorie du comportement planifié d'AJZEN (1991) :¹

Ajzen est l'un des fervents adeptes de cette théorie, Taouab , (2014). Selon cet auteur l'intention entrepreneuriale est déterminée par le contrôle du comportement perçue, c'est-à-dire, que, « la création d'entreprise peut être prédite par l'intention d'avoir ce comportement »².El .Harbi.

¹ Zitouni S. et Ezzina R., « Mesure de l'effet des variables individuelles sur l'intensité d'adoption de l'EAD par les étudiants tunisiens : approche par la théorie du comportement planifié», *TICE Méditerranée*, 2007.

² El Harbi S., « La théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991): Application empirique au cas tunisien ».

Elle représente une variante de la théorie de l'Action Raisonnée (TAR) qui revendique la réalisation d'un comportement à l'attitude de l'individu à l'égard de ce comportement et à la norme subjective.

Ainsi pour ces deux théories, l'intention joue un rôle très intéressant dans la réalisation d'un comportement. Elle fait appel à un état d'esprit qui dirige l'attention, la connaissance et l'expérience personnelle et les poussent à atteindre ce but. Bird (1988).

En contrepartie, Ajzen (1991) a affirmé que l'intention ne peut se concrétiser que si elle est sous le contrôle de la volonté de l'individu. Tounés, (2003).

A cet effet, il a repris le modèle de l'action raisonnée en lui ajoutant une variable complémentaire qui est la perception du contrôle comportemental qui incite le degré de connaissance et du contrôle qu'a un individu de ses compétences afin de concrétiser le comportement voulu.

L'incidence des attitudes, des normes sociales et du contrôle perçu sur le comportement et notamment dans la prédiction du comportement, se diffère selon les comportements et les situations. Pour Ajzen, «l'intention est le résultat de trois déterminants conceptuels », Serge.

- L'attitude vis-à-vis du comportement qui reflète le degré d'évaluation favorable ou défavorable qu'une personne a du comportement perçu, Ajzen, (1991). Cette variable représente le degré d'attractivité du comportement. Emin., (2004).
- La norme sociale perçue qui détermine les pressions sociales perçues pour la réalisation ou la non- réalisation d'un comportement .Taouab, (2014).
- Le contrôle comportemental perçu qui désigne la facilité ou la difficulté de la réalisation d'un comportement. En outre, il renvoie à la perception qu'a une personne de la faisabilité individuelle du comportement. C'est-à-dire, la perception de la difficulté ou, au contraire, de la capacité pour l'individu d'adopter ce comportement. Emin, (2006).

La figure ci-dessous constitue une représentation de cette théorie :

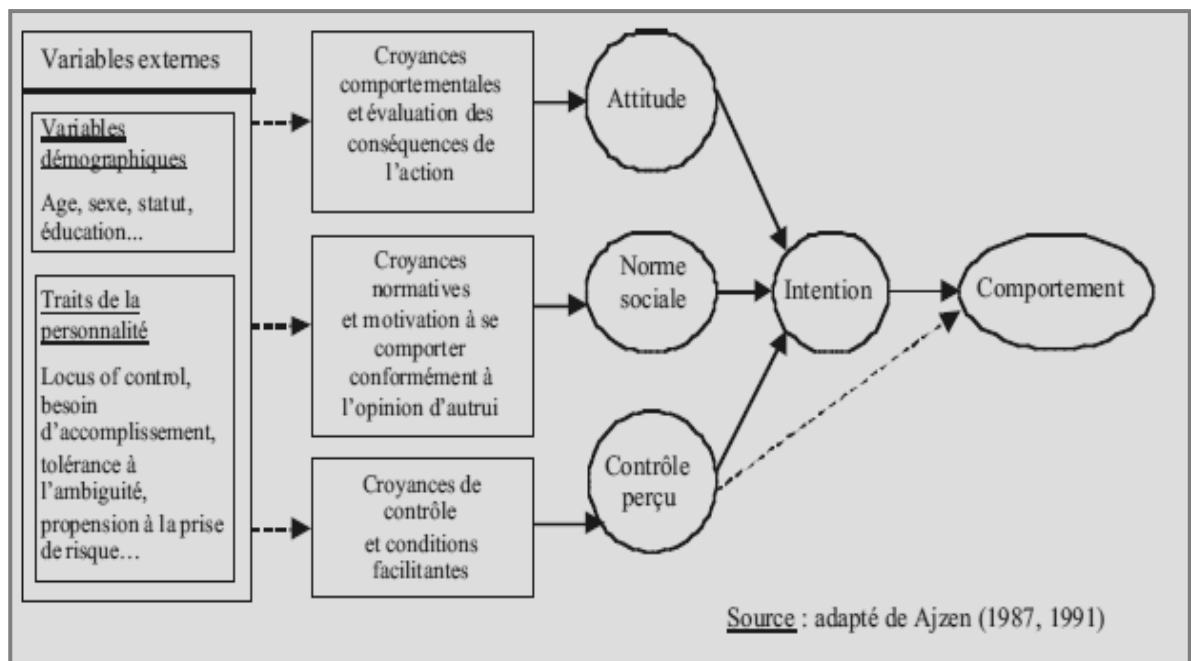


Figure .4. Le modèle de la théorie du comportement planifié, Ajzen (1991)

Dans ce modèle, le comportement est déterminé par l'intention personnelle qui repose sur l'attitude (croyances comportementales), la norme sociale (croyances normatives), et le contrôle comportemental perçu (croyances de contrôle).

3.1.2. Le modèle de la formation de l'événement entrepreneurial (Shapero et Sokol, 1982) :

Cette approche des intentions a été élaborée par les deux auteurs Shapero et Sokol en 1982. En effet, cette modélisation est basée sur l'idée que si l'individu confrontera un changement dans sa vie suite au déclenchement d'un événement, il va prendre une décision en recensant trois groupes de facteurs : les déplacements négatifs (licenciement ...), les déplacements positifs (famille...) et les situations intermédiaires (sortie de l'armée ...). Tounés A., (2003).

Par ailleurs, ce modèle prend en considération les perceptions de désirabilité expliquées par l'influence des variables sociales et culturelles, comme celle de la famille et des parents. Et les perceptions de la faisabilité du comportement construites par les différentes natures de soutien et d'aide comme la disponibilité des ressources financières et informationnelles. Léna S., (2011).

3.1.2.1. La notion de déplacement:

Cette notion de déplacement a été bien désignée par les deux auteurs Shapero et Sokol. En effet, ils ont indiqué que pour qu'un individu initie un changement d'orientation de carrière vers la création, il faut qu'un événement vienne anticiper une telle décision. Dès lors, cela va conduire à un déplacement. Léna, (2011).

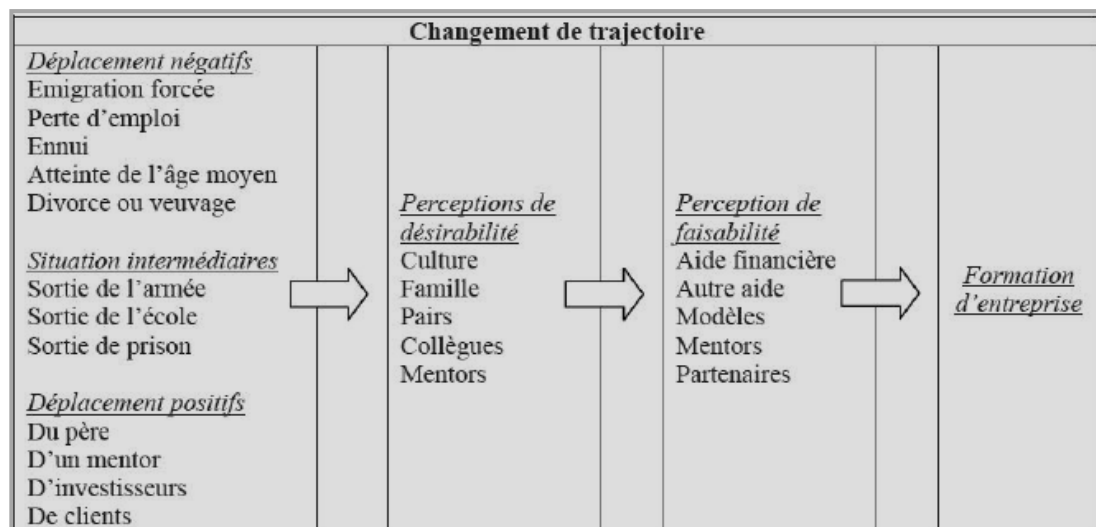
Par conséquent, cet évènement peut être positif (l'obtention d'un héritage, un gain à la loterie... etc.) ou négatif (licenciement, divorce, insatisfaction au travail, l'échec dans les études...etc.), comme il va y avoir aussi une incidence sur l'anticipation de la décision d'entreprendre, c'est-à-dire, il va pousser l'individu à passer à l'acte entrepreneurial. Cette situation est conçue comme « déplacement » par Shapero et Sokol, et permet d'analyser le déclenchement de l'acte entrepreneurial. Tounés, (2003).

3.1.2.2. La dépendance entre faisabilité et désirabilité :

Pour Shapero et Sokol, les deux concepts de faisabilité et celui de désirabilité sont en interdépendance. En fait, l'individu peut connaître et juger l'acte de désirabilité et non de faisabilité et aussi, la faisabilité peut pousser l'individu sur ce qui est désirable. Léna (2011).

En outre, ce modèle a étudié les deux dimensions séparément pour simplifier et comprendre les choses.

La figure ci-dessous constitue une représentation de ce modèle :



Source: A. Shapero et L. Sokol, 1982

Figure .5.le modèle de l'évènement entrepreneurial

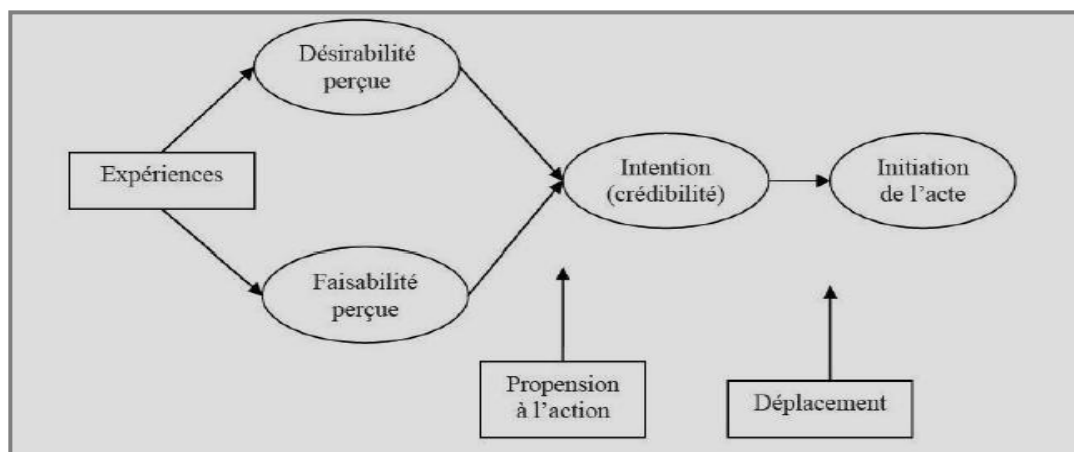
Cependant, ce modèle proposé par Shapero et Sokol a connu quelques lacunes et restrictions, et notamment en matière de références. Pour cela, il a été vérifié et repris par Krueger, en lui intégrant le concept d'intention et formulant le modèle de l'événement entrepreneurial.

Ainsi, Krueger (1993), a noté que pour pouvoir favoriser l'intention, il faut agir parallèlement sur les perceptions de désirabilité et de faisabilité. Emin S., (2004).

3.3. Le modèle repris par Krueger :¹

Krueger (1993) a refait le modèle de Shapero, et notamment après la lacune qu'a connue ce dernier en matière de référence de l'intention. En effet, il a présenté un modèle de la formation de l'événement entrepreneurial bâti sur le concept d'intention et les perceptions de faisabilité et celle de désirabilité.

La figure ci-dessous représentera cette modélisation :



Source : Krueger (1993)

Figure. 6. Le modèle de Shapero d'après Krueger (1993)

Dans ce modèle, l'événement entrepreneurial est conçu comme étant « *un phénomène complexe mais reposant sur une trajectoire linéaire* », Krueger (1993).

En fait, l'interaction entre action et intention est indirecte dans le sens où elle est influencée par les variables explicatives ou les « déplacements ». Cependant, Krueger a noté que la variable, « déplacement » n'a aucun effet sur la compréhension du modèle.

En général, l'idée centrale de ce modèle est que la création d'entreprise passe par le

¹ Op. Cit, Krueger N. et Carsrud A., 1993.

développement de l'intention des individus afin de passer plus tard à l'acte entrepreneurial avec des attitudes favorables. Aussi, cette intention entrepreneuriale dépend de la perception de la désirabilité et celle de la faisabilité. Léna S., (2011).

Dés lors, « Grâce aux interactions mise en exergue entre la théorie du comportement planifié et le modèle de l'événement entrepreneurial, Krueger et Brazeal , (1994) ; Krueger et alii, (2000) énoncent qu'ils se recouvrent extrêmement. » Tounés, (2006).

Conclusion :

Tout au long de ce premier chapitre, nous nous sommes positionnées dans le cadre théorique de la recherche et notamment, au sein du champ de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneuriat féminin. Comme nous l'avons déjà souligné, l'intention entrepreneuriale constitue aussi un élément fondamental du processus entrepreneurial .En effet, nous avons cherché à illustrer les modèles qui ont expliqué cette intention, afin de les confronter avec notre sujet et au contexte d'étude particulier, et tout cela en vue d'apporter une contribution au niveau théorique et pratique.

Ainsi, autour de la diversité des approches, l'essentiel de notre contribution est de souligner l'importance de l'existence des deux approches, celle du genre et de l'intention entrepreneuriale.

***Chapitre 2 : Spécificité du sujet de
Recherche et principaux résultats
Empiriques dans la littérature***

Introduction :

Dans la littérature, l'entrepreneuriat féminin est considéré comme un phénomène assez récent. Dès lors, une recherche bibliographique ciblée nous a amené à comprendre ce phénomène plus.

Par ailleurs, il nous a paru évident d'exposer les résultats empiriques du phénomène de l'entrepreneuriat féminin et de l'intention entrepreneuriale qui est l'élément majeur du processus de création d'entreprise, afin d'interpréter les attitudes, les normes subjectives, les motivations et les inspirations des femmes dans le monde entier.

A cet égard, ce chapitre traite la spécificité du sujet dans plusieurs pays (Algérie, France, Canada, Liban ...etc.). Ainsi, les résultats enregistrés vont permettre d'étudier le phénomène de l'entrepreneuriat féminin sous ses plusieurs angles.

Section 1 : l'entrepreneuriat féminin

1. Etude bibliométrique sur le sujet de recherche :

Dans le cadre de notre recherche, nous nous sommes intéressés au phénomène de l'entrepreneuriat féminin qui est un sujet actuel et important dans tous les domaines de la vie économique et sociale. En effet, ce dernier est intimement lié au domaine du management. A cet égard, il est évident d'illustrer ce sujet à travers l'interprétation de la recherche scientifique en Algérie. Désormais, le nombre de papiers publiés sur le sujet reflète la perception des chercheurs algériens. En fait, un nombre de publication important démontre l'intérêt grandissant des chercheurs par le thème du management.

Toutefois, nous nous sommes référés à une étude bibliométrique réalisé par l'outil **SJR**¹, qui est « un site portail offrant un ensemble d'indicateurs statistiques, par revue ou pays, à partir de l'année 1996 » obtenus à partir de la base de données **Scopus**². Cette dernière est connue comme « l'une des plus grandes bases de données de citations et de recherches bibliographiques. Elle apporte aux scientifiques l'information qu'ils recherchent et facilitent les recherches bibliographiques ». En fait, l'utilisation de cette base de données comme la source principale de notre étude est justifié par la richesse de son contenu, sa facilité d'utilisation et, notamment, du fait qu'elle « reflète la visibilité de la production nationale sur le plan international ». Cette visibilité qui se représente comme un défi pour le domaine de la recherche scientifique en Algérie. Kouicis S., Harik H., Dahmani S.,(2010).

Le portail **SJR** propose des indicateurs relatifs à vingt six (26) domaines de recherche. Dans notre étude, on s'est appuyé sur le domaine du management des affaires, de gestion et de comptabilité et celui d'innovation. Ce choix est fait tout en prenant compte le type de notre sujet .Ainsi que, la classification proposée par professeur **Benabou Djilali**. Or, sur le portail **SJR**, il n'y a pas des mots clés qui désignent le thème de l'entrepreneuriat et précisément l'entrepreneuriat féminin.

¹ **SJR** : Scimago Journal & Country Rank

² <http://info.sciencedirect.com/scopus/france>

Chapitre 2 : spécificité du sujet de recherche et principaux résultats empiriques dans la littérature

D'ailleurs, le management des affaires, de gestion et de comptabilité s'intéresse aux activités associées à la gestion d'une entreprise, telles que le contrôle, l'organisation et la planification, la préparation des rapports et des comptes qui fournissent des informations financières et statistiques¹. Ces activités importantes qui exercent l'entrepreneur.

Par ailleurs, le management d'innovation focalise sur tout type d'invention et de mise en œuvre d'une pratique de gestion ou technique nouvelle à l'organisation.² Alors, il s'agit d'un acte innovant en thème d'expérience entrepreneuriale, Schumpeter, (1911).

Sur la base de données proposée par le portail **SJR**, le volume de la production scientifique algérienne dans le domaine du management des affaires, de gestion et comptabilité à partir du 1996 à 2014 est proposé dans les tableaux ci-dessous.

	Pays	Documents
1	Sud Afrique	1000
2	Niger	278
3	Tunisie	190
4	Ghana	76
5	Kenya	58
6	Ouganda	41
7	Maroc	29
8	Algérie	28
9	Ethiopie	25

Source propre sur la base de données Scopus

Tableau .2. Nombre de documents publiés dans le domaine du management des affaires, de gestion et de comptabilité par pays de 1996 à 2014

D'ailleurs, l'Algérie occupe la 8^{ème} position au niveau africain, avec 28 documents publiés dans le domaine du management des affaires, de gestion et comptabilité, soit un nombre faible par rapport au Sud Afrique, Tunisie, Kenya, Niger, Ghana et Ouganda.

Par ailleurs, le tableau et la figure ci-dessous représentent le volume de documents publiés en management des affaires et gestion en Algérie par année.

¹ <http://www.businessdictionary.com/definition/management-accounting.html>

² <http://faculty.london.edu/jbirkinshaw/assets/documents/5034421969.pdf>

Chapitre 2 : spécificité du sujet de recherche et principaux résultats empiriques dans la littérature

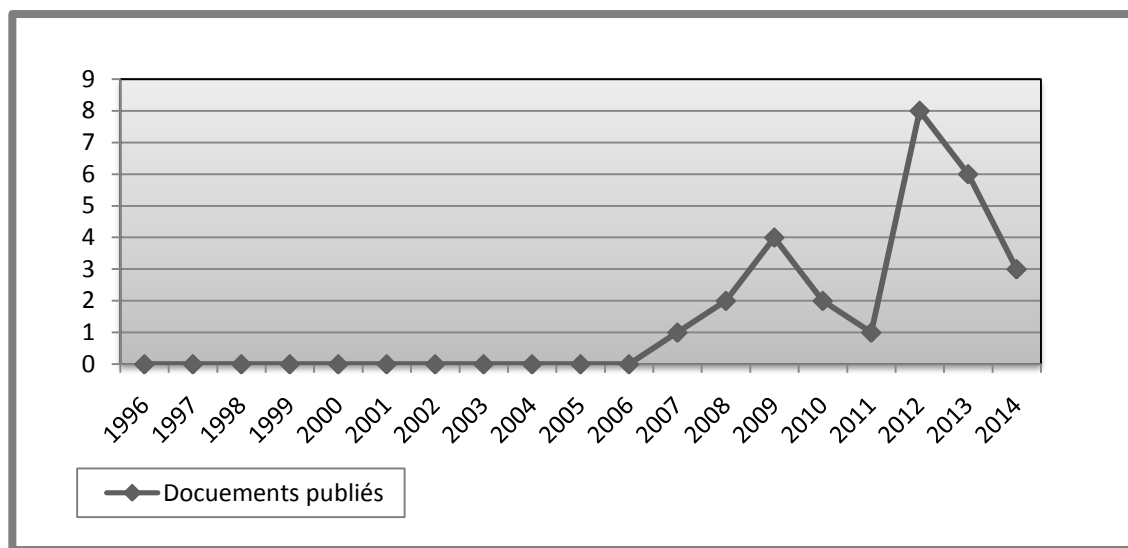
En effet, on constate que, depuis 1996 jusqu'à 2006, la production scientifique nationale était nulle. Cette dernière a connu une telle augmentation à partir de l'année 2007.

Cette augmentation était plus significative à partir de l'année 2012 malgré la chute qu'a connue de 2009 à 2011.

	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	9	9	9	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	9	9	9	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1
	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	
Business, Management and Accounting (Management des affaires, de gestion et comptabilité)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2	4	2	1	8	6	3	

Source propre sur la base de données Scopus

Tableau .3. Nombre de documents publiés dans le domaine du management des affaires, de gestion et de comptabilité en Algérie par année



Source propre sur la base de données Scopus

Figure .7. Nombre de documents publiés dans le domaine du management des affaires, de gestion et de comptabilité en Algérie

Chapitre 2 : spécificité du sujet de recherche et principaux résultats empiriques dans la littérature

Sur la base de données proposée par le portail **SJR**, le volume de la production scientifique algérienne dans le domaine du management d'innovation à partir du 1996 à 2014 est proposé dans les tableaux ci-dessous.

	Pays	Documents
1	Sud Afrique	614
2	Niger	434
3	Tunisie	303
4	Kenya	153
5	Algérie	65
6	Maroc	62
7	Tanzanie	61
8	Ghana	59

Source propre sur la base de données Scopus

Tableau .4. Nombre de documents publiés dans le domaine du management d'innovation par pays de 1996 à 2014

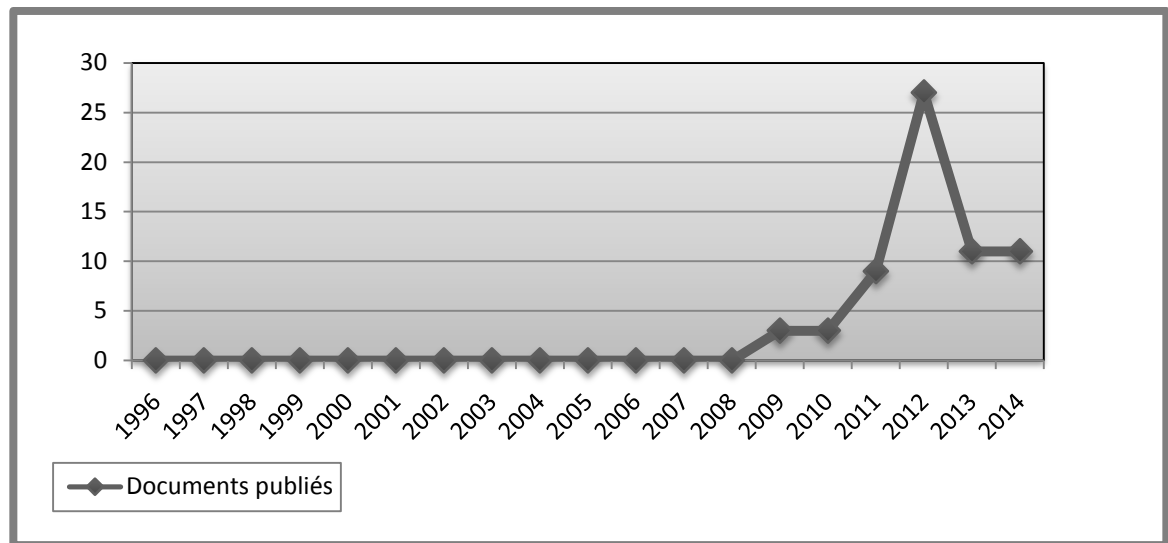
D'ailleurs, l'Algérie occupe la 5ème position au niveau africain, avec 65 documents publiés dans le domaine du management d'innovation, soit un nombre considérable par apport au Sud Afrique, Tunisie, Kenya, Niger, Ghana et Tanzanie.

Par ailleurs, le tableau et la figure ci-dessous représentent le volume de documents publiés en management d'innovation en Algérie par année .En effet, on constate que, depuis 1996 jusqu'à 2008, la production scientifique nationale était nulle. Cette dernière a connu une telle augmentation à partir de l'année 2009 .Cette augmentation était plus significative à partir de l'année 2011 jusqu'à 2012 avec une chute de 2012 à 2014.

	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	9	9	9	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	9	9	9	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1
	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	4
Management of innovation (Management d'innovation)	-	-	-	1	-	-	1	-	1	-	-	-	-	4	4	1	2	1	1	1
															0	7	1	1	1	1

Source propre sur la base de données Scopus

Tableau .5. Nombre de documents publiés dans le domaine du management d'innovation en Algérie par année



Source propre sur la base de données Scopus

Figure .8. Nombre de documents publiés dans le domaine du management d'innovation en Algérie

2. Les spécificités de l'entrepreneuriat féminin :

Plusieurs études ont identifié des caractéristiques et les comportements spécifiques aux femmes entrepreneurs (e) comme :¹

- La recherche de la performance individuelle plutôt que le pouvoir ou le statut social.
- L'attention et l'écoute aux autres.
- La recherche du consensus.
- « Le pragmatisme ou l'expérience ».
- La mise à distance par la prise en charge de multiples activités : entrepreneuriales et familiales.
- La prise de conseils.
- La créativité ou l'inventivité

3. L'importance de l'entrepreneuriat féminin :²

L'entrepreneuriat féminin joue un rôle important dans le domaine de la vie économique et sociale. En effet, elle présente un champ d'évaluation pour le soutien et l'aide étatique au profit des femmes afin de les stimuler.

¹ <http://methys-online.com/uploads/entrepreneuriat-feminin.pdf>

² **Chakroun M.W.**, « Dynamique entrepreneuriale féminine et son accompagnement: cas de la Tunisie », Université de Sousse, 2007.

Chapitre 2 : spécificité du sujet de recherche et principaux résultats empiriques dans la littérature

Et aussi, un cadre de valorisation du partenariat entre les institutions publiques et le mouvement associatif féminin afin de mieux répondre aux attentes des femmes et des jeunes filles. Par ailleurs, la femme a un rôle intéressant en tant qu'opératrice indispensable dans l'éradication de la pauvreté dans la société. Chakroun M.W., (2007).

Voici quelques résultats empiriques de l'entrepreneuriat féminin dans plusieurs pays :

Nom et prénom du chercheur	Date, type et lieu de la recherche	Titre de la recherche	Résumé	Principaux résultats
Claire Bernard, Caroline le Moign et Jean-Paul Nicolai	Document d'étape, Centre d'analyse stratégique, France, 2013	L'entrepreneuriat féminin	Ce document tend à savoir quelles sont les freins spécifiques à l'entrepreneuriat féminin ? Est-ce-qu'il s'agit de contraintes sociodémographiques, comme le niveau de diplôme ou le nombre d'enfants, ou bien de causes contextuelles comme la conjoncture ou les particularités nationales ?	Cette étude a prouvé que le taux des femmes entrepreneurs reste faible et qu'il existe un « facteur femme ». Ce facteur est le fruit d'une intériorisation des freins à l'entrepreneuriat qui échapperaient les femmes d'un tel projet. En outre, même en prenant en considération ces dimensions subjectives, il subsiste un « facteur femme » en France. Afin d'analyser cet écart résiduel entre hommes et femmes, quelques pistes sont explorées notamment les différences de comportement face au

Chapitre 2 : spécificité du sujet de recherche et principaux résultats empiriques dans la littérature

				risque et la moindre volonté de s'enrichir de ces dernières, malgré des motivations globalement similaires à celles des hommes.
Katia Richomme Huet et Aude Andria	Article, Revue cairn, Entreprendre et Innover, 2012	Femmes repreneurs: toujours des défis à relever	Dans cet article, trois exemples sont analysés, ils démontrent que les femmes entrepreneuses sont tout aussi aptes que les hommes à réussir une succession familiale, à reprendre l'entreprise de leur employeur ou à racheter et à redresser une PME en situation délicate.	Cette étude a montré qu'un dirigeant d'entreprise sur trois seulement est une femme. Par ailleurs, la transmission familiale se fait plus fréquemment en direction des héritiers mâles, les femmes n'étant appelées à la succession que par défaut. Ainsi, la résilience des stéréotypes explique que les femmes héritent d'une entreprise moins fréquemment que les hommes.
Typhaine Lebègue,	Article, l'ESCEM, école de management ,2011	L'entrepreneuriat féminin	Cette étude repose sur le désir d'indépendance comme une principale motivation des femmes pour entreprendre. D'ailleurs, beaucoup évoquent un manque de reconnaissance, et disent éprouver une frustration	Les résultats de cette étude indiquent que peu d'autocensure chez quelques femmes, cela est dû des fois au manque du soutien par leur famille. Ainsi les

Chapitre 2 : spécificité du sujet de recherche et principaux résultats empiriques dans la littérature

			professionnelle qui les pousse à changer de situation. Rares sont celles qui font les choses sur un coup de tête. Se lancer dans la création d'entreprise dépend du temps et de la réflexion.	risques liés à la création d'une entreprise peuvent aussi les angoisser. Par ailleurs, toutes ces femmes ont un capital de départ faible par rapport à celui des hommes. Et hésitent à obtenir de l'aide financière. Par conséquent, les hommes et les femmes n'ont pas la même vision du succès. Bien sûr, les femmes veulent gagner de l'argent. Mais ce n'est pas tout. Pour elles, devenir chef d'entreprise signifie parvenir à un équilibre entre vie privée et vie professionnelle et contribuer à la vie en société. A travers la création d'entreprise.
Tahir Metaiche Fatima	Mémoire de magistère en économie Université, Ain-Temouchent (Algérie), 2010	Le profil de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : une étude exploratoire	Cette étude exploratoire effectuée sur 36 entreprises créées et gérées par des femmes algériennes à travers le territoire national. Car l'entrepreneuriat est réservé extrêmement aux hommes, jusqu'à les années 80. Des contraintes culturelles, sociales, juridiques, politiques	L'étude montre que les entraves à l'entrepreneuriat féminin renvoient aux lourdeurs bureaucratiques, au poids des charges fiscales, à la difficulté d'accès à la formation et au financement

Chapitre 2 : spécificité du sujet de recherche et principaux résultats empiriques dans la littérature

			<p>et économiques empêchaient les femmes d'investir dans des activités entrepreneuriales. Toutefois, ces trois dernières décennies, les entrepreneurs femmes représentent une part croissante dans les contingents des chefs d'entreprises dans plusieurs pays.</p> <p>En Algérie, elles en représentent 3,2% selon le registre du commerce. Un taux très faible, par rapport à la population féminine totale ou au nombre total des entrepreneurs. Dès lors, quelle sont les entraves qui inhibent les femmes algériennes dans leurs projets entrepreneuriaux.</p>	<p>ainsi qu'à l'intégration de réseaux entrepreneuriaux. Et de façon surprenante, globalement, les femmes entrepreneurs ne se sentent pas discriminées. Elles estiment avoir acquis un statut dans la société et apprécient l'accueil qui leur est réservée par les différentes parties prenantes.</p>
Aicha Dif	Mémoire de magistère Université d'Oran, (Algérie), 2010	Quelle place pour l'entrepreneuriat féminin en Algérie ?	<p>Les différentes recherches en sciences sociales affirment souvent que le développement d'une société se mesure au degré d'implication de ses femmes. Ainsi, la question de l'entrepreneuriat féminin devrait être posée dans le cadre de la problématique du développement et de la transformation générale de la société, étant au sein du carrefour de la pluridisciplinarité entre la psychologie et la sociologie</p>	<p>Cette recherche effectuée sur l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya d'Oran, détermine que même s'il existe une forte intention entrepreneuriale chez les jeunes femmes oranaises, l'entrepreneuriat féminin chez les jeunes femmes reste encore modeste et faible.</p>

Chapitre 2 : spécificité du sujet de recherche et principaux résultats empiriques dans la littérature

			du travail.	
Arasti Zahra	Thèse de doctorat Université du Sud Toulon-Var. Laboratoire d'études et de Recherche méditerranéens en management des Entreprises ,2008	L'entrepreneuriat féminin en Iran : les structures socioculturelles	Le développement économique, politique et culturel des pays est issu de l'action des entrepreneurs parmi lesquels figurent les femmes entrepreneurs (e).Aussi, le nombre des entreprises créées par les femmes dans le monde s'amplifie de plus en plus. Cependant, 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. Dès lors le but de cette recherche est de comprendre comment les femmes diplômées iraniennes créent leur entreprise ?	Les résultats de cette recherche montrent que parmi les cinq facteurs socioculturels dégagés (L'optimisme de l'entourage, les convictions traditionnelles, la présence du rôle modèle dans la société, l'équilibre entre la famille et le travail et les catalyseurs sociaux), seul l'optimisme de l'entourage favorise l'entrepreneuriat féminin dans le contexte iranien. Les autres facteurs n'ont aucun effet sur la création d'entreprise par les femmes diplômées iraniennes
Taya Yasmina	Communication, L'association SEVE (Savoir et vouloir entreprendre), colloque international sur l'entrepreneuriat ,2008.	L'émergence des femmes dans le monde de l'entrepreneuriat en Algérie, opportunités contraintes et perspectives	Cette recherche traite la problématique de la femme entrepreneur (e) en Algérie issue d'une enquête réalisée auprès de 15 femmes chefs d'entreprise dans la wilaya d'Alger.	Les résultats ont démontré que les femmes entrepreneurs (e) algériennes rencontrent plusieurs contraintes comme Les valeurs socioculturelles négatives, la difficulté d'accès au crédit, d'accès au marché et

Chapitre 2 : spécificité du sujet de recherche et principaux résultats empiriques dans la littérature

				les démarches administratives.
Gillet Anne	Article, 2006	Les femmes créatrices de petites et moyennes entreprises en Algérie : motivations, parcours socioprofessionnel et stratégies d'existence	L'objet de la recherche porte sur les femmes algériennes créatrices de PME/PMI en Algérie afin d'analyser l'émergence du travail des femmes algériennes dans le secteur de l'entrepreneuriat en se basant sur quatre champs principaux de recherche : l'entrepreneuriat, le travail des femmes, la condition féminine et les rapports sociaux de sexe en Algérie.	Les résultats de cette recherche indiquent que le recrutement des femmes est motivé par des logiques de natures multiples. Elle peut être recrutée pour des qualités considérées comme liées à sa condition de femme, ou pour ses compétences professionnelles. En outre, le poids des réseaux familiaux et sociaux reste fort pour ces recrutements. Mais, la condition de femme peut être aussi un frein à son recrutement (traditions, représentations sociales et mentalités, organisation du travail notamment dans le secteur industriel)
Annie Cornet et Christina Constantinidis	Article, Revue française de gestion, 2004	Entreprendre au féminin, Une réalité multiple et des attentes différenciées	Cet article cherche à comprendre les facteurs qui semblent guider leur choix, leur type d'activités vers lesquelles elles s'orientent, les difficultés qu'elles rencontrent ainsi que leurs	Les résultats de cette recherche montrent que les femmes optent de plus en plus souvent pour le statut « d'indépendante » et,

Chapitre 2 : spécificité du sujet de recherche et principaux résultats empiriques dans la littérature

			<p>succès et les stratégies mises en œuvre pour réussir leur projet. En se reposant sur une étude quantitative et qualitative afin de montrer que le projet entrepreneurial des femmes est similaire à celui des hommes mais certains choix et stratégies restent marqués par des rapports sociaux de genre.</p>	<p>trop rarement encore, pour le statut de « chef d'entreprise ».</p>
<p>Camille Carrier et William Menvielle et Pierre-André Julien</p>	<p>Article, Institut de recherches sur les PME Université du Québec.</p>	<p>Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin : une synthèse des études des 25 dernières années</p>	<p>L'objet de cette recherche est de comparer la situation des femmes avec celle des hommes en termes de motivations, du style de gestion, de la performance de leurs entreprises, du besoin de formation, de l'accès au financement, de la conciliation travail-famille et de leur participation à des réseaux d'affaires. Pour cela, cette recherche propose une synthèse de ces études et fait ressortir tant leurs limites que les perspectives qu'elles ouvrent.</p>	<p>Les résultats indiquent que peu de différences significatives engendrant une situation favorable ou défavorable à l'entrepreneure peuvent être véritablement démontrées et qu'il s'avère plus approprié de jeter un regard différent sur la question.</p>
<p>Fatima Zahra Rachdi,</p>	<p>Mémoire de magistère, Laboratoire ERMES (Toulon) EDHEC Nice, France.</p>	<p>L'entrepreneuriat féminin au Maroc, une étude exploratoire</p>	<p>La présente communication vise à dresser un portrait de l'entrepreneuriat féminin au Maroc à travers la description des caractéristiques des femmes propriétaires dirigeantes ainsi que de leurs</p>	

Chapitre 2 : spécificité du sujet de recherche et principaux résultats empiriques dans la littérature

			entreprises. L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de 579 femmes chefs d'entreprises par l'AFEM (Association des Femmes chefs d'Entreprise au Maroc), avec l'assistance financière de la commission européenne et l'appui de la CGEM (la Confédération Générale des Entreprises du Maroc).	
--	--	--	--	--

Source propre

Chapitre 2 : spécificité du sujet de recherche et principaux résultats empiriques dans la littérature

En général, les principaux résultats des études empiriques qui ont traité le phénomène de l'entrepreneuriat féminin sous ses plusieurs angles se différent d'un pays à l'autre.

Toutefois, des études arabes indiquent que la proportion des femmes entrepreneurs (e) dans ces pays est un peu faible malgré la forte intention des jeunes femmes arabes vers la création d'entreprise. Ainsi, plusieurs entraves ou freins empêchent les femmes dans leurs déclenchement entrepreneurial comme les lourdeurs bureaucratiques, les charges fiscales, les démarches administratives, la difficulté d'accès à la formation, au marché et au financement ainsi qu'à l'intégration de réseaux entrepreneuriaux. Tandis que, les facteurs socioculturels comme l'optimisme de l'entourage, les convictions traditionnelles, la présence du rôle modèle dans la société, L'aide des institutions, l'équilibre entre la famille et le travail les stimulent vers la création d'entreprise. Arasti Z., (2008) ; Dif A., (2010) ; Tahir Metiche F., (2010) ; Hittache L. ; Gillet A., (2006) ; Taya Y., (2008).

Par ailleurs, d'autres chercheurs français ont montré que ce phénomène s'amplifie de plus en plus, mais il existe toujours des contraintes qui inhibent les femmes à entreprendre, comme les contraintes sociodémographiques (le niveau de diplôme, le nombre d'enfants, la conciliation entre vie privée et vie professionnelle, le manque du soutien familial, les risques liés à la création d'une entreprise, et la non-transmission familiale), malgré que les femmes entrepreneuses sont aptes que les hommes à réussir une succession familiale, à reprendre l'entreprise de leur employeur ou à racheter et à redresser une PME en situation délicate...etc.). Claire B. ; Caroline M. ; Nicolai J.P., (2013) ; Richomme K.H; Aude A., (2012) ; Typhaine L., (2011).

Cependant, les études canadiennes ont comparé la situation des femmes entrepreneurs (e) à celle des hommes en termes de compétence entrepreneuriale, du style de gestion, de l'accès à la formation et au financement, de la conciliation travail-famille, de leur motivations, inspirations et de leur participation à des réseaux d'affaires. En effet, cette comparaison a enregistré des différences peu significatives de la situation favorable ou défavorable à l'entrepreneur. (Carrier C. ; Menvielle W. ; Julien P.J.).

Section 2 : l'intention entrepreneuriale

Plusieurs études empiriques revendiquent que « la variable la plus fiable et utile pour prédire un comportement entrepreneurial est l'intention entrepreneuriale »¹, pour cela il nous a paru intéressant d'interpréter ces recherches. Tremblay M., Gasse Y., (2007).

Le tableau ci-dessous représente ces études :

Nom et prénom du chercheur	Date, type et lieu de la recherche	Titre de la recherche	Résumé	Principaux résultats
Mourad Mahmoudi	Le Carnet de l'IRMC Université de Bejaïa (Algérie), FSEGC, 2014	Intention entrepreneuriale au Maghreb: approche comparative auprès des étudiants algériens, tunisiens et marocains	L'objet de cette recherche est d'étudier les intentions entrepreneuriales au Maghreb à travers une approche comparative auprès des étudiants de trois pays : l'Algérie, la Tunisie et le Maroc. L'idée centrale est de comprendre les attitudes et les perceptions des étudiants vis-à-vis de la création d'entreprise à travers l'identification des facteurs individuels et contextuels influençant leurs intentions entrepreneuriales en se basant sur les modèles d'Ajzen et Shapero et Sokol.	
Erno T. Tornikoski , Teemu Kautonen,	Article, Revue française de gestion, Cairn,	Le rôle de l'âge dans l'intention entrepreneuriale	Cet article traite de l'impact de l'âge sur l'intention entrepreneuriale et sur la spécificité des seniors à ce	Les résultats mettent en évidence que, passer 40 ans, l'âge n'influence plus les

¹ **Tremblay M., Gasse Y.**, « L'impact des antécédents sur les perceptions, attitudes et intentions des étudiants collégiaux et universitaires à l'égard de l'entrepreneuriat », *XVIème Conférence Internationale de Management Stratégique*, Montréal, 2007

Chapitre 2 : spécificité du sujet de recherche et principaux résultats empiriques dans la littérature

et Séverine Le Loarne	École de management, Grenoble, Université Turku, Finlande ,2012		sujet. Fondée sur la théorie du comportement planifié, l'article présente les résultats d'une étude menée sur un échantillon de la population finlandaise et montre que l'intention entrepreneuriale varie selon les âges.	trois variables qui conditionnent l'intention entrepreneuriale, en particulier chez les seniors.
Jean-Pierre Boissin, Bénédicte Branchet et Schaaper jan	Article, Centre d'études et de recherches appliquées à la gestion, 2009	Comparaison des Intentions entrepreneuriales des étudiants: France-pays arabes	L'objet de cette recherche est d'étudier les déterminants de l'intention entrepreneuriale des étudiants en France et dans trois pays arabes : Algérie, Liban, Tunisie. En se basant sur le modèle psychosocial du TCP d'Ajzen,	Les résultats indiquent que les niveaux mesurés de ces intentions sont très différents d'un pays à l'autre. Et ils essaient d'expliquer ces divergences à partir des éléments comme : l'attitude envers la création d'entreprise, la norme sociale et le contrôle comportemental perçu. Ainsi ils proposent, quatre facteurs : Le type de vision de l'entrepreneuriat, projection dans la vie professionnelle, le gout de risque et la capacité perçue qui structurent les intentions entrepreneuriales des étudiants.

Chapitre 2 : spécificité du sujet de recherche et principaux résultats empiriques dans la littérature

<p>Azzedine Tounés</p>	<p>Article, Revue des Sciences de Gestion, Cairn, 2006</p>	<p>L'intention entrepreneuriale des étudiants : les cas français.</p>	<p>Cet article a pour objectif d'expliquer l'intention entrepreneuriale des étudiants de troisième cycle de gestion suivant des formations dans cette finalité. L'idée centrale est de comprendre l'influence de ces dernières, ainsi que les variables psychologiques, socioculturelles et économiques, sur l'intention entrepreneuriale de ces individus.</p>	<p>Les résultats montrent que les variables psychologiques, socioculturelles et économiques comme, l'enseignement, le soutien des parents ...etc. peuvent pousser les étudiants français à l'acte entrepreneurial.</p>
<p>Azzedine Tounés</p>	<p>Thèse de doctorat, Sciences de Gestion, Université Rouen, 2003.</p>	<p>L'intention entrepreneuriale. Une étude comparative entre des étudiants d'écoles de management et gestion suivant des programmes ou des formations en entrepreneuriat et des étudiants en DESS CAAE</p>	<p>L'objectif de cette thèse est de décrire, d'expliquer et de prédire, dans un contexte de l'enseignement de l'entrepreneuriat, une phase majeure du processus entrepreneurial amont : l'intention entrepreneuriale. En situant dans la problématique de recherche, au sein d'un cadre très répandu et appliqué dans les recherches en entrepreneuriat, à savoir le modèle des dimensions sociales de l'entrepreneuriat d'A. SHAPERO et SOKOL (1982), et sur la théorie du comportement planifié de I. Ajzen (1991).</p>	<p>Les résultats indiquent que les formations en entrepreneuriat, sont combinés avec des variables contextuelles et personnelles pertinentes qui renforcent les perceptions des aptitudes entrepreneuriales qui à leur tour, influencent positivement l'intention. Par ailleurs, l'existence d'une idée ou d'un projet et la recherche d'informations en</p>

Chapitre 2 : spécificité du sujet de recherche et principaux résultats empiriques dans la littérature

				<p>vue de les formaliser et éventuellement de les concrétiser sont les facteurs qui contribuent plus à l'explication et à la prédiction de l'intention entrepreneuriale. Ils expriment un réel engagement des étudiants dans le processus entrepreneurial.</p>
<p>Sami Boudabous</p>	<p>Article</p>	<p>L'intention entrepreneuriale des jeunes étudiants</p>	<p>Cette recherche vise à étudier non seulement l'intention de créer une entreprise, mais aussi les attitudes envers la création d'une entreprise et les perceptions des normes sociales et leur impact sur la capacité à mener un processus entrepreneurial. En menant une étude sur 49 diplômés de l'École Supérieure de Commerce de Sfax. Nos résultats révèlent l'importance des attitudes associées au comportement dans l'intention entrepreneuriale. La culture entrepreneuriale joue un rôle très important.</p>	<p>Les résultats montrent que seule l'influence des intentions des condisciples est significative. Les contraintes financières, les informations pouvant être transmises ainsi que la formation en création d'entreprise, en d'autres termes tout ce qui se rapporte aux perceptions du contrôle comportemental, ont un effet non significatif sur l'intention.</p>

Chapitre 2 : spécificité du sujet de recherche et principaux résultats empiriques dans la littérature

			Que peut-être alors l'impact des normes sociales sur l'intention entrepreneuriale ?	
Etienne St-Jean, Amélie Jacquemin et Maripier Tremblay	Article, Institut de recherche sur les PME, Université, Québec, sciences de l'administration, Université Laval, et ESSCA, Ecole de Management LUNAM	L'intention d'entreprendre sous le prisme de la théorie sociocognitive de la carrière : une comparaison homme/femme auprès d'étudiants universitaires	Cette communication tend à comprendre les différences entre l'entrepreneuriat masculin et l'entrepreneuriat féminin. Et d'étudier l'intention d'entreprendre auprès d'étudiants et d'étudiantes universitaires provenant majoritairement du Québec, de France, de Belgique et d'Algérie, en mobilisant la théorie sociocognitive de la carrière.	Les résultats mettent en exergue les différences hommes-femmes concernant trois mécanismes : normes subjectives, auto-efficacité entrepreneuriale et attentes de résultats. Par ailleurs, la théorie sociocognitive de la carrière explique près du double de l'intention d'entreprendre des femmes (29,3%) par rapport à celle des hommes (17,7%). Ces résultats donnent des indications quant aux approches différenciées qui devraient être mises en place pour soutenir le développement de l'intention selon le sexe des individus concernés.
Tremblay Maripier & Gasse Yvon	XVIème Conférence Internationale de	L'impact des antécédents sur les perceptions,	Le cadre de cette recherche s'appuie sur l'importance de l'entrepreneuriat dans le	Les résultats font ressortir l'influence des modèles

Chapitre 2 : spécificité du sujet de recherche et principaux résultats empiriques dans la littérature

	Management Stratégique. Université du Québec	attitudes et intentions des étudiants collégiaux et universitaires à l'égard de l'entrepreneuriat	développement des économies et sur les milieux d'enseignement supérieur (collèges et universités) qui jouent un rôle de plus en plus actif, notamment en offrant formation et support à leurs étudiants de façon à rendre la carrière entrepreneuriale plus accessible. Il est aussi connu que le comportement entrepreneurial est fortement influencé par les valeurs, attitudes et croyances des individus, de nombreux chercheurs. Alors, cet article présente une étude réalisée dans le but de mieux connaître les croyances, attitudes et intentions des étudiants de niveau collégial et universitaire et de faire ressortir l'impact de leurs antécédents sur ces mêmes dimensions.	entrepreneuriaux, de l'expérience entrepreneuriale, du domaine de formation et du milieu d'origine sur les croyances des étudiants à l'égard de l'entrepreneuriat, leurs aspirations professionnelles, de même que la perception de leur capacité à entreprendre.
Bassem Salhi	Article, Université de Sfax, URECA, Tunisie	La formation de l'intention entrepreneuriale des étudiants à l'épreuve de promouvoir la création d'emplois	Cette contribution s'attache à expliquer la formation de l'intention entrepreneuriale des étudiants de la faculté des sciences de Sfax(Tunisie), suivant des programmes ou des formations en entrepreneuriat. Et de comprendre dans quelle	Les principaux résultats envisagent que la désirabilité et la faisabilité perçue sont deux éléments indispensables à la formation d'une intention entrepreneuriale. En effet, l'existence

Chapitre 2 : spécificité du sujet de recherche et principaux résultats empiriques dans la littérature

			<p>mesure des programmes ou des formations en entrepreneuriat, parmi des variables personnelles et contextuelles, agissant sur l'intention entrepreneuriale des étudiants. En s'appuyant sur les modèles psychosociaux d'intention tels la théorie du comportement planifié d' Ajzen (1991) et le modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol en entrepreneuriat. La validation du modèle s'appuie sur une étude quantitative, conduite par 120 étudiants en troisième année LMD suivant le cursus entrepreneurial. Le choix de cet échantillon s'explique par le fait que ces étudiants sont à quelques mois d'intégrer le monde du travail.</p>	<p>d'une idée ou d'un projet et la recherche d'information sont les facteurs qui contribuent le plus à l'explication et à la prédiction de l'intention entrepreneuriale.</p>
--	--	--	---	--

Source propre

En général, l'intention entrepreneuriale joue un rôle très intéressant dans le déclenchement de l'entreprise. Bien que la plupart des études (arabes, françaises, ou canadiennes...etc.), se sont penchées sur la mesure des intentions entrepreneuriales des étudiants universitaires.

Et notamment sur la comparaison de l'intention entrepreneuriale des étudiants de différents pays afin de comprendre leurs comportements, leurs attitudes et leurs perceptions vis-à-vis de la création d'entreprise à travers l'identification des facteurs individuels, socioculturels, économiques et psychologiques influençant leurs intentions comme, le type de vision de l'entrepreneuriat, la projection dans la vie professionnelle, l'enseignement, le soutien des parents, le goût de risque et la capacité perçue, en se basant sur deux modèles d'intentions issus de la psychologie sociale :

La théorie d'**Ajzen** (1991), et le modèle de **Shapero et Sokol** (1982). Mahmoudi M., (2014) ; Boissin J.P. ; Branchet B. ; Schaaper J., (2009) ; Tounés A., (2006) ; Emin S., (2004) ; Salhi B.

Encore peu ont cherché à comprendre comment les antécédents des étudiants comme l'influence des modèles entrepreneuriaux, l'expérience entrepreneuriale, le domaine de formation et le milieu d'origine influencent leurs croyances et perceptions, et comment ces dernières les prédisposent à créer une entreprise. (Tremblay M., Gasse Y).

De même, d'autres chercheurs ont prouvé que l'âge a un impact aussi sur l'intention entrepreneuriale. En fait l'âge de 40 ans n'influence plus les trois variables qui conditionnent l'intention entrepreneuriale, en particulier chez les seniors. Tornikoski E.T; Teemu K. ; Séverine L., (2012).

Et enfin, des études qui ont tenté de comprendre les différences entre l'entrepreneuriat masculin et l'entrepreneuriat féminin à travers trois mécanismes d'intention : les normes subjectives, l'auto-efficacité entrepreneuriale et les attentes de résultats. Etienne S.J ; Jacquemin A.; Tremblay M.

Section 3 : l'intention entrepreneuriale des femmes

Les recherches sur l'entrepreneuriat des femmes sont très peu investies par les chercheurs. A Cet égard, il peut être évident de mettre la lumière sur l'intention entrepreneuriale des femmes vers la création d'entreprise. Typhaine L. ; Paturel R.

Le tableau ci-dessous représente ces recherches empiriques.

Nom et prénom du chercheur	Date, type et lieu de la recherche	Titre de la recherche	Résumé	Principaux résultats
Léna Saleh,	Thèse de doctorat Université Nancy 2, institut d'administration d'entreprise, Liban, 2011	L'intention entrepreneuriale des étudiantes, cas du Liban	Cette thèse tente d'expliquer la formation de l'intention entrepreneuriale des étudiantes en gestion suivant des programmes ou des formations en entrepreneuriat. Et de comprendre dans quelle mesure des programmes ou des formations en entrepreneuriat, parmi des variables personnelles et contextuelles, agissent sur l'intention entrepreneuriale des étudiantes. Ainsi ; de décrire, de prédire et de comprendre, dans un contexte de l'enseignement de l'entrepreneuriat, une phase majeure du processus entrepreneurial amont : l'intention entrepreneuriale en fondant sur le modèle de Shapero et Sokol (1982)	Les résultats envisagent que la formation de l'intention entrepreneuriale est contingente à la filière d'étude dans le cas des étudiantes libanaises, filière « Management » et filière « Sciences ». En d'autres termes, la désirabilité et la faisabilité perçues sont deux éléments indispensables à la formation d'une intention entrepreneuriale pour les étudiantes, filière « Management ». Pour les étudiantes, filière « Sciences », la désirabilité contribue seule à la détermination de l'intention entrepreneuriale. Dans le même sens, les déterminants de la désirabilité et faisabilité perçues envers

Chapitre 2 : spécificité du sujet de recherche et principaux résultats empiriques dans la littérature

			<p>repris par Krueger (1993). Par ailleurs, la validation du modèle s'appuie sur des visites dans les universités du Liban intéressés par l'entrepreneuriat afin d'y interroger les animateurs des formations et actions s'y rapportant et sur une étude quantitative, conduite dans sept universités, auprès de 300 étudiantes de filière « sciences de gestion » et de 100 étudiantes de filière sciences ».</p>	<p>l'entrepreneuriat change selon la filière. Par contre, l'enseignement de l'entrepreneuriat au Liban n'a pas d'impact suffisant sur l'intention entrepreneuriale pour les deux échantillons.</p>
<p>Sarah Sawma et Thierry Levy-Tadjine,</p>	<p>Article, 2010.</p>	<p>A propos de la désirabilité et de la faisabilité entrepreneuriale perçues pour les jeunes femmes libanaises: une enquête exploratoire.</p>	<p>Cet article vise à étudier l'intention entrepreneuriale des femmes sur l'ensemble du Moyen-Orient tout en tenant compte du facteur religieux, ce travail préliminaire s'intéresse au contexte libanais et s'appuie sur une enquête par questionnaire conduite auprès de 140 étudiants au Liban.</p>	<p>Les résultats recueillis reflètent la persistance de préjugés socioculturels susceptibles de freiner l'entrepreneuriat féminin ainsi que l'importance de discriminations perçues. Pour autant, les conclusions de cette étude sont plus nuancées que ne le laisse présager le sens commun et traduisent sans doute une évolution progressive des mentalités.</p>
<p>Typhaine Lebegue et</p>	<p>Article, Laboratoire ICI, UBO, IAE de</p>	<p>De l'intention à la création d'entreprise</p>	<p>L'objet de cette recherche est de présenter le conflit de la temporalité provoqué</p>	<p>Les résultats observent que ce dernier n'est pas sans conséquences et qu'il</p>

Chapitre 2 : spécificité du sujet de recherche et principaux résultats empiriques dans la littérature

Robert paturel	Brest, France.	chez les femmes : les transformations sur l'image de soi, les conséquences sur la temporalité du projet	par les transformations de l'image de soi observée par les femmes alors qu'elles murissent leur projet entrepreneurial.	modifie considérablement l'image de soi de ces porteuses de projets par l'apparition de ce qu'ils qualifient de « tensions internes », celles –ci interfèrent non seulement sur le temps du projet, mais également sur les succès du démarrage.
-------------------	-------------------	---	---	--

Source propre

D'ailleurs, ces études ont tenté d'expliquer l'intention entrepreneuriale des femmes suivant des programmes ou des formations en entrepreneuriat. Et de « comprendre comment les programmes ou les formations en entrepreneuriat, parmi les variables personnelles et contextuelles, agissent sur l'intention entrepreneuriale des femmes, et notamment des étudiantes. En effet, ils ont indiqué que la formation de l'intention entrepreneuriale est contingente à la filière d'étude dans le cas des étudiantes libanaises »¹, à titre d'exemple. En d'autres termes, la désirabilité et la faisabilité perçues sont deux éléments indispensables à la formation d'une intention entrepreneuriale. Par contre, l'enseignement de l'entrepreneuriat au Liban n'a pas d'impact suffisant sur l'intention entrepreneuriale. Léna S., (2011) ; Sawma S.; Thierry L.T., (2010).

D'autres recherches ont étudié l'intention entrepreneuriale des femmes sur l'ensemble du Moyen-Orient tout en tenant compte du facteur religieux, qui reflète la persistance de préjugés socioculturels qui entravent l'entrepreneuriat féminin et l'importance de discriminations perçues. Ainsi que le conflit de la temporalité entraîné par les transformations de l'image de soi constatée par les femmes. En fait, ce dernier n'est pas sans résultats, il modifie énormément, l'image de soi de ces porteuses de projets par l'émergence de ce qu'ils qualifient de « tentions internes », celles-ci interagissent non seulement sur le temps du projet, mais également sur les avantages du démarrage. (Lebegue T.; Paturel R.).

¹ Op.cit, Léna Saleh.2011.

Conclusion :

Les principaux résultats empiriques collectés sur l'entrepreneuriat féminin et l'intention entrepreneuriale ont prouvé que la femme entrepreneur (e) comme un sujet d'étude est un phénomène assez récent. Toutefois, des études canadiennes, algériennes et françaises (...) indiquent que le taux des femmes entrepreneurs (e) dans le monde s'accroît de plus en plus.

Ainsi beaucoup de chercheurs ont montré que l'intérêt à ce phénomène se manifeste dans plusieurs pays, avec une grande accentuation au cours de ces dernières années. L'intérêt relevé par les chercheurs à propos de ce phénomène a amélioré la connaissance sur les aspects démographiques de cette population cible, leur famille, leur intention entrepreneuriale, leur expérience professionnelle, leur formation et leur motivation pour créer une entreprise et les soucis qu'elles rencontrent pendant leur déclenchement entrepreneurial.

***Chapitre 3 : La réalité de
l'entrepreneuriat féminin en Algérie***

Introduction :

A l'égard des choix épistémologiques abordés dans les deux chapitres antécédents, le présent chapitre démontre la réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et particulièrement la wilaya de Mascara en utilisant deux démarches, une quantitative et l'autre qualitative dans la mesure où l'une sert les objectifs de l'autre, c'est-à-dire, elles sont complémentaires.

Effectivement, pour comprendre la réalité de l'entrepreneuriat féminin d'une façon scientifique. En premier lieu, il convient d'illustrer ce phénomène à travers une approche quantitative qui repose sur une enquête exploratoire (par questionnaire) intitulée, « l'intention entrepreneuriale des étudiantes », effectuée auprès 400 étudiantes universitaires considérées comme des futures femmes entrepreneurs (e). Ainsi qu'une base des données statistiques actuelles sur la participation du genre féminin à l'acte entrepreneurial à travers les trois dispositifs d'aide (ANSEG¹, ANGEM², CNAC³). En deuxième lieu, l'approche qualitative qui consiste à exploiter des cas d'entretiens individuels auprès de femmes entrepreneurs (e) algériennes de différentes wilayas.

Dés lors, ce chapitre tente à présenter la méthodologie de la recherche adoptée, or, « la recherche quantitative qui génère des données numériques ou des informations qui peuvent être convertis en chiffres, c'est-à-dire, des données mesurables. Et, La recherche qualitative qui met l'accent sur la collecte de données principalement verbales plutôt que des données qui peuvent être mesuré. Les informations recueillies sont ensuite analysées de manière interprétative, subjective et impressionniste»⁴.

¹ ANSEG : Agence nationale de soutien à l'emploi de jeunes.

² ANGEM : Agence Nationale pour la Gestion du Microcrédit.

³ CNAC : caisse nationale d'assurance chômage.

⁴ <https://explorable.com/fr/la-recherche-quantitative-et-qualitative>

Section 1 :L'entrepreneuriat des jeunes femmes promotrices (ANSEG, ANGEM, CNAC) de la wilaya de Mascara (Approche quantitative)

L'approche quantitative consiste à étudier le phénomène de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Mascara, et d'illustrer le nombre de participation des femmes entrepreneurs (e) dans le cadre des dispositifs (ANSEG, ANGEM, CNAC).

1. Le dispositif ANSEG :¹

Ce dispositif est adressé aux jeunes chômeurs âgés entre 19-35 ans, qui possèdent une qualification professionnelle en relation avec l'activité projetée et qui ont la capacité de mobiliser un apport personnel déterminé pour le financement du projet. Il a été créé par le décret exécutif n° 96-296 du 08 septembre 1996, modifié.

1.1. Missions de l'ANSEJ :

Ce dispositif permet de soutenir, d'accompagner les jeunes promoteurs à la création d'entreprise, de créer une banque de projets, de développer des relations avec les différents partenaires du dispositif (banques, impôts, cnas...), d'assurer une formation en relation avec l'entreprise au profit des jeunes promoteurs, et enfin d'encourager toute autre forme d'actions et de mesures pour la promotion de la création d'entreprise.

1.2. Le mode de financement de l'ANSEJ :

Ce dispositif propose deux formules de financement pour un coût global de l'investissement qui ne peut dépasser 10 millions de DA : un financement triangulaire et un financement mixte.

	Financement triangulaire	Financement mixte
Apport personnel	1% à 2%	71% à 72%
Prêt sans intérêt ANSEJ	29% à 28%	29% à 28%
Crédit bancaire	70%	Néant

Source : ANSEJ

Tableau.6.Mode de financement du dispositif

¹ <http://www.ansej.org.dz>

En fait, De 0 à 5 Millions de dinars, l'apport personnel est de 1% du montant du projet plus de 5 Millions de dinars, l'apport personnel est de 2% du montant du projet.

1.3. La participation du genre féminin :

La participation des femmes dans ce dispositif destiné aux jeunes chômeurs âgés entre 19-35 ans, enregistrée dans l'année 2014 est évaluée à 62 entreprises créées par les femmes de la wilaya de Mascara dans les différents secteurs. En effet, le secteur des services a enregistré 42 entreprises, contre, 9, 7, 2, 2, pour le secteur d'agriculture, le secteur d'industrie, le secteur du transport et enfin, le secteur du commerce. Dont a on retrouvé que les deux secteurs celui, des services et d'agriculture sont bien répandus dans ce dispositif. Par contre, la participation féminine dans le secteur du BTPH est nulle.

Dés lors, le tableau ci-dessous représente le nombre des projets financés destinés aux femmes par secteur d'activité de la wilaya de Mascara.

Secteur d'activité	Année 2014
Agriculture	9
Industrie	7
BTPH	-
Services	42
Transport	2
Commerce	2
Total	62

Source : ANSEJ

Tableau.7.Nombre des projets financés destinés aux femmes par secteur d'activité

2. Le dispositif ANGEM :¹

Ce dispositif représente un instrument de réalisation de la politique du gouvernement pour la lutte contre le chômage et la précarité destiné aux personnes âgés de 18 ans et plus. Il a été créé par le décret exécutif N° 04-14 du 22 Janvier 2004, modifié.

2.1. Missions de l'ANGEM :

Ce dispositif permet de gérer le dispositif du microcrédit conformément à la législation et la réglementation en vigueur, de soutenir conseiller et accompagner les bénéficiaires du microcrédit dans la mise en œuvre de leurs activités ,de notifier aux bénéficiaires les différentes aides qui leur sont accordées ,et d'assurer le suivi des activités réalisées par les bénéficiaires en veillant au respect des clauses des cahiers des charges qui les lient à l'Agence.

2.2. Le mode de financement de l'ANGEM :

Ce dispositif gère dans le cadre du micro crédit deux formes de financement allant du petit prêt de survie (PNR financé par l'ANGEM avec un plafond de **100 000,00 DA** et qui peut atteindre 250 000 DA au niveau des wilayas du Sud) jusqu'au prêt plus important (ne dépassant pas **1 000 000,00 DA**) faisant appel à un montage financier avec une banque.

Taille du projet	Profil du promoteur	Apport Perso.	Crédit Bancaire	PNR	Taux D'intérêt
Ne dépasse pas 100.000 DA	Tout profil (Acquisition de matières premières)	0 %	-	100%	-
Ne dépasse pas 250.000 DA	Tout profil (Acquisition de matières premières) Au niveau des wilayas du Sud	1 %	-	100%	
Ne dépasse pas 1 000.000 DA	Tout profil	1 %	70 %	29 %	5% du taux commercial Zones spécifiques (sud et hauts plateaux) 20 % du taux commercial Autres zones
	Tout profil	1%	70%	29 %	

Source : ANGEM

Tableau.8. Mode de financement des deux dispositifs de financement

¹ <http://www.angem.dz>

2.3. La participation du genre féminin :

Comme en fait état les deux tableaux ci-dessous. Depuis la création du dispositif jusqu'à l'année 2014, la majorité des femmes promotrices du dispositif ANGEM sont âgées de 30 ans à 39 ans, ou bien, de 18 ans à 29 ans (...).

Par ailleurs, leur participation est évaluée à 9455 micro-entreprises, depuis la création jusqu'à l'année 2013. En fait, le secteur d'artisanat a enregistré 7465 micro-entreprises, contre, 7065, 229,154, 13, 3, 1, pour le secteur d'artisanat, le secteur des services, le secteur d'agriculture, le secteur du BTPH, le secteur d'industrie et le secteur du commerce.

Par conséquent, le nombre des entreprises créés en 2014 est évalué à 2233 micro-entreprises dans les différents secteurs dont, 2139 micro- entreprises ont été créés dans le secteur d'artisanat, contre 47, 44,1, pour le secteur d'agriculture, le secteur des services et enfin, le secteur du commerce. Cela signifie que la participation du genre féminin dans les secteurs d'artisanat, des services et celui d'agriculture est considérable, par contre, elle est presque nulle dans le secteur d'industrie et du BTPH.

Tranche d'âge	Année 2014	Cumul 2013
De 18 ans à 29 ans	636	3083
De 30 ans à 39 ans	591	3196
De 40 ans à 49 ans	552	1693
De 50 ans à 59 ans	316	1189
Plus de 60 ans	138	297
Total	2233	9455

Source : ANGEM

Tableau.9. Nombre des projets financés destinés aux femmes par tranche d'âge.

Secteur d'activité	Année 2014	Cumul 2013
Agriculture	47	154
Industrie	-	03
BTPH	-	13
Services	44	229
Artisanat	2139	7065
Commerce	01	01
Total	2233	7465

Source : ANGEM

Tableau.10. Nombre des projets financés destinés aux femmes par secteur d'activité

3. Le dispositif de la CNAC :¹

Ce dispositif représente un instrument de soutien à la création et à l'extension d'activités pour les chômeurs promoteurs âgés de 30 à 50 ans. Il a été créé par le décret exécutif N° 04-03 du 03 janvier 2004.

3.1. Missions de la CNAC :

Ce dispositif permet d'indemniser le chômage des salariés qui perdent leur emploi pour raisons économiques, de mettre en place de mesures actives d'aide à la recherche d'emploi ou à la reconversion, et de financer la création d'activités par des demandeurs d'emploi.

3.2. Le mode de financement de la CNAC :

L'unique mode de financement est de type triangulaire. Il recouvre en grande partie l'acquisition du matériel et équipement et matériel neuf.

Le seuil maximum des investissements est fixé à dix (10) millions de dinars.

La contribution du promoteur :

Le seuil minimum des fonds propres dépend du montant de l'investissement de création ou d'extension projeté. Il est fixé selon les niveaux suivants :

Niveau 1 : 1% du montant global de l'investissement lorsque celui-ci est égal ou inférieur à cinq (05) millions de dinars. Avec un apport de la CNAC de 29% et 70% pour la banque.

Niveau 2 : 2% du montant global de l'investissement lorsque celui-ci est supérieur à cinq (05) millions de dinars et inférieur ou égal à dix (10) millions de dinars. Avec un apport de la CNAC de 28% et 70 % pour la banque.

3.3. La participation du genre féminin :

La participation des femmes dans ce dispositif destiné aux chômeurs âgés de 30 à 50 ans, depuis la création jusqu'à l'année 2013 est évaluée à 101 micro-entreprises créées par les femmes de la wilaya de Mascara dans de différents secteurs. En fait, le secteur d'industrie a enregistré 25 micro-entreprises, contre, 57,1, 9, 9, pour le secteur de services, le secteur du BTPH, le secteur d'agriculture et le secteur du transport.

Par ailleurs, le nombre des entreprises créés en 2014 est évalué à 24 micro-entreprises dans les cinq secteurs dont, 12 micro- entreprises ont été créés dans le secteur des services, contre 10, 2, pour le secteur du transport et le secteur d'agriculture.

¹ www.cnac.dz

Chapitre 3 : la réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie

Cependant, la participation du genre féminin dans le secteur du BTPH et d'industrie est nulle. Cela indique que le secteur le plus dominant est le secteur des services.

Dés lors, le tableau ci-dessous représente le nombre des projets financés destinés aux femmes par secteur d'activité de la wilaya de Mascara.

Secteur d'activité	Année 2014	Cumul 2013
Agriculture	01	09
BTPH	-	01
Services	12	57
Industrie	-	25
Transport	10	09
Total	24	101

Source : CNAC

Tableau.11. Nombre des projets financés destinés aux femmes par secteur d'activité

D'une manière générale, ce bilan statistique désigne que les jeunes femmes porteuses de projet ont marqué leur importante présence à travers les trois dispositifs (ANSEG, ANGEM, CNAC) de la wilaya de Mascara. Par ailleurs, à travers l'interprétation des données relatives aux secteurs d'activité, on constate que les femmes s'orientent beaucoup plus vers le secteur des services ou celui d'artisanat.

Cependant, cette étude quantitative reste insuffisante pour expliquer la réalité de l'entrepreneuriat féminin, pour cela une étude qualitative qui repose sur la phase intentionnelle de l'acte entrepreneurial permet de comprendre plus ce phénomène.

Section 2 : L'intention entrepreneuriale des femmes (approche quantitative)

Afin d'avoir une meilleure réflexion de la réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, il faut, au début comprendre l'intention entrepreneuriale des femmes et notamment des étudiantes universitaires. Et de comprendre, aussi dans quelle mesure les attitudes, les normes sociales perçues, ainsi que la perception de désirabilité et faisabilité agissant sur leur intention entrepreneuriale en s'appuyant sur les modèles psychosociaux d'intention tels la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) et le modèle de l'événement entrepreneurial de Shapero (Shapero et Sokol, 1982) en entrepreneuriat.

A cet égard, notre étude quantitative est conduite auprès 400 étudiantes en master (LMD) ou en post-graduation de différente spécialité dans les six facultés de la wilaya de Mascara amont : Faculté des sciences économiques, Sciences commerciales et sciences de gestion ; Faculté des sciences et technologie ; Faculté des Sciences de la nature et de la vie ; Faculté des droits et des sciences politiques ; Faculté des sciences humaines et sociales ; Faculté des lettres et des langues).

1. L'intention entrepreneuriale des femmes :

1.1. Le choix et la constitution de l'échantillon :

La méthode d'échantillonnage utilisée est la méthode aléatoire ¹. En effet la population globale qui concerne notre échantillon est celle de l'ensemble des étudiantes des six facultés de: Faculté des sciences économiques, sciences commerciales et sciences de gestion ; Faculté des sciences et technologie ; Faculté des Sciences de la nature et de la vie ; Faculté des droits et des sciences politiques ; Faculté des sciences humaines et sociales ; Faculté des lettres et des langues) était de 400 jeunes femmes étudiantes .

Le choix de cet échantillon s'explique par le fait que ces étudiantes sont considérées comme des futures entrepreneurs (e) et elles seront à quelques mois prêtes d'intégrer le monde du travail.

Toutefois, on s'est appuyé sur la formule de calcul d'un échantillon mené par l'auteur, Richard Giger. Dès lors, on a calculé notre échantillon par l'équation suivante :

¹ « L'échantillonnage aléatoire: Chaque élément de cette échantillon a la même probabilité d'être choisi que tous les autres éléments de la population visée. »

$$n = \frac{\left(\frac{z}{d}\right)^2 \times (0.50)^2}{1 + \frac{1}{N} \left[\left(\frac{z}{d}\right)^2 \times (0.50)^2 - 1\right]} \Rightarrow n = 333,0358021$$

N : population totale (2496), *z* : degré séquentiel (1,96), *d* : marge d'erreur (0,05)

Alors, la répartition de notre échantillon par composante se présente comme suit :

Université	Nombre d'étudiantes (Master et post-graduation)	Echantillon
Faculté des sciences économiques, commerciales et sciences de gestion	480	80
Faculté des sciences et technologie	477	80
Faculté des Sciences de la nature et de la vie	308	70
Faculté de droit et des sciences politiques	234	60
Faculté des lettres et des langues	523	60
Faculté des sciences humaines et sociales	474	50
Total	2496	400

Tableau.12.La répartition de l'échantillon

La variété de l'échantillon marque la diversité de la population étudiante et comporte de confirmer les théories de l'intention sur des étudiantes de filières différentes et de discerner des nouvelles particularités inhérentes au processus de création d'entreprise. Ainsi notre échantillon se concentre plus sur les étudiantes de la faculté des sciences économiques, sciences commerciales et sciences de gestion et celle des sciences de technologie car le domaine de l'entrepreneuriat est étroitement lié avec ces deux spécialités, ainsi que, les étudiantes de ces deux facultés ont la capacité de diriger une entreprise, de gérer des ressources financières, de prendre des risques ...etc. Parallèlement, en se référant aux statistiques actuelles des trois dispositifs (**ANSEG, ANGEM, CNAC**), on retrouve que les femmes créent leurs entreprises dans de différents secteurs comme celui des services, d'industrie, d'agriculture ou, du **BPTH**¹...

¹ **BPTH** : Bâtiment, travaux publics et hydrauliques..

1.2. La structure du questionnaire :

D'ailleurs, l'intention entrepreneuriale qui est la variable dépendante de cette recherche, a été mesurée par un questionnaire, Léna S., (2011)¹, inspiré de la théorie du comportement planifié d' Ajzen et celle de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol ,ainsi que sur les travaux d'Emin (2003),Tounés (2006) et Dussault et al (1992) . En fait, ce questionnaire utilise une échelle de type Lickert en cinq points, allant de « 1 = Pas du tout » à « 5= tout à fait », il comporte 30 questions réparties sur six items comme suit :

Item 1 : Mesure de l'intention,

Item 2 : Les perceptions de désirabilité.

Item 3 : Les perceptions de faisabilité.

Item 4 : L'attitude.

Item 5 : La norme sociale.

Item 6 : Le contrôle comportemental perçu.

En outre, les questions ont été fermées afin de simplifier la codification des réponses et leurs analyses avec une liberté laissée aux étudiantes sous l'intitulé « autre : préciser ».

Pour **les intentions**, les répondantes ont été interrogées sur leur intention de créer une entreprise, son intensité, son délai de concrétisation, (c'est-à-dire pendant leurs études, juste après ou longtemps après l'obtention de leur diplôme ...) .Par contre, **les perceptions de désirabilité** ont été vérifiées par certaines questions reposant sur le désir et l'attractivité de la création d'une entreprise . En revanche, **les perceptions de faisabilité** ont été vérifiées par certaines questions reposant sur les facteurs qui favorisent ou inhibent le potentiel entrepreneurial.

Par ailleurs, **les variables de l'attitude entrepreneuriale** ont été traitées par quelques questions sur les motivations envers la création d'entreprise qui sont recensées à partir des travaux de Lacasse (1986) et de Tounés (2003)², l'expérience professionnelle, et la perception de la réussite ou l'échec,

Par conséquent, **les variables de la norme sociale** ont été examinés par le rôle de la famille, des amis, des enseignants..., les dimensions de masculinité-féminité, le rôle du

¹ Op .cit, **Léna S.**, 2011.

² Op.cit, **Tounés A.**, 2003.

modèle, l'influence de l'entourage (famille ,amis ,proche , conjoint ...) , inspirée des travaux d'Emin (2003)¹.

De même, les **variables situationnels du contrôle perçu** ont été retenues par la confiance en décision, la capacité du contrôle, la maîtrise du processus entrepreneurial et les ressources environnementales comme les opportunités disponibles (**ANSEG, ANGEM, CNAC**), le soutien des entrepreneurs, l'économie algérienne ...etc.

À ces items s'ajoute une fiche renseignements qui permis d'établir **un profil des répondantes** : sexe, âge, niveau et domaine d'études, la situation matrimoniale, la classe sociale.

Le questionnaire a été administré selon le type « **face à face** »². En fait, ce type nous a permis d'affecter directement le cœur de la population ciblé, d'optimiser le taux de retour, Et d'avoir aussi, une meilleure qualité de sondage (réaction et commentaires des répondantes). En effet, il suffit juste 30 minutes pour répondre à ces questions.

1.3. Méthodologie de traitement et d'analyse des résultats :

L'analyse et le traitement du questionnaire a été effectué avec le logiciel **SPSS**³ version 20, c'est-à-dire, l'interprétation des données collectés avec le questionnaire sous forme de statistiques pour pouvoir ressortir les variables affectives de l'intention entrepreneuriale des étudiantes. En fait, Ce logiciel a été choisi pour son efficacité à faire des croisements de différentes variables du questionnaire.

D'ailleurs, Le traitement avec **SPSS** s'appuie sur :

- L'analyse du questionnaire suivi de la codification et de la saisie des données.
- Le recodage des données afin d'harmoniser les informations collectées.
- Le traitement statistique des données.

Toutefois, nous commencerons par l'analyse descriptive de notre étude où on a reformulé les cinq points de l'échelle de type Lickert . « **Pas du tout d'accord, Plutôt pas d'accord, Ni d'accord ni pas d'accord , Plutôt d'accord, Tout à fait d'accord** » en trois points « **Pas du tout d'accord , Ni d'accord ni pas d'accord , Tout à fait d'accord** » et l'échelle d'importance aussi de cinq à trois point , « **Pas du tout Important , Ni Important ni pas Important , Très Important** » .

¹ Op.cit, **Emin S.**, 2003.

² <http://www.dynamique-mag.com/article/realiser-et-administrer-un-questionnaire.2613>

³ **SPSS**: Statistical Package for the Social Sciences.

Après nous exposerons les résultats d'homogénéité des échelles de mesure du questionnaire à travers l'analyse factorielle et le test d'alpha de Cronbach. Et enfin, nous étudierons les différentes relations des items avec nos hypothèses de recherche par la régression simple.

2. Analyses et interprétation des résultats :

2.1. Analyse descriptive :

Avant d'interpréter les résultats de cette recherche, on présente :

2.1.1. Le profil des répondantes :

Dans le cadre de cette étude, la population est totalement féminine. Cela est du au type de notre sujet de recherche. Notamment, 400 étudiantes ont accepté d'y participer dont la grande majorité des répondantes (87,5 %) est âgée de moins de 25 ans (12,3% de 25 ans à 30 ans).

Aussi, on constate que la plupart de ces répondantes (88,8%) est célibataire et (10,8 %) mariée. Cela peut être expliqué par le fait qu'elles sont encore des étudiantes.

En effet, la majorité des répondantes est issue de la faculté des sciences économiques, sciences commerciales et sciences de gestion et celle des sciences et de technologie regroupent le pourcentage le plus élevé des répondantes (20%, 20%). Contre respectivement, (17%, 15%, 15%, 12%) qui est issue de la faculté des sciences de la nature et de la vie, la faculté des droits et sciences politiques, la faculté des lettres et langues et la faculté des sciences humaines et sociales. Cela est du aussi à notre choix d'échantillonnage. Ainsi, une plus grande proportion de répondantes (95%) constituant la presque totalité de l'échantillon sont en master 1 ou 2, alors que (5%) sont en post-graduation et presque la majorité de ces répondantes (97,0%) est issue de classe sociale moyenne.

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide
Age			
Moins de 25 ans	351	87,8	87,8
De 25 ans à 30 ans	49	12,3	12,3
Situation matrimoniale			
Célibataire	358	89,5	89,5
Mariée	42	10,5	10,5
Faculté			
Faculté des sciences économiques, commerciales et sciences de gestion.	80	20,0	20,0
Faculté des sciences et de technologie.	80	20,0	20,0
Faculté des sciences de la nature et de la vie.	70	17,5	17,5
Faculté des droits et des sciences politiques.	60	15,0	15,0
Faculté des lettres et des langues.	60	15,0	15,0
Faculté des sciences humaines et sociales.	50	12,5	12,5
Niveau d'étude			
Master	380	95,0	95,0
Post- graduation	20	5,0	5,0
Classe sociale			
Modeste	12	3,0	3,0
Moyenne	388	97,0	97,0

Source SPSS

Tableau.13. Profil des répondantes pour l'ensemble de l'échantillon (n=400)

2.1.2. L'intention entrepreneuriale des répondantes :

En effet, dans l'ensemble de notre échantillon, la majorité des répondantes (64 %) a l'intention de créer une entreprise, contre (36%) qui déclarent ne pas avoir cette intention entrepreneuriale. Cela peut être expliqué par le fait que pour les répondantes ce n'est pas quelque chose qu'elles feront dans l'avenir immédiat.

D'ailleurs, les intentions de démarrage d'entreprise se varient d'une étudiante à une autre. Pour cela, il était primordial d'étudier le niveau d'intention qui était majoritairement moyen pour (28%) des répondantes, faible pour (11 %) et fort pour (21 %), de l'ensemble de l'échantillon.

Cependant, (32%) des répondantes souhaitent concrétiser leur intention entrepreneuriale longtemps après l'obtention du diplôme, contre (29,3 %) qui souhaitent le faire juste après l'obtention du diplôme. Parallèlement, (35,5%) de l'ensemble de l'échantillon semble déjà avoir des renseignements sur les différentes démarches à suivre

Chapitre 3 : La réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie

pour créer une entreprise. Tandis que (28,5 %) n'ont pas encore suivi ces démarches entrepreneuriales.

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide
Mesure d'intention			
Oui	256	64,0	64,0
Non	144	36,0	36,0
Niveau d'intention			
0	144	36,0	36,0
Faible	44	11,0	11,0
Forte	84	21,0	21,0
Moyenne	112	28,0	28,0
Très forte	16	4,0	4,0
Délai de concrétisation d'intention			
0	144	36,0	36,0
Pendant les études	8	2,0	2,0
Juste après l'obtention du diplôme	117	29,3	29,3
Longtemps après l'obtention du diplôme	128	32,0	32,0
Jamais	3	0,8	0,8
Renseignements sur les différentes démarches à suivre pour créer une entreprise			
0	144	36,0	36,0
Oui	142	35,5	35,5
Non	114	28,5	28,5

Source SPSS

Tableau.14. L'intention entrepreneuriale des répondantes pour l'ensemble de l'échantillon (n=400)

2.1.2.1. L'intention entrepreneuriale des étudiantes par faculté :

Le croisement de « l'intention entrepreneuriale » et de « la faculté » montre qu'il y a des différences marquées entre les six facultés. D'ailleurs, les plus hauts pourcentages d'intention se trouvent dans la faculté des sciences de technologie et celle des sciences humaines et sociales (75 %, 70 %). Ce résultat peut être expliqué par le type de filière et des études et surtout pour les étudiantes de technologie. Alors que, la faculté de droit et celle des sciences de la nature et de la vie enregistrent aussi des taux d'intention considérables (65 %, 64,3 %). Par rapport à la faculté des sciences économiques et celle des lettres et des langues qui ont connu des taux moyens (57,5 %, 51,7%). Cela reflète que la majorité de nos étudiantes et dans quelle n'importe quelle faculté est intéressée par la création d'entreprise.

Par ailleurs, les intentions de démarrage d'entreprise se varient d'une étudiante à une autre et d'une faculté à une autre dont on retrouve que les étudiantes de technologie toujours ont une forte intention (41,3%) par rapport aux autres facultés comme la faculté des sciences économiques (27,5%), la faculté de droit et des sciences politiques (20%), la faculté des sciences de la nature et de la vie (14,3%), la faculté des lettres et langues (8,3%)

et la faculté des sciences humaines et sociales (2%).Ce classement est significative car les deux spécialités de technologie et d'économie favorisent la création d'entreprise.

Aussi, dans les six facultés, il désigne que les étudiantes de droit ont des renseignements plus sur les différentes démarches à suivre pour créer une entreprise (55%), car elles ont un module intitulé « Droit des affaires » qui leur permettent de comprendre mieux la création d'entreprise, dit-elles. De même, les étudiantes de technologie et d'économie ont des renseignements considérables (43,8 %, 38,8 %) désormais que leur filière se compose aussi d'un module d'entrepreneuriat.

	Faculté des sciences économique, commerciales et sciences de gestion	Faculté des sciences Et de technologie	Faculté des sciences de la nature et de la vie	Faculté de droit et des sciences politiques	Faculté des lettres et des langues	Faculté des sciences humaines et sociales
Effectif	80	80	70	60	60	50
Mesure d'intention						
Oui	57,5	75,0	64,3	65,0	51,7	70,0
Non	42,5	25,0	35,7	35,0	48,3	30,0
Niveau d'intention						
0	42,5	25,0	35,7	35,0	48,3	30,0
Faible	6,3	10,0	7,1	10,0	15,0	22,0
Forte	27,5	41,3	14,3	20,0	8,3	2,0
Moyenne	16,3	22,5	37,1	31,7	26,7	42,0
Très forte	7,5	1,3	5,7	3,3	1,7	4,0
Délai de concrétisation d'intention						
0	42,5	25,0	35,7	35,0	48,3	30,0
Pendant les études	3,8	1,3	2,9	1,7	1,7	-
Juste après l'obtention du diplôme	22,5	32,5	30,0	31,7	26,7	36,0
Longtemps après l'obtention du diplôme	31,3	41,3	31,4	28,3	21,7	34,0
Jamais	-	-	-	3,3	1,7	-
Renseignements sur les différentes démarches à suivre pour créer une entreprise						
0	42,5	25,0	35,7	35,0	48,3	30,0
Oui	38,8	43,8	30,0	55,0	11,7	30,0
Non	18,8	31,3	34,3	10,0	40,0	40,0

Source SPSS

Tableau .15.L'intention entrepreneuriale des étudiantes par faculté (n=400)

2.1.3. La désirabilité perçue :

Comme en fait état le tableau ci-dessous, (63,3 %) des répondantes désirent devenir des femmes entrepreneurs (e) et créer une entreprise dans le futur , contre (30,3 %) qui ne sont pas du tout d'accord ou plutôt pas d'accord et (6,5 %) neutre.

Par ailleurs, on retrouve que presque la majorité des répondantes (80,3 %) est attirée par la création d'une entreprise, contre (15,5%) qui ne sont pas du tout d'accord ou plutôt pas d'accord et (4,3 %) neutre.

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide
Vous désirez devenir créateur d'une entreprise?			
Pas du tout d'accord	121	30,3	30,3
Ni d'accord ni pas d'accord	26	6,5	6,5
Tout à fait d'accord	253	63,3	63,3
L'idée de créer votre entreprise vous semble attractive?			
Pas du tout d'accord	62	15,5	15,5
Ni d'accord ni pas d'accord	17	4,3	4,3
Tout à fait d'accord	321	80,3	80,3

Source SPSS

Tableau.16. La désirabilité perçue des répondantes pour l'ensemble de l'échantillon (n=400)

2.1.4. La faisabilité perçue :

Comme en fait état le tableau ci-dessous, (58,1 %) des répondantes veulent monter et aboutir un projet d'entreprise, contre (30,8 %) des répondantes qui ne sont pas du tout d'accord ou plutôt pas d'accord et (11,3 %) neutre. Ces résultats montrent le degré de volonté de nos répondantes.

Parallèlement, on constate que presque la majorité des répondantes (83,3%) ne souhaite pas créer leur entreprise pendant les études. Or, elles ne sont pas du tout d'accord ou plutôt pas d'accord, contre (8,3 %) qui sont tout à fait d'accord ou plutôt d'accord et (8,5 %) neutre. Cela peut être expliqué par le fait que nos répondantes sont encore des étudiantes et n'ont pas encore terminé leurs études.

A titre d'exemple, dans cette perspective les femmes entrepreneurs (e) ont répliqué aussi que leurs entreprises ont été créées après une suite d'études.

Verbatim n° 01 :

Mme Dalache Nassera, « avant de me lancer dans la création d'entreprise, j'ai obtenu mon diplôme de technicien supérieur en informatique puis technicien programmeur d'informatique... ».

Mme Kada Keltoum, « avant de me lancer dans la création d'entreprise, j'ai eu mon diplôme de DEUA en informatique ... ».

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide
Il vous semble possible de monter un projet de création d'entreprise est d'assurer son aboutissement?			
Pas du tout d'accord	123	30,8	30,8
Ni d'accord ni pas d'accord	45	11,3	11,3
Tout à fait d'accord	232	58,1	58,1
En l'état actuel créer de A à Z votre entreprise vous semble faisable?			
Pas du tout d'accord	333	83,3	83,3
Ni d'accord ni pas d'accord	34	8,5	8,5
Tout à fait d'accord	33	8,3	8,3

Source SPSS

Tableau.17. La faisabilité perçue des répondantes pour l'ensemble de l'échantillon (n=400)

2.1.5. L'attitude :

Comme en fait état le tableau ci-dessous, (75,3 %) de l'ensemble des répondantes est tout à fait prêtes et d'accord à s'engager dans la création entrepreneuriale, contre (20,1 %) des répondantes qui ne sont pas du tout d'accord ou plutôt pas d'accord et (4,8 %) neutre. Aussi, la moitié des répondantes a une attitude entrepreneuriale (60,8 %), contre (28,1 %) qui n'ont pas encore et (11,3%) neutre.

En ce qui concerne les facteurs motivant les répondantes à la création d'entreprise, (83,6 %) des répondantes sont motivées par l'argent, (71,1 %) par la liberté, (90 %) par le patrimoine, (85 %) par la flexibilité d'horaires, (93,3 %) par l'échappement au chômage, (78,8 %) par la satisfaction personnelle, (89,3 %) par la création d'emploi et enfin, (76,3 %) par l'indépendance personnelle. A titre d'exemple, et dans le même contexte, les femmes entrepreneurs (e) interviewées ont lancé presque les mêmes facteurs.

Verbatim n° 02 :

<p style="text-align: center;"><i>Mme Mazzoleni Hadjer, «j'ai envie de créer une entreprise pour être indépendante et améliorer le niveau de vie de ma famille...».</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Mme Bali laila, «j'ai envie de voler par mes propres ailles et avoir mon propre entreprise... ».</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Mme cheref Nawel, «j'ai envie de créer une entreprise pour gagner plus d'argent et être mon propre chef ... ».</i></p>

Par conséquent, la plupart des répondantes (76,8 %) révèle que la création d'entreprise est un défi malgré que (87,8%) n'ont pas encore travaillé dans n'importe quel secteur. De même, (69 %) des répondantes ont le goût de risque. Et (68,5 %) ne sont pas

Chapitre 3 : La réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie

incertaines de leur réussite ou échec si elles se lancent dans la création d'entreprise plus tard.

Cependant, (48 ,5 %) révèlent que leur échec éventuel sera traduit par une expérience utile pour une autre aventure entrepreneuriale ou une expérience utile pour la suite de votre carrière professionnelle (18,3%).

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide
Vous êtes favorable au fait de vous engager dans une création d'entreprise?			
Pas du tout d'accord	80	20,1	20,1
Ni d'accord ni pas d'accord	19	4,8	4,8
Tout à fait d'accord	301	75,3	75,3
Vous avez une attitude entrepreneuriale?			
Pas du tout d'accord	112	28,1	28,1
Ni d'accord ni pas d'accord	45	11,3	11,3
Tout à fait d'accord	243	60,8	60,8
Dans quelle mesure l'argent vous motiverait pour créer une entreprise?			
Pas du tout d'accord	45	11,3	11,3
Ni d'accord ni pas d'accord	21	5,3	5,3
Tout à fait d'accord	334	83,6	83,6
Dans quelle mesure la liberté vous motiverait pour créer une entreprise?			
Pas du tout d'accord	97	24,3	24,3
Ni d'accord ni pas d'accord	19	4,8	4,8
Tout à fait d'accord	284	71,1	71,1
Dans quelle mesure le patrimoine vous motiverait pour créer une entreprise ?			
Pas du tout d'accord	32	8,1	8,1
Ni d'accord ni pas d'accord	8	2,0	2,0
Tout à fait d'accord	360	90,0	90,0
Dans quelle mesure la flexibilité des horaires vous motiveraient pour créer une entreprise?			
Pas du tout d'accord	42	10,5	10,5
Ni d'accord ni pas d'accord	18	4,5	4,5
Tout à fait d'accord	340	85,0	85,0
Dans quelle mesure le chômage vous motiverait pour créer une entreprise?			
Pas du tout d'accord	15	3,8	3,8
Ni d'accord ni pas d'accord	12	3,0	3,0
Tout à fait d'accord	373	93,3	93,3

Chapitre 3 : La réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie

Dans quelle mesure la satisfaction personnelle vous motiverait pour créer une entreprise?			
Pas du tout d'accord	71	17,8	17,8
Ni d'accord ni pas d'accord	14	3,5	3,5
Tout à fait d'accord	315	78,8	78,8
Dans quelle mesure la création d'emploi vous motiverait pour créer une entreprise?			
Pas du tout d'accord	34	8,6	8,6
Ni d'accord ni pas d'accord	9	2,3	2,3
Tout à fait d'accord	357	89,3	89,3
Dans quelle mesure l'indépendance vous motiverait pour créer une entreprise?			
Pas du tout d'accord	75	18,8	18,8
Ni d'accord ni pas d'accord	20	5,0	5,0
Tout à fait d'accord	305	76,3	76,3
Selon vous, la création d'entreprise par une femme est ?			
Défi	307	76,8	76,8
Opportunité	89	22,3	22,3
Contrainte	4	1,0	1,0
Vous estimez avoir le gout de risque?			
Oui	276	69,0	69,0
Non	124	31,0	31,0
Avez-vous travaillé en entreprise ?			
Oui	49	12,3	12,3
Non	351	87,8	87,8
Dans quel type d'entreprise avez-vous travaillé ?			
0	351	87,8	87,8
PE (-10 Salariés)	12	3,0	3,0
TPE (10 à 49 Salariés)	20	5,0	5,0
PME/PMI (59 à 249)	15	3,8	3,8
Grande entreprise (250 ET +)	2	0,5	0,5
Dans quel secteur d'activité, avez-vous travaillé ?			
0	351	87,8	87,8
Services	29	7,3	7,3
Industrie	18	4,5	4,5
Nouvelles technologies	1	0,3	0,3
Autre (merci de préciser)	1	0,3	0,3
Si vous vous lanciez dans la création d'une entreprise, dans quelle mesure seriez-vous sûres de sa réussite?			
Certaines de votre échec	12	3,0	3,0
Plutôt sûres de votre échec	18	4,5	4,5
Incertaines quant à votre échec ou succès	275	68,5	68,5
Plutôt sûres de votre succès	61	15,3	15,3
Certaines de votre succès	35	8,8	8,8
Si un jour vous créez votre entreprise, pour vous son échec éventuel serait avant tout ?			
Echec financier	59	14,8	14,8
Echec social	6	1,5	1,5
Echec personnel	68	17,0	17,0
Une expérience utile pour une autre aventure entrepreneuriale	194	48,5	48,5
Une expérience utile pour la suite de votre carrière professionnelle	73	18,3	18,3

Source SPSS

Tableau.18. L'attitude des répondantes pour l'ensemble de l'échantillon (n=400)

2.1.6. La norme sociale :

Comme en fait état le tableau ci-dessous, la majorité des répondantes déclarent que le rôle et l'influence de la famille, des amis, des proches, du conjoint ou des enseignants dans la stimulation à la création d'entreprise sera favorable ou très favorable et surtout celle de la famille avec un taux de (89,8%).

En ce qui concerne les dimensions de masculinité-féminité, (76,8 %) des répondantes pensent que la femme entrepreneur (e) est bien perçue par la société algérienne contre, (61,8 %) qui révèlent que la création d'entreprise est un comportement approprié à la femme.

D'autre part, (81,1 %) des étudiantes répliquent que la loi algérienne protège la femme et qu'il n'y a pas un désavantage entre femmes et hommes en tant que propriétaires d'entreprise en Algérie, soit un taux de (45,6%).

Verbatim n°03 :

A titre d'exemple, *Mme Dalache Nassera* a déclaré, « *qu'il n'y a pas de différences entre hommes et femmes dans le travail ...* ».

Ainsi, (64,8%) des étudiantes déclarent que c'est difficile d'être femme entrepreneur (e) et maman en même temps, contre (28 %) qui ne sont pas d'accord ou plutôt pas d'accord. Par ailleurs, (68, 8%) de l'ensemble de l'échantillon déclarent que notre religion favorise la création d'entreprise par la femme et (88,8 %) des répondantes révèlent que l'attachement familial est très important.

De même, (91,8 %) des répondantes mentionnent que la fondation d'une famille est très importante .Or (68,3%) qui indiquent que la création d'entreprise est aussi très importante (21,8 %).Et enfin, (91,3 %) qui donnent l'importance au salaire.

Toutefois , (43,4 %) des répondantes révèlent avoir connu des entrepreneurs dans l'entourage qui souhaite l'imiter contre (56,8 %) ,ces entrepreneurs sont la plupart des entrepreneurs libérales ,des cousins et des voisins (15,8 %) ,amis (13,8 %) ,père (7,8%) , frères et sœurs (5,3 %) ,ou mère (0,8 %) .Et presque la totalité a la liberté de choix, du travail, du mariage et même de la création d'entreprise.

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide
Quelle sera l'opinion de la famille si vous décidez la création d'entreprise?			
Très défavorable	9	2,3	2,3
Défavorable	14	3,5	3,5
Neutre	18	4,5	4,5
Favorable	128	32,0	32,0
Très favorable	231	57,8	57,8

Chapitre 3 : La réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie

Quelle sera l'opinion des amis si vous décidez la création d'entreprise?			
Très défavorable	26	6,5	6,5
Défavorable	23	5,8	5,8
Neutre	79	19,8	19,8
Favorable	165	41,3	41,3
Très favorable	107	26,8	26,8
Quelle sera l'opinion des proches si vous décidez la création d'entreprise?			
Très défavorable	61	15,3	15,3
Défavorable	38	9,5	9,5
Neutre	94	23,5	23,5
Favorable	118	29,5	29,5
Très favorable	89	22,3	22,3
Quelle sera l'opinion du conjoint si vous décidez la création d'entreprise?			
0	358	89,5	89,5
Très défavorable	3	0,8	0,8
Défavorable	5	1,3	1,3
Neutre	2	0,5	0,5
Favorable	20	5,0	5,0
Très favorable	12	3,0	3,0
Quelle sera l'opinion des enseignants si vous décidez la création d'entreprise?			
Très défavorable	21	5,3	5,3
Défavorable	7	1,8	1,8
Neutre	36	9,0	9,0
Favorable	170	42,5	42,5
Très favorable	166	41,5	41,5
Selon vous, la femme entrepreneur sera bien perçue par la société ?			
Pas du tout d'accord	64	16,0	16,0
Ni d'accord ni pas d'accord	29	7,3	7,3
Tout à fait d'accord	307	76,8	76,8
Créer une entreprise vous semble être un comportement approprié pour une femme?			
Pas du tout d'accord	109	27,3	27,3
Ni d'accord ni pas d'accord	44	11,0	11,0
Tout à fait d'accord	247	61,8	61,8
La loi algérienne vous protège en tant que femme?			
Pas du tout d'accord	41	10,3	10,3
Ni d'accord ni pas d'accord	35	8,8	8,8
Tout à fait d'accord	324	81,1	81,1
En Algérie, les femmes sont désavantagées par rapport aux hommes en tant que propriétaires d'entreprise?			
Pas du tout d'accord	169	42,3	42,3
Ni d'accord ni pas d'accord	49	12,3	12,3
Tout à fait d'accord	182	45,6	45,6
En tant que mère, il est difficile à la femme de devenir entrepreneur?			
Pas du tout d'accord	112	28,0	28,0
Ni d'accord ni pas d'accord	29	7,3	7,3
Tout à fait d'accord	259	64,8	64,8

Chapitre 3 : La réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie

Vos valeurs religieuses favorisent la création d'entreprise par la femme?			
Pas du tout d'accord	53	13,3	13,3
Ni d'accord ni pas d'accord	72	18,0	18,0
Tout à fait d'accord	275	68,8	68,8
L'attachement familial est important pour vous ?			
Pas du tout d'accord	30	7,5	7,5
Ni d'accord ni pas d'accord	15	3,8	3,8
Tout à fait d'accord	355	88,8	88,8
Quelle priorité donner vous à la fondation d'une famille?			
Pas du tout Important	26	4,5	4,5
Ni Important ni pas Important	15	3,8	3,8
Très Important	367	91,8	91,8
Quelle priorité donner vous à la création d'une entreprise?			
Pas du tout Important	75	18,8	18,8
Ni Important ni pas Important	52	13,0	13,0
Très Important	273	68,3	68,3
Quelle priorité donner vous au salaire?			
Pas du tout Important	17	4,3	4,3
Ni Important ni pas Important	18	4,5	4,5
Très Important	365	91,3	91,3
Y a t-il des entrepreneurs (indépendants, chefs d'entreprise, créateurs d'entreprise) dans votre entourage que vous souhaiteriez imiter?			
Oui	173	43,3	43,3
Non	227	56,8	56,8
Qui sont-ils ?			
0	227	56,8	56,8
Père	31	7,8	7,8
Mère	3	0,8	0,8
Frères ou sœurs	21	5,3	5,3
Amis	55	13,8	13,8
Autre	63	15,8	15,8
Quelle priorité donner vous à la fondation d'une famille?			
Pas du tout Important	26	4,5	4,5
Ni Important ni pas Important	15	3,8	3,8
Très Important	367	91,8	91,8
Quelle est l'influence de la famille sur l'orientation de vos comportements?			
Très faible	8	1,3	1,3
Faible	3	0,8	0,8
Moyen	66	16,5	16,5
Fort	95	23,8	23,8
Très fort	231	57,8	57,8
Quelle est l'influence des amis sur l'orientation de vos comportements?			
Très faible	19,5	19,5	19,5
Faible	12,5	12,5	12,5
Moyen	44,0	44,0	44,0
Fort	17,3	17,3	17,3
Très fort	6,8	6,8	6,8

Quelle est l'influence des proches sur l'orientation de vos comportements?				
	Très faible	90	22,5	22,5
	Faible	67	16,8	16,8
	Moyen	124	31,0	31,0
	Fort	77	19,3	19,3
	Très fort	42	10,5	10,5
Quelle est l'influence du conjoint sur l'orientation de vos comportements?				
	0	358	89,5	89,5
	Très faible	1	0,3	0,3
	Faible	2	0,5	0,5
	Moyen	3	0,8	0,8
	Fort	20	5,0	5,0
	Très fort	16	4,0	4,0
Au sein de votre famille, vous avez la liberté de choix?				
	Oui	365	91,3	91,3
	Non	35	8,8	8,8
Au sein de votre famille, vous avez la liberté de sortir seule?				
	Oui	257	68,8	68,8
	Non	31,3	31,3	31,3
Au sein de votre famille, vous avez la liberté de travailler?				
	Oui	95	98,8	98,8
	Non	5	1,3	1,3
Au sein de votre famille, vous avez la liberté de créer une entreprise?				
	Oui	357	89,3	89,3
	Non	43	10,8	10,8
Au sein de votre famille, vous avez la liberté de se marier toute seule?				
	Oui	327	81,8	81,8
	Non	73	18,3	18,3

Source SPSS

Tableau.18. La norme sociale des répondantes pour l'ensemble de l'échantillon (n=400)

2.1.7. Le contrôle comportemental perçu :

Comme en fait état le tableau ci-dessous, (74,5 %) des répondantes déclarent qu'elles ne sont pas capables de s'engager dans la création d'entreprise, contre (25,5 %) qui sont tout à fait capable malgré que presque la majorité de ces répondantes (96,6 %) ait confiance en eux-mêmes.

D'autre part, (71,3%) révèlent qu'elles sont capables de contrôler une entreprise, et (70,8 %) qui ne maîtrisent pas encore le processus entrepreneurial.

En ce qui concerne les facteurs qui joue positivement ou négativement sur l'intention entrepreneuriale des étudiantes, on retrouve que les règlements souples, les démarches administratives, et le manque du soutien aux entrepreneurs, l'économie

Chapitre 3 : La réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie

algérienne et la politique, jouent négativement sur le développement de l'intention entrepreneuriale des répondantes avec des taux de (83,1 %, 72,5%, 69,1%, 55,6%, 44,1%,) respectivement.

Verbatim n°4 :

A titre d'exemple, Mme Dalache Nassera a déclaré que, « la création d'entreprise se développe, mais il existe des obstacles comme celui de la publicité... ».

Mme kada Keltoum, « il existe des obstacles comme celui de la main d'œuvre...», dit-elle.

Mme Cheref Nawel, «De nos jours c'est un peu difficile de créer une entreprise, avec la concurrence déloyale, l'importation de tous les produits qui font que notre produit Algérien ne marche pas et en derniers le consommateur Algérien ne fait pas confiance aux produits locaux ».

Par ailleurs, les dispositifs (ANSEG, ANGEM, CNAC) enregistrent une incidence positive, soit un taux de (72%).

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide
Pensez-vous, être capable de créer votre entreprise?			
Oui	102	25,5	25,5
Non	198	74,5	74,5
Vous avez confiance en vos décisions?			
Pas du tout d'accord	8	2,0	2,0
Ni d'accord ni pas d'accord	6	1,5	1,5
Tout à fait d'accord	386	96,6	96,6
Comme créateur d'entreprise, vous auriez un contrôle de la situation?			
Pas du tout d'accord	70	17,5	17,5
Ni d'accord ni pas d'accord	45	11,3	11,3
Tout à fait d'accord	285	71,3	71,3
Vous maîtrisez le processus de création d'une entreprise ?			
Pas du tout d'accord	283	70,8	70,8
Ni d'accord ni pas d'accord	29	7,3	7,3
Tout à fait d'accord	88	22,1	22,1
Quel est le rôle de l'économie algérienne dans le développement de votre intention entrepreneuriale?			
Très négative	75	18,8	18,8
Négative	147	36,8	36,8
Neutre	46	11,5	11,5
Positive	106	26,5	26,5
Très positive	26	6,5	6,5
Quel est le rôle du système politique algérien dans le développement de votre intention entrepreneuriale?			
Très négative	45	11,3	11,3
Négative	131	32,8	32,8
Neutre	104	26,0	26,0
Positive	99	24,8	24,8
Très positive	21	5,3	5,3

Quel est le rôle du manque de soutien aux entrepreneurs dans le développement de votre intention entrepreneuriale?			
Très négative	79	19,8	19,8
Négative	197	49,3	49,3
Neutre	46	11,5	11,5
Positive	67	16,8	16,8
Très positive	11	2,8	2,8
Quel est le rôle des démarches administratives dans le développement de votre intention entrepreneuriale?			
Très négative	102	25,5	25,5
Négative	188	47,0	47,0
Neutre	18	4,5	4,5
Positive	80	20,0	20,0
Très positive	20	3,0	3,0
Quel est le rôle des opportunités disponibles (ANSEG, ANGEM, CNAC) dans le développement de votre intention entrepreneuriale?			
Très négative	22	5,5	5,5
Négative	55	13,8	13,8
Neutre	35	8,8	8,8
Positive	192	48,0	48,0
Très positive	96	24,0	24,0
Quel est le rôle des règlements souples dans le développement de votre intention entrepreneuriale ?			
Très négative	227	56,8	56,8
Négative	105	26,3	26,3
Neutre	17	4,3	4,3
Positive	35	8,8	8,8
Très positive	16	4,0	4,0

Source SPSS

Tableau.19. Le contrôle comportemental perçu des répondantes pour l'ensemble de l'échantillon (n=400)

2.2. Analyse d'homogénéité :

L'objet de cette analyse est de décrire l'homogénéité des facteurs explicatifs de l'intention entrepreneuriale des étudiantes amont : la désirabilité, la faisabilité, l'attitude, la norme sociale et le control comportemental à travers l'étude de la fiabilité réalisée à partir de l'étude du coefficient alpha de Cronbach (α) qui est une condition nécessaire d'homogénéité et qui nous permettent de procéder à l'agrégation des items composants et la cohérence des différentes échelles du questionnaire.

En outre, pour le seuil d'acceptation du coefficient de Cronbach, on retient la valeur de (0.60) comme seuil minimum de signification, seuil recommandée. Or, Les résultats de notre étude révèlent un coefficient de Cronbach satisfaisant, L' α global est égal à (0,843), ce qui est une valeur largement supérieure à la norme retenue. Donc, cela reflète la bonne cohérence interne entre les différents items de

Chapitre 3 : La réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie

l'étude. Et cela est du au type de la population choisi, une population des étudiantes âgées de moins de 25 ans et à la confrontation aussi des modèles théoriques à la réalité.

Items		Alpha de Cronbach
Intention entrepreneuriale	<ol style="list-style-type: none"> 1. Niveau d'intention 2. Délai de concrétisation 3. Renseignements sur les différentes démarches à suivre pour créer une entreprise 	
Désirabilité	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vous désirez devenir créateur d'une entreprise. 2. L'idée de créer votre entreprise vous semble attractive 	
Faisabilité	<ol style="list-style-type: none"> 1. Il vous semble possible de monter un projet de création d'entreprise et d'assurer son aboutissement. 2. En l'état actuel, créer de A à Z votre entreprise vous semble faisable. 	
Attitude	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vous êtes favorable au fait de vous engager dans une création d'entreprise. 2. Vous avez une attitude entrepreneuriale. 3. Motivation (argent, liberté, satisfaction...) 4. Risque 5. Expérience professionnelle 6. Perception de la réussite ou l'échec 	
Norme sociale Perçue	<ol style="list-style-type: none"> 1. L'influence de (la famille, les amis, les proches, le conjoint..) 2. Dimensions de masculinité-féminité, le rôle du modèle, l'influence de l'entourage, l'influence de la loi algérienne, l'attachement familial, la religion, et la société... 	
Contrôle comportemental Perçu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pensez-vous être capable de créer votre entreprise. 2. Vous avez confiance en vos décisions. 3. Comme créateur d'entreprise, vous auriez un contrôle de la situation. 4. Vous maîtrisez le processus de création d'une entreprise. 5. Opportunités disponibles comme (l'économie algérienne, le système politique, les démarches administratives,...) 	
Σ Total		

Source SPSS

Tableau.20. Calcul alpha de Cronbach des variables explicatives de l'intention entrepreneuriale

Comme en fait état le tableau ci-dessous, l'intention entrepreneuriale des étudiantes corrèle positivement et significativement avec les cinq facteurs explicatifs d'intention et plus particulièrement avec la désirabilité perçue ($r = 0.741, p < 0,01$) et la faisabilité ($r = 0.593, p < 0,01$). Cela signifie que leur intention dépend surtout de la perception de désirabilité avec un taux de (74,1 %) et de faisabilité (59,3 %). Par ailleurs ,on retrouve des corrélations positives entre l'intention et les autres facteurs comme l'attitude ($r = 0.514, p < 0,01$) , la norme sociale ($r = 0.304, p < 0,01$) et le contrôle comportement ($r = 0.251, p < 0,01$) .Cela reflète que l'intention entrepreneuriale

est étroitement liée aux ces facteurs comme en fait état les deux modèles théoriques antécédents d'Ajzen et celui de Shapero et Sokol. Désormais que, le contrôle comportemental agit sur l'intention entrepreneuriale des étudiantes avec un taux de (25 %), mais il n'est pas assez considérable.

Toutefois, les perceptions de désirabilité expliquées par l'influence, le désir de créer une entreprise et par l'attractivité de l'acte entrepreneurial et l'attitude entrepreneuriale interprétée par la motivation, l'expérience et le risque obtiennent la moyenne supérieure (M= 3,75 ; M =3,02). Cela signifie que l'intention entrepreneuriale des étudiantes est affectée énormément par ces deux variables .Aussi, la norme sociale comme l'influence de la famille ,le contrôle comportemental comme la confiance en soi-même et les perceptions de la faisabilité du comportement construites par les différentes natures de soutien et d'aide comme la disponibilité des ressources financières et informationnelles obtiennent des moyennes aussi considérables (M=2,86 ;M= 2,76 ; M= 2,46).

En outre, ces résultats montrent que la théorie du comportement planifié et le modèle de l'événement entrepreneurial se recouvrent extrêmement avec notre étude.

	Moy	E-T	1	2	3	4	5	6
1. Intention	1,35	0,677	1					
2. Désirabilité	3,75	1,268	0,741**	1				
3. Faisabilité	2,46	0,961	0,593**	0,626**	1			
4. Attitude	3,02	0,509	0,514**	0,669**	0,543**	1		
5. Norme sociale	2,86	0,306	0,304**	0,466**	0,353**	0,505**	1	
6. Contrôle comportemental	2,76	0,461	0,251**	0,274**	0,325**	0,277**	0,225**	1

****p < 0,01**

Source SPSS

Tableau .21.Corrélations, moyennes et écart-types des variables explicatives de l'intention entrepreneuriale

2.3. Analyse en composantes principales :

Avant de réaliser le test de régression linéaire, on a effectué L'analyse en composantes principales (ACP) .En fait c'est une technique d'interdépendance. Elle tend à étudier « les liens entre plusieurs variables quantitatives prises globalement. Elle peut aussi s'appliquer à des variables (numériques) qualitatives ordinales »¹.

L'objectif de l'ACP est de réduire l'information .Or, « les variables sont regroupées en un petit nombre de nouvelles variables appelées composantes principales.

¹ <http://spss.espaceweb.usherbrooke.ca/pages/interdependance/analyse-en-composantes-principales.php>

C'est-à-dire, condenser l'information contenue à l'intérieur d'un grand nombre de variables comme les items d'un questionnaire ou d'un test, en un ensemble restreint de nouvelles dimensions composites tout en assurant une perte minimale d'informations »¹. Alors, au sien de notre recherche, le but était de réduire les items de notre étude.

2.4. Analyse de régression linéaire des variables :

Dans cet analyse nous nous focaliserons sur l'étude des relations entre les variables de notre modèle de recherche et surtout sur le lien entre les antécédents de l'intention identifiés par Ajzen (1991) et Shapero (1989) afin de déterminer l'influence des variables explicatives : les perceptions de désirabilité et de faisabilité, les attitudes associées au comportement, les perceptions des normes sociales et les perceptions du contrôle comportemental sur la variable à expliquer : l'intention entrepreneuriale. Aussi, nous souhaitons déterminer l'importance et la signification des contributions des variables indépendantes sur les variations de la variable dépendante.

Donc, il s'agit, plus précisément, de vérifier les hypothèses mobilisées dans notre recherche. Nous rappellerons ci-dessous les hypothèses principales:

H 1 : L'intention entrepreneuriale des femmes est affectée par les perceptions de faisabilité et désirabilité entrepreneuriales.

H 2 : L'attitude a un impact sur l'intention entrepreneuriale des femmes envers la création d'entreprise.

H 3 : les normes subjectives ont une influence sur l'intention entrepreneuriale des femmes envers la création d'entreprise.

H4 : Le contrôle comportemental influence l'intention entrepreneuriale des femmes envers la création d'entreprise.

Nous recourons à la méthode de régression. Ce type d'analyse est une des méthodes explicatives les plus utilisées. « Elle permet de vérifier la relation de cause (variable explicative) à effet (variable à expliquer) entre deux variables quantitatives (métriques) dont nous avons postulé l'existence ».

« L'interprétation du test de régression linéaire se fait par : l'intensité de la relation (grâce au coefficient de corrélation linéaire R), la significativité de la liaison et de

¹ http://www.unilim.fr/pages_perso/vincent.jalby/m1mi/cours/m1mi_03.pdf

la qualité de l'ajustement du modèle dont les indicateurs sont le coefficient de détermination linéaire (R^2) et le test F de Fisher-Snedecor. Il convient de préciser que le coefficient de détermination linéaire R^2 est le principal indicateur de la qualité de la régression. Autrement dit, il synthétise la capacité de la droite de régression à représenter l'ensemble du nuage de points des valeurs observées »¹.

Dans cette perspective, nous focaliserons sur la vérification des hypothèses sous-jacentes H_0 et H_1 . Désormais que, H_0 ou l'hypothèse nulle est une hypothèse qui postule qu'il n'y a pas une influence entre les variables, ou si, à l'inverse, elle la contredise H_1 .

Hypothèse 1 :

Variables introduites /supprimées :					
Modèle	Variables introduites		Variables supprimées		Méthode
1	Faisabilité, Désirabilité				Entrée
a. Variable dépendante : Intention / b. Toutes variables requises saisies					
Récapitulatif des modèles :					
Modèle	R	R-Deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	
1	0,735 ^a	0,540	0,538	0,67962052	
a. Valeurs prédites : (constantes) ; Faisabilité, Désirabilité.					
ANOVA^a :					
Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig
Régression	215 ,632	2	107,816	233,427	0,000 ^b
Résidu	183,840	397	0,462		
Total	399,000	399			
a. Variable dépendante : Intention.					
b. Valeurs prédites : (constantes), Faisabilité, Désirabilité.					
Coefficients :					
Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig
	A	Erreur standard	Béta		
(constante)	3,688 E-017	0,034		0,000	1,000
Désirabilité	0,614	0,041	0,614	15,035	0,000
Faisabilité	0,189	0,041	0,189	4,633	0,000
a. Variable dépendante : Intention.					
<i>Tableau .23.Régression linéaire des variables (Intention, Désirabilité et Faisabilité)</i>					
<i>Source SPSS</i>					

Toutefois, Nous rappellerons ci-dessous les hypothèses sous-jacentes de la première hypothèse H_1 . L'intention entrepreneuriale des femmes est affectée par les

¹ **Degeorge J.M.**, « Le déclenchement du processus de création ou de reprise d'entreprise : le cas des ingénieurs français », thèse de doctorat en sciences de gestion, université Jean Moulin Lyon III, Ecole Doctorale MIF (Management-Information-Finance) ,2006

perceptions de faisabilité et désirabilité entrepreneuriales.

H1.0 : Il n'y a pas une influence entre l'intention entrepreneuriale des femmes et les perceptions de faisabilité et désirabilité entrepreneuriales.

H1.1 : il y a une influence entre l'intention entrepreneuriale des femmes et les perceptions de faisabilité et désirabilité entrepreneuriales.

Comme en fait état le test de régression dans tableau 23 ci-dessus, les résultats indiquent une influence forte entre les perceptions de désirabilité et faisabilité entrepreneuriales, et l'intention entrepreneuriale. L'intensité de cette relation se traduit par un coefficient (de corrélation R) dont la valeur est (73,5 %). Le R² ajusté présente un score considérable de (0,540) pour un (Sig. = 0.000). Donc, la qualité de l'ajustement obtenue par cette relation linéaire est significative. Dans ce sens, l'hypothèse H1.0 est rejetée. Par contre, l'hypothèse H1.1 : est validée. Or notre hypothèse H1 est validée.

Hypothèse 2 :

Variables introduites/supprimées :					
Modèle	Variables introduites	Variables supprimées	Méthode		
1	Attitude		Entrée		
a. Variable dépendante : Intention / b. Toutes variables requises saisies					
Récapitulatif des modèles :					
Modèle	R	R-Deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	
1	0,500 ^a	0,250	0,249	0,86683727	
a. Valeurs prédites : (constantes) ; Attitude.					
ANOVA^a :					
Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig
Régression	99,940	1	99,940	133,004	0,000 ^b
Résidu	299,060	398	0,751		
Total	399,000	399			
a. Variable dépendante : Intention.					
b. Valeurs prédites : (constantes), Attitude.					
Coefficients :					
Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig
	A	Erreur standard	Béta		
(constante)	1,019 E -016	0,043		0,000	1,000
Attitude	0,500	0,043	0,500	11,533	0,000
a. Variable dépendante : Intention.					

Tableau .24. Régression linéaire des variables (Intention, Attitude)
Source SPSS

Nous rappellerons ci-dessous les hypothèses sous-jacentes de la deuxième hypothèse H2. L'attitude a un impact sur l'intention entrepreneuriale des femmes

envers la création d'entreprise:

H2.0 : Il n'y a pas une influence entre l'intention entrepreneuriale des femmes envers la création d'entreprise et l'attitude.

H2.1 : il y a une influence entre l'intention entrepreneuriale des femmes envers la création d'entreprise et l'attitude.

Comme en fait état le test de régression dans tableau 24 ci-dessus, les résultats indiquent une influence considérable entre l'attitude et l'intention entrepreneuriale. L'intensité de cette relation se traduit par un coefficient (de corrélation R) dont la valeur est (50%). Le R² ajusté présente un score acceptable de (0,250) pour un (Sig. =0 .000). Donc, la qualité de l'ajustement obtenue par cette relation linéaire est significative. Dans ce sens, l'hypothèse H2.0 est rejetée, tandis que l'hypothèse H2.1 est validée. Or, notre hypothèse H.2 est validée.

Hypothèse 3 :

Variables introduites/supprimées :					
Modèle	Variables introduites		Variables supprimées	Méthode	
1	Norme sociale			Entrée	
a. Variable dépendante : Intention / b. Toutes variables requises saisies					
Récapitulatif des modèles :					
Modèle	R	R-Deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	
1	0,412 ^a	0,170	0,168	0,91236455	
a. Valeurs prédites : (constantes) ; Norme sociale.					
ANOVA^a :					
Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig
Régression	67,701	1	67,701	81,332	0,000 ^b
Résidu	331,299	398	0,832		
Total	399,000	399			
a. Variable dépendante : Intention. / b. Valeurs prédites : (constantes), Norme sociale.					
Coefficients :					
Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig
	A	Erreur standard	Béta		
(Constante)	8,233 E-017	0,046		0,000	1,000
Norme sociale	0,412	0,046	0,412	9,018	0,000
a. Variable dépendante : Intention.					

*Tableau .25. Régression linéaire des variables (Intention, Norme -S)
Source SPSS*

Nous rappellerons ci-dessous les hypothèses sous-jacentes de la troisième hypothèse H3. les normes subjectives ont une influence sur l'intention entrepreneuriale des femmes envers la création d'entreprise:

H3.0 : Il n'y a pas une influence entre les normes subjectives et l'intention entrepreneuriale des femmes envers la création d'entreprise.

H3.1 : il y'a une influence entre les normes subjectives et l'intention entrepreneuriale des femmes envers la création d'entreprise.

Comme en fait état le test de régression dans tableau 25 ci-dessus, les résultats indiquent une influence faible entre la norme sociale et l'intention entrepreneuriale. L'intensité de cette relation se traduit par un coefficient (de corrélation R) dont la valeur est (41,2 %). Le R² ajusté présente un score de (0,170) pour un (Sig. = 0 .000). Donc, La qualité de l'ajustement obtenue par cette relation linéaire est acceptable. Dans ce sens, l'hypothèse H3.0 est rejetée Et l'hypothèse H3.1 est validée. Or, notre hypothèse H3 est validée.

Hypothèse 4 :

Variables introduites/supprimées :					
Modèle	Variables introduites		Variables supprimées	Méthode	
1	Control comportemental			Entrée	
a. Variable dépendante : Intention / b. Toutes variables requises saisies					
Récapitulatif des modèles :					
Modèle	R	R-Deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	
1	0,063 ^a	0,004	0,001	0,99928790	
a. Valeurs prédites : (constantes), Contrôle comportemental					
ANOVA^a :					
Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig
Régression	1,567	1	1,567	1,569	0,211 ^b
Résidu	397,433	398	0,999		
Total	399,000	399			
a. Variable dépendante : Intention.					
b. Valeurs prédites : (constantes), Contrôle comportemental.					
Coefficients :					
Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisé	T	Sig
	A	Erreur standard	Béta		
(Constante)	1,022 E-016	0,050		0,000	1,000
Contrôle comportemental	-0,063	0,050	-0,063	-1,253	0,211
a. Variable dépendante : Intention.					
<i>Tableau .26.Régression linéaire des variables (Intention, Contrôle-C)</i>					
<i>Source SPSS</i>					

Nous rappellerons ci-dessous les hypothèses sous-jacentes de la quatrième hypothèse H4. Le contrôle comportemental influence l'intention entrepreneuriale des

femmes envers la création d'entreprise:

H4.0 : il n'y a pas une influence entre le contrôle comportemental et l'intention entrepreneuriale des femmes envers la création d'entreprise.

H4.1 : il y'a une influence entre le contrôle comportemental et l'intention entrepreneuriale des femmes envers la création d'entreprise.

Comme en fait état le test de régression dans tableau 26 ci-dessus, les résultats indiquent une influence très faible entre le control comportemental et l'intention entrepreneuriale. L'intensité de cette relation se traduit par un coefficient (de corrélation R) dont la valeur est (6,3 %). Le R² ajusté présente un score négatif de (0,004) pour un (Sig. =0 .211).Donc, La qualité de l'ajustement obtenue par cette relation linéaire est non acceptable. Dans ce sens, l'hypothèse H4.0 est validée .Par ailleurs, l'hypothèse H4.1 est rejetée. Or, notre hypothèse H4 n'est pas validée.

∑ Hypothèses :

Variables introduites/supprimées :				
Modèle	Variables introduites	Variables supprimées	Méthode	
1	Désirabilité, faisabilité, attitude norme sociale, contrôle comportemental ^b		Entrée	

a. Variable dépendante : Intention / b. Toutes variables requises saisies

Récapitulatif des modèles :

Modèle	R	R-Deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	0,736 ^a	0,541	0,536	0,68144106

a. Valeurs prédites : (constantes), comportement, faisabilité, norme sociale, désirabilité, Attitude

ANOVA ^a :

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig
Régression	216,041	5	43,208	93,049	0,000 ^b
Résidu	182,959	394	0,464		
Total	399,000	399			

a. Variable dépendante : Intention.
b. Valeurs prédites : (constantes), comportement, faisabilité, norme, désirabilité, attitude

Tableau .27.Régression linéaire des variables (Intention, Désirabilité, faisabilité, attitude norme sociale, contrôle comportemental)

Source SPSS

Comme en fait état le test de régression dans tableau 27ci-dessus, les résultats indiquent une influence très forte entre l'intention entrepreneuriale, la désirabilité, la

faisabilité, l'attitude, la norme sociale, et le contrôle comportemental. L'intensité de cette relation se traduit par un coefficient (de corrélation R) dont la valeur est (73,6 %). Le R² ajusté présente un score acceptable de (0,541) pour un (Sig. = 0 .000). Donc, La qualité de l'ajustement obtenue par cette relation linéaire acceptable.

Dans ce sens, les deux modèles théoriques antécédents de Shapero & sokol et d'Ajzen sont utiles dans notre étude.

Alors, dans cette perspective et d'après tous ces résultats, on constate que l'intention entrepreneuriale dépend de la perception de désirabilité et la faisabilité. Les résultats confirment l'utilité de la théorie de l'évènement entrepreneurial dans le contexte de notre étude .Ainsi, elle dépend de l'attitude, de la norme sociale mais pas fortement du contrôle comportemental .Et cela confirme aussi la théorie d'Ajzen mais pas complètement.

Section 3 : l'entrepreneuriat féminin (Approche qualitative)

D'ailleurs, le but de cette étude qualitative était de comprendre le phénomène de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et d'illustrer cette réalité. Pour cela, on a tenté d'étudier un ensemble de cas d'entretiens propres aux femmes entrepreneurs (e) enquêtées sur le terrain dans de différentes wilaya (Mascara, Oran, Alger, Tlemcen, Bejaia...). Désormais qu'il existe huit subcultures dans la société algérienne identifiées par un groupe d'experts: « Zone côtière, Hauts plateaux, Steppe, Sud, Monts de Kabylie, Monts des Aurès, Tlemcen-Maghnia-Sebdou et M'Zab. Celles-ci regroupent à la fois des cultures diversifiées et des espaces géographiques dissemblables »¹ (Mercure C.). Aussi ces huit subcultures correspondent-elles à des espaces géographiques ciblés, à des réalités linguistiques souvent différentes et surtout à des modes de vie et à des enracinements historiques singuliers qui nous permettent d'y approfondir plus sur l'acte entrepreneurial. Alors, dans notre recherche, nous avons pu regrouper certaines subcultures amont : Zone côtière (Alger, Oran, Mascara), Hauts plateaux-Monts des Aurès-Tlemcen- Maghnia - Sebdou (Tlemcen), Monts de Kabylie (Bejaia).

1. Méthodologie de l'entretien :

Ce guide d'entretien a été inspiré d'un site internet intitulé « **Comment créer son entreprise** »², créé par un créateur d'entreprise et ancien conseiller en création d'entreprise. En fait, il vise à déterminer le portrait du créateur d'entreprise par un ensemble de questions.

L'entretien était effectué sous la base de rendez-vous avec ces femmes entrepreneurs (e), dont la durée de 30 à 45 minutes était suffisante pour répondre aux questions. Par ailleurs, l'objet de cette enquête était d'écouter le plus possible les interlocutrices et de les stimuler, tout en accordant à son parcours de création d'entreprise la même importance que nos interlocutrices lui accorde.

Cet entretien contient des questions liées au profil des femmes entrepreneurs (e), (le nom et prénom, l'âge, le niveau d'étude et le nom de l'entreprise), et d'autres questions liés et d'autres questions liés au leur parcours de la création d'entreprise comme

¹ **Mercure D., Harricane B., Seghir S., & Steenhaut A.**, « Culture et gestion en Algérie », Montréal: Harmattan et Paris: L'Harmattan, p.18, 1997.

² <http://www.commentcreersonentreprise.fr>

le type de formation, le parcours professionnel, les motivations, les intentions... (**Voir annexe II**).

1.2. Le type d'entretien :

Le type d'entretien est « semi-directif »¹, qui « n'est ni entièrement ouvert, ni entièrement fermé. En général, le chercheur dispose d'un certain nombre de questions guide, relativement ouvertes, sur lesquels il souhaite que l'interlocuteur réponde.

En fait, Il y a davantage de liberté pour le chercheur mais aussi pour l'enquêté. Autant que possible, le chercheur laisse venir l'interviewé afin que celui-ci puisse parler ouvertement, dans les mots qu'il souhaite et dans l'ordre qui lui convient ».

¹ **Lefèvre N.**, « Méthodes et techniques d'enquête ».

2.1. Entretien n°1 :

Dalache Nassera - 38 ans - wilaya de Mascara.

Nom de l'entreprise : Flexible Bennichaugrane.

Flexible Bennichaugrane est une entreprise qui propose une confection et réparation de tous genres de flexibles (tuyauteries industriels).

Mme Dalache a suivi un cursus qu'il lui a permis d'obtenir un diplôme de technicien supérieur en informatique puis technicien programmeur d'informatique.

Avant de se lancer dans son activité, elle a travaillé comme secrétaire dans une entreprise de confection et réparation flexible (Flexi-ouest). Son occupation de ce poste lui a permis de constater comment les ouvriers (hommes) travaillent et d'essayer de faire comme eux.

A ce moment là, elle a décidé de concrétiser son expertise et de créer son entreprise afin d'être un exemple pour toutes les femmes Mascariennes, « ...*Que ça soit le type d'activité la femme est capable de le faire et de l'exercer comme l'homme* », Dit-elle. Et de créer des emplois pour les jeunes.

Dés lors, pour se lancer dans le démarrage de son activité, elle a également loué un atelier, puis elle a effectué toutes les démarches administratives (registre de commerce...). Et enfin, elle a acheté tous le matériel comme les machines, les outils de réparation et les pièces...

Cependant, le démarrage s'est passé bien, parce qu'elle avait beaucoup de rencontres et de contacts avec d'autres entrepreneurs suite a son poste de secrétaire, « *J'ai gardé contact avec les clients de l'entreprise ou je travaillais* », Dit-elle.

A l'heure actuelle, « *Tout va très bien* » et son projet est bien tenu, « *Mon projet est réussi* ». Ainsi, pour elle, la création d'entreprise se développe et s'améliore de plus en plus, mais il existe toujours des obstacles comme celui de la publicité.

A la fin, **Mme Dalache** a invité les femmes à créer leur entreprise car il n'y a pas de différences entre hommes et femmes dans le travail et d'avoir le courage et la capacité de le faire, « *Il faut avoir de la volonté pour monter un projet ...le courage...* ».

2.2. Entretien n°2 :

Kada Keltoum - 40 ans - wilaya de Mascara.

Nom de l'entreprise : E.T.B Kada Keltoum

E.T.B Kada Keltoum est une entreprise de travaux de bâtiments.

Mme Kada a suivi un cursus qu'il lui a permis d'obtenir un diplôme d'études universitaires appliquées (**DEUA**) en informatique .

Elle était enseignante d'informatique mais pour une durée très limitée .En effet, elle voulait devenir une femme entrepreneur (e), elle n'aimait pas l'enseignement .Par conséquent, elle a envie d'imiter ses collègues qui étaient des entrepreneurs audacieux, « *J'avais des collègues entrepreneurs qui sont réussi dans la création d'entreprise et dans leur vie, pour cela, l'idée s'est venue* », Dit-elle.

Parallèlement, elle a envie de créer son entreprise pour être son propre chef et indépendante, « *La création d'entreprise me permet de gérer mes affaires à ma façon, de réaliser des ouvrages et d'aller toujours vers la bonne qualité...* », Dit-elle.

Dés lors, elle a décidé de créer son entreprise et de lancer son projet, pour cela, elle a commencé par toutes les démarches administratives, la recherche du plan de charge, l'acquisition du matériel nécessaire et enfin, le lancement des travaux.

Cependant, le démarrage s'est passé un peu difficile, « *...Mais plus qu'il est difficile, plus on acquit une certaine expérience* », Répliquât-elle.

Actuellement, l'entreprise se porte bien. De même, la création d'entreprise est une bonne activité, pour elle mais toujours il existe des obstacles comme celui de la main d'œuvre qualifiée.

A la fin, **Mme Kada**, elle aussi a invité les femmes à créer leur entreprises et surtout celles qui a envie de le faire mais avec de la patience, la persévérance, la bonne gestion, la volonté et beaucoup de courage.

2.3. Entretien n°3 :

Rahmoun Hayat - 37 ans - wilaya de Mascara.

Nom de l'entreprise : ETPB

ETPB est une entreprise de travaux de bâtiments.

Mme Rahmoun a suivi un cursus qui lui a permis d'obtenir juste le niveau de troisième année secondaire (3AS) sans aucune autre formation. Et avant de se lancer dans l'acte entrepreneurial, elle n'a pas travaillé pendant plusieurs années mais elle avait toujours l'envie de créer une entreprise et de devenir un jour une femme entrepreneur (e), « *la création d'entreprise était un rêve pour moi...* », Dit-elle.

En effet, elle a eu cette idée de création d'entreprise suite à une proposition des ses collègues. A ce moment là, elle a décidé de le faire et participer dans le développement du pays.

Alors, elle a commencé par les démarches administratives comme le dépôt du dossier, ensuite elle a acquis le matériel et enfin, elle s'est lancée dans les travaux. En fait, « *le démarrage de son entreprise s'est passé très bien* », Dit-elle.

Actuellement, son projet est en progrès. Ainsi, pour elle, la création d'entreprise est une opportunité qu'il faut l'exploiter.

Donc, **Mme Rahmoun** a insisté sur la création d'entreprise par les femmes avec beaucoup de talent, du courage et du charisme.

2.4. Entretien n°4 :

Bounemeur Khadidja - 28 ans - wilaya de Mascara.

Nom de l'entreprise : Ritej pub.

Ritej pub est une petite entreprise qui propose des prestations de publicité.

Melle Bounemeur a suivi un cursus qui lui a permis d'obtenir un diplôme en sciences commerciales, option « Marketing ».

Elle a géré un magasin de vente de produits informatiques. Soudainement, elle a envie de changer sa vie, et de devenir une femme entrepreneur (e). Dès lors, elle a décidé de créer son propre entreprise dans le cadre du dispositif ANSEG, afin de profiter un peu du soutien et d'aide de l'état, « *j'ai envie de créer mon propre entreprise juste pour profiter de l'état* », dit-elle. D'être la première femme qui s'engage dans le domaine de publicité puisqu' « *il n'y avait pas de boîte de publicité à Mascara* », Dit-elle. Et de travailler pour son propre compte.

Pour lancer son projet, elle a déposé son dossier auprès de l'ANSEJ, et après quelques mois, elle a obtenu l'attestation d'éligibilité. A ce moment là, elle a commencé par les démarches administratives qui étaient un peu longues, « *La constitution du dossier était lourde ...* », ensuite, elle a connu des obstacles avec la banque **BNA** pour pouvoir financer son projet ou, elle a eu le financement difficilement.

Cependant, le démarrage s'est passé bien, sauf qu'il n'y avait pas de culture de publicité à Mascara, « *Les gens ne s'intéressent pas beaucoup à la publicité...* », Dit-elle.

Actuellement, tout est agréable, son projet est réussi. En effet, **Melle Benoumeur** a révélé que la création d'entreprise est très bénéfique et utile. « *La création d'entreprise est une très bonne idée* ».

A la fin, **Melle Benoumeur** a invité les femmes à créer leurs propres entreprises, d'être courageuses, et surtout autoritaires.

2.5. Entretien n° 5:

Charef, Benyelloul Nawel - 41 ans - wilaya d'Oran.

Nom de l'entreprise: Bricks de l'ouest.

Bricks de l'ouest est une petite entreprise qui prépare les feuilles de bricks.

Mme Charef a suivi un cursus qu'il lui a permis d'obtenir le niveau de troisième année secondaire (3 AS). Ensuite, elle a suivi une formation de croissanterie.

Avant de se lancer dans son activité, elle a travaillé dans une entreprise privée de Bricks, d'où elle a eu l'expérience et l'idée de la création d'entreprise. Dès lors, elle a décidé de créer son propre entreprise pour améliorer sa vie, gagner plus d'argent et d'être aussi son propre chef.

En effet, elle a fait une demande de crédit au près d'une banque, puis elle a loué un local, ensuite, elle a contacté des fournisseurs de machines, d'emballages, d'ingrédients comme : la farine, le sel, l'huile, le conservateur E200). Et enfin, elle a employé des ouvriers compétents dans la préparation des feuilles de brick.

Cependant, le démarrage s'est passé un peu lourd, « *C'était un peu difficile, en tant que débutante, je devais faire de la publicité dans la région d'Oran pour que les gens connaissent mon produit et surtout les grossistes en alimentation général, j'ai commencé par produire une petite quantité, après je me souviens des jours de ramadhan, c'est là où j'ai fait ma forte entrée dans le marché avec la qualité de mon produit, c'est elle qui a fait mon nom* », Dit-elle.

Actuellement, son projet est en chute, « *Il est dans la dégringolade, parce que les ouvriers m'ont lâché en mi-chemin. Plusieurs usines ont vu le jour et la concurrence est déloyale* ».

Par ailleurs, la création d'entreprise est difficile, « *C'est un peu difficile de nos jours, avec la concurrence déloyale, l'importation de tous les produits qui font que notre produit Algérien ne marche pas et en derniers le consommateur Algérien ne fait pas confiance aux produits locaux* ».

A la fin, **Mme Charef** a conseillé les porteuses de projets d'être professionnels et courageuses.

2.6. Entretien n°6 :

Mazzoleni Hadjer - 36 ans - wilaya d'Alger.

Nom de l'entreprise : kzm.service.

kzm.service est une entreprise qui propose la vente et la réparation des pompes hydrauliques.

Mme Mazzoleni a suivi un cursus qu'il lui a permis d'obtenir un niveau universitaire ,puis elle a suivi une formation d'esthétique dans une école privée.

Elle a eu l'idée de créer son entreprise suite à la proposition de son mari et à une longue durée de chômage, « *J'étais une femme à foyer ... je n'ai pas eu la chance de travailler ...aussi je me suis marié et j'ai eu mon premier enfant ...alors je n'avais aucune possibilité de travailler...* », Dit-elle.

A ce moment là, elle a décidé de créer son entreprise afin d'améliorer le niveau de vie de sa famille et d'être aussi indépendante.

En fait, elle a créé son registre de commerce, ensuite, elle a loué un local de 300 mètres carrés, puis elle a fait des annonces. Et enfin, elle a commencé à recruter des ouvriers compétents. Cependant, le démarrage s'est passé un peu lourd car il n'y avait pas au début de clients.

Actuellement, Tout va très bien, la société se porte bien, « *j'ai beaucoup de travail pour vu que ca s'améliore plus* ». Et la création d'entreprise semble un projet de vie.

Enfin **Mme Mazzoleni** a conseillé les jeunes femmes porteuses de projet de valider bien la pérennité du projet, d'avoir la volonté, le courage, et d'être capable d'assumer les risques.

2.7. Entretien n° 7 :

Bali Leila - 44 ans - wilaya de Tlemcen.

Nom de l'entreprise : Sarl Bel Plast.

Sarl Bel Plast est une entreprise de transformation plastique (Emballages, conditionnements en matière plastique).

Mme Bali a suivi un cursus qu'il lui a permis d'obtenir le niveau de troisième année secondaire (3 AS) sans aucune autre formation. Elle travaillé comme étant gérante dans cette entreprise depuis 10 ans, c'était l'entreprise de son père, or une entreprise familiale.

Après, elle a envie de changer sa vie, de travailler pour son propre compte et surtout d'être indépendante, « *j'ai envie de voler par mes propres ailles et avoir mon propre entreprise 10 après avoir travaillé chez le père* », Dit-elle.

Dés lors, elle a demandé de son père d'être associée avec lui dans cette entreprise et elle a participé par son propre argent dans l'achat de nouvelles machines. Alors, elle est devenue une femme entrepreneur (e) et confronter le domaine d'entrepreneuriat avec une beaucoup d'expérience, « *je suis née dans l'entreprise..* »,Dit-elle.

Cependant, le démarrage de l'entreprise s'est passé très bien. De même, elle n'a pas passé par les différentes étapes de création d'une entreprise car l'entreprise existait déjà.

Actuellement, son entreprise se porte très bien et elle est en continuation et en succès toujours. Ainsi, « *la création d'entreprise est une réalisation de soi* », pour elle.

Et enfin, **Mme Bali** a insisté sur la volonté, le savoir, et surtout sur l'expérience pour pouvoir créer une entreprise

2.8. Entretien n° 8 :

Amroun Hassiba - 31 ans - wilaya de Bejaia.

Nom de l'entreprise : Sarl Amroun.

Sarl Amroun est une entreprise de fabrication d'articles de décoration.

Melle Amroun a suivi une formation au niveau du CFPA d'Aokas en dessin et décoration, puis elle a décidé d'aller à la ville de Sétif, pour suivre une autre formation et de se perfectionner plus.

Ensuite, elle a pu être éligible à un concours de sélection pour les olympiades de Sétif. Elle a réussi dans le concours et classer la première au niveau de la wilaya et deuxième au niveau régional.

En effet, cette réussite lui a donné confiance en ses capacités en soi même .Et l'envie de la création d'entreprise.

Dés lors, elle a décidé de créer son propre entreprise dans le cadre du dispositif ANGEM, et de réaliser son rêve, « ...*C'était un rêve d'enfance... j'étais une petite fille passionnée par le dessin et le décor...* », Dit-elle.

A ce moment là, elle a déposé son dossier auprès du dispositif ANGEM ou elle a obtenu l'attestation d'éligibilité. Après, elle a loué un local, puis elle a emporté tous les produits de base entrant dans la fabrication de ses articles : la peinture, l'enduit, la pâte chimique, etc. Cependant, le démarrage s'est passé bien, «*j'ai commencé par la décoration des écoles...* ».

A l'heure actuelle, son projet est bien tenu, les commerçants et les particuliers sont ses principaux clients, elle a participé à de nombreux salons d'exposition organisés par l'ANGEM ainsi que d'autres organismes nationaux et étrangers, ses produits ont pu parvenir et être exposés dans des contrées aussi éloignées que celles du Qatar (DOHA) ou d'Afrique du Sud (Pretoria).

Enfin, Melle **Amroun** a insisté sur la création de l'entreprise par les femmes mais avec beaucoup de courage et de talents.

En général, les femmes entrepreneurs (e) algériennes considèrent l'entrepreneuriat ou la création d'entreprise comme une opportunité exploitable, c'est un projet de vie. Même, si elles ne sont pas nombreuses et leurs entreprises ne soient pas assez développées et connues, elles subsistent jusqu'à la fin pour concrétiser leurs idées en tant que porteuses de projet et confirment leurs places dans la société avec beaucoup de courage, du charisme et de talents malgré les obstacles et les difficultés confrontés comme celui du financement, de la main d'œuvre qualifiée, de la publicité et de la concurrence ... et d'autres.

Conclusion :

Les principaux résultats et informations collectées sur la réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie ont relevé l'ampleur et l'extension de ce phénomène dans notre société. Aussi, la participation des femmes dans la création d'entreprise est omniprésente dans tous les secteurs d'activité (services, artisanat, industrie...) même si leurs entreprises et activités ne soient pas assez développées.

Cependant, ce chapitre nous a permis de valider dans le contexte algérien et dans le cadre particulier des étudiantes de différentes facultés de la wilaya de Mascara, la modélisation d'Ajzen et de Shapero & Sokol. En effet, les résultats désignent une forte intention entrepreneuriale chez les jeunes femmes soit un taux de 64 %, cette dernière est expliquée par les facteurs des deux modèles antécédents comme :

- la désirabilité qui a enregistré un taux de 65,5% et la faisabilité avec un taux de 58,1%.
- L'attitude qui a enregistré un taux de 75,3 %.
- La norme sociale confirmée par les dimensions de masculinité-féminité qui ont marqué un taux de 76,8% et par la protection de loi algérienne avec un taux de 81,1%.
- Le contrôle comportemental identifié par la capacité de contrôler une entreprise qui a atteint un taux de 71,3%.

Et cela reflète leur importance et utilité dans le domaine de l'entrepreneuriat. Néanmoins, il existe toujours des obstacles et des contraintes comme le fait de devenir maman qui a enregistré un taux de 64,8%, les règlements souples avec un taux de 83,1% , les démarches administratives qui ont marqué un taux de 72,5% , et d'autres...

Aussi, l'intention entrepreneuriale peut être affectée par le type de spécialité, désormais que les étudiantes qui ont le plus l'idée de créer une entreprise sont issues de la spécialité de technologie avec un taux de 75,5%. Cela est dû peut être au type de leurs études et filières. D'autre part, cette étude a marqué l'omniprésence des femmes entrepreneurs (e) dans les différents secteurs d'activité et dans les différentes wilayas du pays, soit à travers le soutien des trois dispositifs (ANSEJ ; ANGEM, CNAC) ou par leurs propres moyens. Aussi, leur participation à la création d'entreprise même si elle est moins développée et confrontée à de nombreux obstacles comme celui de la publicité, la main d'œuvre, la concurrence et la publicité ..., pourvue que ça s'améliorera dans le futur.

D'ailleurs, comme le notait la ministre déléguée chargée de la famille et de la condition féminine lors de l'intervention à l'ouverture du colloque international sur « l'entrepreneuriat féminin en Algérie: opportunité, contraintes et perspectives », l'entrepreneuriat féminin représente un taux très faible de **27%** par rapport à la population féminine totale ou au nombre total des entrepreneurs.. Mais, ce chiffre désigne plus au moins l'existence d'un potentiel de développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie qui touche directement la place réservée aux femmes dans notre société et dans la vie économique .

Cependant, l'entrepreneur associé à la figure d'un homme est une figure ancienne ! Les femmes sont plus en plus prêtes à être entrepreneurs et à réussir, même si elles sont moins nombreuses .De ce fait, l'intérêt grandissant pour cette population féminine permet de mettre en avant de beaux challenges pour l'avenir.

Par conséquent, l'objet de cette recherche entrepris avait pour objectif de répondre à la question suivante : « Quelle est la réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie ? ».Pour répondre à cette question, nous sommes reposés sur deux enquêtes, une quantitative dont l'objet a été de découvrir les facteurs explicatifs de l'intention entrepreneuriale des jeunes femmes issues du milieu universitaire ainsi que sur une base des données statistiques actuelles sur la participation du genre féminin à l'acte entrepreneurial à travers les trois dispositifs d'aide (ANSEG, ANGEM, CNAC).Et, et l'autre qualitative auprès des jeunes femmes entrepreneurs (e).

En effet, au sein de nos facultés, l'intention entrepreneuriale a atteint (64 %) dans un échantillon de 400 jeunes étudiantes enquêtés, elle est constituée des plusieurs éléments inspirés de deux modèles théoriques (le modèle d'Ajzen et celui de Shapero & Sokol) :

- Les perceptions de désirabilité expliquées par le désir d'agir et de créer une entreprise. Dont la plupart des jeunes femmes enquêtées désirent créer une entreprise.
- Les perceptions de faisabilité interprétées par la facilité ou la difficulté rencontrée lors du processus créatif. Désormais que la majorité des jeunes femmes veulent créer une entreprise et assurer son aboutissement.
- L'attitude entrepreneuriale qui est une fonction de motivation, d'expérience et de prise de risque. Or la majorité des jeunes femmes sont prêtes à créer une entreprise

car elles veulent avoir de l'argent, de construire un patrimoine, d'être libres, indépendantes, autoritaire, et de ne pas être en chômage.

Par contre, ces futures jeunes femmes entrepreneurs (e) n'ont pas assez d'expérience dans le domaine d'entrepreneuriat puisqu'elles sont encore des étudiantes, cependant elles tentent de réussir.

- La norme sociale confirmée par les dimensions de masculinité-féminité et de l'influence de l'entourage proche. En effet, les jeunes femmes questionnées trouvent que l'entourage comme la famille, les amis, les proches, le conjoint (pour les mariées) a un effet direct sur leur intention entrepreneuriale, la société algérienne quand à elle joue un rôle important aussi comme la discrimination entre les hommes et les femmes entrepreneurs, la loi algérienne, les traditions, la religion ...
- Le contrôle comportemental influencé par les compétences nécessaires pour gérer une entreprise, l'environnement et l'accessibilité des ressources. Désormais que les futures jeunes femmes entrepreneurs (e) sont majoritairement capables de s'engager dans le domaine d'entrepreneuriat, de monter un projet et de le maîtriser malgré les freins environnementaux mentionnés par les étudiantes comme l'économie algérienne, le système politique, les démarches administratives et les règlements souples comme la corruption, la tricherie ... qui inhibent leur intention entrepreneuriale. Par ailleurs, elles considèrent les dispositifs (ANSEJ, ANGEM, CNAC) comme une opportunité exploitables et joue positivement sur leur intention entrepreneuriales.

En outre, ces éléments ont un effet plus important dans l'explication de l'intention entrepreneuriale des jeunes femmes.

Par ailleurs, l'intention peut être affectée aussi par la spécialité, désormais que les étudiantes qui ont le plus l'idée de créer une entreprise sont issues de la spécialité de technologie. Cela est dû au type de leurs filière et études.

D'autre part, cette réalité a été aussi confirmée par l'omniprésence des femmes entrepreneurs (e) dans les différents secteurs d'activité et dans les différentes wilayas du pays, soit à travers le soutien des trois dispositifs (ANSEJ ; ANGEM, CNAC) ou par leurs propres moyens et leur participation à la création d'entreprise même si elle est moins développée et confrontée à de nombreux obstacles, pourvue que ça s'améliorera dans le futur.

Conclusion générale

Avant de conclure, il est important de rappeler que la présente recherche comporte un certain nombre de limites. D'abord, « Les analyses sont superficielles. De plus, le questionnaire suscite des résultats et des interprétations peu limitées. Mais il n'en demeure pas moins que cette étude est riche en apprentissage potentiel »,¹ tant sur la phase intentionnelle de l'acte entrepreneurial que sur l'importance de cette dernière dans la création d'entreprise dans notre société et dans le domaine de l'entrepreneuriat.

¹Olivier D., Gilles S., & Michel T., « L'effet médiateur du soutien et de la confiance dans la relation entre le leadership et l'engagement », *Revue Relations Industrielles*, Vol.38, N°4,2008.

A

Ajzen, I. « Theory of planned behaviour. Organizational Behaviour and Human Decision Processes », N° 50, p.179–211,1991.

Aldrich H., “Organizations evolving”, *sage publications*, 1999.

Allard P.F., Marechal C., « Construction de l’objet de recherché ».

Albert D., « Logique épistémologique et méthodologie en sciences de gestion : trois hypothèses revisitées », 2000.

Alter N., « L’innovation ordinaire », Paris, PUF, 2000.

Anne C., Constantinidis C., « L’entrepreneuriat, théories, acteurs, pratiques », p.117, 2007.

Annie C.,Constantinidis C., « Entreprendre au féminin : une réalité multiple et des attentes différenciées1 », *Revue française de gestion*, 2007.

Anne G., « Les entrepreneurs algériens créateurs de petites entreprises : un groupe hétérogène entre logiques sociales, domestiques et logique économique capitaliste », CNAM-GRIOT, *Documents de travail*, 2002.

B

Bekoloa C., « Réseaux et relais entrepreneuriaux : la création d’entreprise », «Entrepreneuriat et innovation », par Réseau Entrepreneuriat, Journées scientifiques 08 Rouen, L’Harmattan, p.95-113, 2007.

Benredjem R., « L’intention entrepreneuriale : l’influence des facteurs liés à l’individu et au milieu », Unité Mixte de Recherche CNRS / Université Pierre Mendès France Grenoble 2.

Bird B.J., “Implementing entrepreneurial Ideas: The case for intention”, *Academy of Management Review*, p.442-453, 1988.

Boissin J.P, Emin S., Herbert J.I., « Les étudiants et la création d’entreprise, une étude comparée France / Etats-Unis », *XVIème Conférence Internationale de Management Stratégique*, 2007.

Boudabbous S., « L’intention entrepreneuriale des jeunes diplômés », *Revue Libanaise de Gestion et d’Economie*, N°6, 2011.

Boutillier S., Uzunidis D., « L’aventure des entrepreneurs », *Studyrama*, 2011.

Boutinet J.P., « Anthropologie de projet », Paris, PUF, 1993.

Bréchet J-P., Desreumaux A., Lebas Ph., « Le projet en tant que figure de l'anticipation : de la théorie à la méthodologie empirique ». XIVème AIMS. Pays de la Loire, Angers, 2005.

Bruyat C., « Création d'entreprise : Contribution épistémologique et modélisation », Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France, Grenoble, 1993.

Bygrave W. D., Hofer C. W., « Theorizing about Entrepreneurship », *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 16, N° 2, 1991.

C

Carrier C., Julien P.A., Menvielle W., « Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin : une synthèse des études des 25 dernières années. », Montréal, p.36, 2006.

Chakroun M.W., « Dynamique entrepreneuriale féminine et son accompagnement: cas de la Tunisie », Université de Sousse, 2007.

Chelly L. A., « Les processus de génération d'opportunités entrepreneuriales: une recherche exploratoire auprès d'entrepreneurs tunisiens », Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Université du Sud Toulon-Var, 2006.

Christian L., « L'observatoire de l'entrepreneuriat féminin », Fudicial, p.13, 2006.

Claudia U.G., « La promotion de l'entrepreneuriat féminin Les stratégies et outils du cycle de projet », Section Emploi et Revenus, Suisse ; www.ddc.admin.ch/thematique, 2004.

D

Diochon M., Ali, "From conception to inception: Initial findings from the Canadian study on entrepreneurial emergence", Proceedings of 14 the Administrative Sciences Association of Canada, London, Ontario, p.41-51, 2001.

Danjou I., «L'entrepreneuriat : un champ fertile à la recherche de son unité», *Revue Française de Gestion*, vol. 28, 2002.

Degeorge J.M., « Le déclenchement du processus de création ou de reprise d'entreprise : le cas des ingénieurs français », thèse de doctorat en sciences de gestion, université Jean Moulin Lyon III, Ecole Doctorale MIF (Management-Information-Finance) ,2006 .

Dif A., « Quelle place pour l'entrepreneuriat féminin en Algérie ? », mémoire de magister, faculté des Sciences de Gestion et des Sciences commerciales et des Sciences Economiques, Oran, p.16, 2010.

Références bibliographiques

Drucker P. F., “Innovation and Entrepreneurship”, New York, Harper and Row, 1985.

E

El Harbi S., « La théorie du comportement planifié d’Ajzen (1991): Application empirique au cas tunisien ».

Emin S., « Les facteurs déterminants de la création d’entreprise par les chercheurs publics: application des modèles d’intention », *Revue de l’Entrepreneuriat*, vol.3, N°1 ,2004 .

Emin S., « La création d’entreprise : une perspective attractive ? », *Revue Finance Contrôle Stratégie*, vol. 9, N°3, p.39-65, 2006.

Enquêtes, articles & synthèses des étudiants de l’**ESAM** et du **CFAIGS** du Cycle Mastère Professionnel (1ère année). « 1ère édition de la journée de l’entrepreneuriat », la Mairie du 10ème arrondissement, 2014.

G

Gartner W. B., “Words lead to deeds: towards an organizational emergence vocabulary”, *Journal of Business Venturing*, vol. 8, N° 3, 1993, p. 231-239, 1993.

Gasse Y., D’Amours, A., «Profession: Entrepreneur », *Les éditions transcontinentales*, 2000.

Gasse Y., « L’influence du milieu dans la création d’entreprise », Université Laval, 2003.

Girard B., « Au début, il y a le salariat. Une approche généalogique de la création d’entreprise», *Revue Internationale de Psychosociologie, Cairn*, N° 31, 2007.

Girod S., «La mémoire des organisations », Paris, L’Harmattan, 1999.

Guba E.G., Lincoln Y.S., « Competing paradigms in quantitative research », 1989, cité par **Thiertart R. A.**, Coll.

H

Hayek F. A., « The use of knowledge in society », *American Economic Review*, Vol.35, N° 4, p. 519-530, 1945.

Hisrich R., Brush C., “The Women Entrepreneur: Management Skills and Business Problems”, *Journal of Small Business Management*, p.30-37, 1984.

Références bibliographiques

Hudson L., Ozène J.L., “Alternative ways of seeking knowledge in consumer research”, *journal of consumer research*, vol.14, p.508-521, 1988.

J

Jacobson R., « The Austrian School of Strategy », *Academy of Management Review*, Vol.17, N° 4, p. 782-807,1992.

Jaziri R., « Une vision renouvelée des paradigmes de l’entrepreneuriat : Vers une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat », 2009.

Jaziri R., «Entrepreneuriat et Entreprise: nouveaux enjeux et nouveaux défis», *Actes du Colloque International*, 2009.

Johannisson B., « La modernisation des districts industriels : rajeunissement ou colonisation managériale ? », *Revue internationale PME*, vol. 16, N° 1, p. 11- 41,2003.

K

Kouicis S., Harik H., Dahmani S., « Une étude bibliométrique de la production scientifique Algérienne en utilisant la base SCOPUS », *Revue RIST*, vol. 18, N° 2, p. 7-24,2010.

Kolveried I., “Prediction of employment status choice intentions, Entrepreneurship” Theory and Practice, fall, p.47-56, 1996,

Krueger N., Carsrud A., “Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour, Entrepreneurship and Regional Development”, p.315-330, 1993.

Krueger N.F., Reilly M.D., Carsrud A.L., “Competing models of entrepreneurship intentions”, *Journal of Business Venturing*, Vol.15, 2000.

L

Landstrom H., Lohrke F., “ Historical foundations of entrepreneurship research”, *Elgar*, 2010.

Lavoie., Dina., « Les entrepreneures : pour une économie canadienne renouvelée », Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme, Ottawa, 1988, rapport Wallonie, Anne C., p.3 2008.

Références bibliographiques

Léger J.C., « Développer la culture entrepreneuriale chez les jeunes », *actes du séminaire INSEE*, 2001

Léger J.C., « Le Grand livre de l'entrepreneuriat », Dunod, p.7-8, 2013.

Léna S., « L'intention entrepreneuriale des étudiantes, cas du Liban », thèse de Doctorat, Nouveau Régime Sciences de Gestion, université de Nancy, institut des administrations des entreprises, 2011.

M

Malek B., « De l'intention à l'action entrepreneuriale : approche comparative auprès de TPE françaises et tunisiennes », thèse de doctorat, université de Nancy 2, 2007.

Mezhoudi L., « L'essaimage d'entreprises et l'appropriation de la Technologie, spécificités régionales, spécificités nationales: Cas de la Tunisie ». Thèse de Doctorat, ISG de Tunis, 2001.

Mercure D., Harricane B., Seghir S., & Steenhaut A., « Culture et gestion en Algérie », Montréal: Harmattan et Paris: L'Harmattan, p.18, 1997.

O

Olivier D., Gilles S., & Michel T., « L'effet médiateur du soutien et de la confiance dans la relation entre le leadership et l'engagement », *Revue Relations Industrielles*, Vol.38, N°4,2008.

OCDE, « Panorama de l'entrepreneuriat », Rapport, p.9, 2012.

P

Paturel R., « Grandeurs et servitudes de l'entrepreneuriat », *Revue Internationale de Psychosociologie*, Cairn, N° 31, 2007,

PNUD, « Guide pour l'institutionnalisation de l'Approche Genre », 2013.

S

Shapiro A, Sokol L., « The social dimensions of entrepreneurship, in Encyclopedia of entrepreneurship », *Englwood Cliffs : Prentice Hall, inc.*, Chapter IV, p. 72-90,1982.

Schmitt C., « Renouveler le regard sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales ».

Références bibliographiques

Schumpeter J.A., “Capitalisme, socialisme et démocratie”, Payot, Paris, Traduction française de : “Capitalism, Socialism and Democracy”, New York, 1942.

Schwandt T.A., « Constructivist, interpretivist approaches to human inquiry », 1994.

Serge B., « L’approche comportementale de l’évaluation des systèmes d’information : théories et taxonomies des modèles de recherche ».

Séverine I., Virginie C., Bouchra R.B., Anna N., Lois M.S., « Femme et entrepreneur, c'est possible ! », Pearson, 2012.

Shane S., Venkataraman S., « The promise of entrepreneurship as a field of research », *Academy of management review*, vol.25, N°1, p.217-226, 2000.

Sharma P., Chrisman J.J., “Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship”, *Entrepreneurship, theory and practice*, vol.23, n°3, p.11-28, 1999.

Stevenson H.H., Jarillo J.C., « A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management », *Strategic management journal*, vol .11,p.17.27,1990.

Steyaert C., Hjorth D.,”New movements in entrepreneurship”, *Elgar publishing*, 2004.

T

Tahir M.F., « Le profil de l’entrepreneuriat féminin en Algérie : une étude exploratoire », thèse de doctorat, Centre universitaire Ain Témouchent, Algérie, 2010.

Taouab O., « Essai empirique sur les déterminants de l’acte entrepreneurial dans le secteur textile marocain», Université Ibn Tofail, Maroc, *European Scientific Journal*, vol.10, N°7, 2014.

Thiertart R. A., Coll., « Méthodes de recherche en management », 3ème édition, Dunod, Paris, p.34-56, 2007.

Timmons J. A., « New venture creation ». Irwin, Mc Graw-Hill, 1994.

Tounès A., « L’intention entrepreneuriale. », Une étude comparative entre des étudiants d’écoles de management et gestion suivant des programmes ou des formations en entrepreneuriat et des étudiants en DESS CAAE, Thèse en Sciences de Gestion, Université de Rouen, 2003.

Références bibliographiques

Tounés A., « L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français », *Revue des sciences de gestion*, P. 57 - 65 ,2006 .

Toutain O., “La notion de territoire : une approche pour cloisonner les pratiques d’accompagnement à la création d’entreprise et contribuer à la fabrication d’une culture entrepreneuriale ». *4e congrès de l’Académie de l’Entrepreneuriat*, Paris, 2005,

Tremblay M., Gasse Y., « L’impact des antécédents sur les perceptions, attitudes et intentions des étudiants collégiaux et universitaires à l’égard de l’entrepreneuriat », *XVIème Conférence Internationale de Management Stratégique*, Montréal, 2007.

Typhaine L., Paturel R., « De l’intention à la création d’entreprise chez les femmes, Les transformations sur l’image de soi et les conséquences sur le temps du projet », Laboratoire ICI, UBO, IAE de Brest, France.

V

Venkataraman S., “The distinctive domain of entrepreneurship research, in *Advances in Entrepreneurship*”, *Firm Emergence and Growth*, vol.3, p.119-138, 1997.

Verstraete T., « Les enjeux de la création d’entreprise par des chercheurs valorisant leurs travaux et l’objectif de recherche », Rapport C.N.R.S, « La création d’entreprise par les chercheurs de la fonction publique : exploration des dimensions appelées par la loi sur l’innovation n°99-587 du 12 juillet 1999, *Editions de l’ADREG* ,2003 .

Verstraete T., « Entrepreneuriat, connaître l’entrepreneur, comprendre ses actes », *Economie et Innovation, L’Harmattan*, p.207 ,1999 .

Verstraete T., Fayolle A., « Quatre paradigmes pour cerner le domaine de recherche en entrepreneuriat », C.I.F.E.P.M.E., Montpellier, 2004.

Verstrate T., Fayolle A., « *Revue de l’Entrepreneuriat* », vol.4, N°1, 2005.

Villa M., « Formation en statistique de genre et en analyse de genre de la pauvreté », Atelier de formation, 2005.

Z

Zitouni S., Ezzina R., « Mesure de l’effet des variables individuelles sur l’intensité d’adoption de l’EAD par les étudiants tunisiens : approche par la théorie du comportement planifié», *TICE Méditerranée*, 2007.

Sites internet :

<http://methys-online.com/uploads/entrepreneuriat-feminin.pdf>

<http://sesperso.voila.net/tss/chap1/Chapitre1.html>

<http://www.angem.dz>

<http://www.ansej.org.dz>

<http://www.commentcreersonentreprise.fr>

<http://www.dynamique-mag.com/article/realiser-et-administrer-un-questionnaire.2613>

<http://explorable.com/fr/la-recherche-quantitative-et-qualitative>

<http://info.sciencedirect.com/scopus/france>

<http://www.businessdictionary.com/definition/management-accounting.html>

<http://www.uvu.edu/tm/>

<http://faculty.london.edu/jbirkinshaw/assets/documents/5034421969.pdf>

<http://spss.espaceweb.usherbrooke.ca/pages/interdependance/analyse-en-composantes-principales.php>

http://www.unilim.fr/pages_perso/vincent.jalby/m1mi/cours/m1mi_03.pdf

ANGEM : Agence Nationale pour la Gestion du Microcrédit.

ANSEG : Agence Nationale de Soutien à l'Emploi de Jeunes.

BTP: Belgian Technical Cooperation.

BTPH : Bâtiment, Travaux Publics et Hydrauliques.

CNAC : caisse nationale d'assurance chômage.

FAO: Food and Agriculture Organization of the United Nations.

FED : Femme et Développement.

GED: Genre et Développement.

IFD : Intégration de la Femme au Développement.

OCDE : Organisation de Coopération et de Développement Economique.

PNUD: Programme des Nations unies pour le Développement.

SPSS: Statistical Package for the Social Sciences.

SJR: Scimago Journal & Country Rank.

Liste des tableaux

- Tableau.1. L'adéquation entre le paradigme interprétativiste et la recherche.
- Tableau. 2. Nombre de documents publiés dans le domaine du management des affaires, de gestion et de comptabilité par pays de 1996 à 2013.
- Tableau .3. Nombre de documents publiés dans le domaine du management des affaires, de gestion et de comptabilité en Algérie par année.
- Tableau .4. Nombre de documents publiés dans le domaine du management d'innovation par pays de 1996 à 2013.
- Tableau .5. Nombre de documents publiés dans le domaine du management d'innovation en Algérie par année.
- Tableau.6. Mode de financement du dispositif.
- Tableau.7. Nombre des projets financés destinés aux femmes par secteur d'activité.
- Tableau.8. Mode de financement des deux dispositifs de financement.
- Tableau. 9. Nombre des projets financés destinés aux femmes par tranche d'âge.
- Tableau.10. Nombre des projets financés destinés aux femmes par secteur d'activité.
- Tableau.11. Nombre des projets financés destinés aux femmes par secteur d'activité.
- Tableau.12. La répartition de l'échantillon.
- Tableau.13. Profil des répondantes pour l'ensemble de l'échantillon (n=400).
- Tableau .14. L'intention entrepreneuriale des répondantes pour l'ensemble de l'échantillon (n=400).
- Tableau .15. L'intention entrepreneuriale des étudiantes par faculté (n=400).
- Tableau.16. La désirabilité perçue des répondantes pour l'ensemble de l'échantillon (n=400).
- Tableau.17. La faisabilité perçue des répondantes pour l'ensemble de l'échantillon (n=400).
- Tableau.18. L'attitude des répondantes pour l'ensemble de l'échantillon (n=400).
- Tableau .19. La norme sociale des répondantes pour l'ensemble de l'échantillon (n=400).
- Tableau.20. Le contrôle comportemental perçu des répondantes pour l'ensemble de l'échantillon (n=400).
- Tableau.21. Calcul d'Alpha de Cronbach des facteurs explicatifs de l'intention entrepreneuriale pour l'ensemble de l'échantillon (n=400).
- Tableau. 22. Corrélations, moyennes et écart-types des variables explicatives de l'intention entrepreneuriale (n=400).
- Tableau .23. Régression linéaire des variables (Intention, Désirabilité et Faisabilité).

Liste des tableaux

Tableau .24.Régression linéaire des variables (Intention, Attitude).

Tableau .25.Régression linéaire des variables (Intention, Norme sociale).

Tableau .26.Régression linéaire des variables (Intention, Control comportemental).

Tableau .27.Régression linéaire des variables (Intention, Désirabilité, Faisabilité, Attitude Norme sociale, Contrôle comportemental).

Liste des figures

Figure .1. La construction de l'objet dans le processus de recherche

Figure. 2 .La grille de Bruyat (1993)

Figure. 3. Représentation des liens entre les huit paradigmes de l'entrepreneuriat

Figure .4. Le modèle de la théorie du comportement planifié, Ajzen (1991)

Figure .5. Le modèle de l'événement entrepreneurial (A. Shapero et L. Sokol, 1982)

Figure. 6. Modèle de Shapero d'après Krueger (1993)

Figure .7. Nombre de documents publiés dans le domaine du management des affaires, de gestion et comptabilité en Algérie

Figure .8. Nombre de documents publiés dans le domaine du management d'innovation en Algérie

Introduction générale	1
Plan du travail	9
Chapitre 1 : Le cadre théorique de la recherche	11
Introduction	12
Section 1 : Le champ e l’entrepreneuriat	13
1. Définition de l’entrepreneuriat.....	13
1.2. Fondements théoriques de l’entrepreneuriat	14
1.3. Paradigmes de l’entrepreneuriat	16
1.3.1. Paradigme des traits individuels	17
1.3.2. Paradigme des faits entrepreneuriaux.....	17
1.3.3. Paradigme de l’impulsion d’une organisation.....	18
1.3.4. Paradigme de l’opportunité d’affaires.....	19
1.3.5. Paradigme de processus entrepreneurial	20
1.3.6. Paradigme de l’innovation.....	21
1.3.7. Paradigme de la création de valeur nouvelle ou de captation de la valeur existante	22
1.3.8. Le paradigme de projet	23
1.4. Analyse des liens possibles entre les huit paradigmes	24
Section 2 : Le champ de l’entrepreneuriat féminin	25
2. L’entrepreneuriat féminin	25
2.1. Femme entrepreneur (e).....	25
2.2. La féminisation de l’entrepreneuriat « approche par genre ».....	26
2.2.1. L’approche genre	26
2.2.2. Historique	27
2.3. Les modèles fondateurs de l’approche genre	28
2.3.1. Le modèle de Laccase (1990)	28
2.3.2. Le modèle de Lerner, Brush et Hisrich.....	29
2.3.3. Le modèle de Hisrich et Brush	29
2.3.4. Le modèle de Shabi et Di Gregorio	30
2.3.5. Le modèle de Guyot et al	31

Section3 :L'intention entrepreneuriale au sein du champ de l'entrepreneuriat.....	32
3. La conception de l'intention entrepreneuriale	32
3.1. Fondements théoriques de l'approche des intentions entrepreneuriales.....	33
3.1. 1.La théorie du comportement planifié d'I.AJZEN (1991)	34
3.2.1. Le modèle de la formation de l'événement entrepreneurial (Shapero et Sokol, 1982)	35
3.2.1.1. La notion de déplacement.....	36
3.2.1.2. La dépendance entre faisabilité et désirabilité	37
3.3.1. Le modèle repris par Krueger.....	38
Conclusion.....	40
Chapitre 2 : Spécificité du sujet de recherche et principaux résultats empiriques dans la littérature.....	41
Introduction.....	42
Section 1 : L'entrepreneuriat féminin.....	42
1. Etude bibliométrique sur le sujet de recherche	43
2. Les spécificités de l'entrepreneuriat féminin.....	47
3. L'importance de l'entrepreneuriat féminin	47
Section 2 : L'intention entrepreneuriale.....	56
Section 3 : L'intention entrepreneuriale des femmes.....	65
Conclusion.....	69
Chapitre 3 : La réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.....	70
Introduction.....	71
Section 1:L'entrepreneuriat des jeunes femmes promotrices (ANSEG, ANGEM, CNAC) de la wilaya de Mascara (Approche quantitative).....	72
1. Le dispositif ANSEG.....	72
1.1. Missions de l'ANSEJ.....	72
1.2. Le mode de financement de l'ANSEJ.....	72
1.3. La participation du genre féminin	73
2. Le dispositif ANGEM.....	74

2.1. Missions de l'ANGEM	75
2.2. Le mode de financement de l'ANGEM	75
2.3. La participation du genre féminin	75
3. Le dispositif de la CNAC.....	76
3.1. Missions de la CNAC	76
3.2. Le mode de financement de la CNAC.....	76
3.3. La participation du genre féminin	77
Section 2 : L'intention entrepreneuriale des femmes (Approche qualitative)	78
1. L'intention entrepreneuriale des femmes	78
1.1. Le choix et la constitution de l'échantillon.....	78
1.2. La structure du questionnaire.....	80
1.3. Méthodologie de traitement et d'analyse des résultats.....	81
2. Analyses et interprétation des résultats	82
2.1. Analyse descriptive.....	82
2.1.1. Le profil des répondantes	82
2.1.2. L'intention entrepreneuriale des répondantes.....	83
2.1.2.1. L'intention entrepreneuriale des étudiantes par faculté.....	84
2.1.3. La désirabilité perçue	85
2.1.4. La faisabilité perçue	86
2.1.5. L'attitude	87
2.1.6. La norme sociale	90
2.1.7. Le contrôle comportemental perçu.....	93
2.2. Analyse d'homogénéité	95
2.3. Analyse en composantes principales.....	97
2.5. Analyse de régression linéaire des variables.....	98
Section 3 : L'entrepreneuriat féminin (Approche qualitative)	105
1. Méthodologie de l'entretien.....	105
1.2. Le type d'entretien	106
2.1. Entretien Numéro 1	107
2.2. Entretien Numéro 2.....	108
2.3. Entretien Numéro 3.....	109

Table des matières

2.4. Entretien Numéro 4.....	110
2.5. Entretien Numéro 5.....	111
2.6. Entretien Numéro 6.....	112
2.7. Entretien Numéro 7.....	113
2.8. Entretien Numéro 8.....	114
Conclusion.....	116
Conclusion générale.....	117
Références bibliographiques.....	120
Tables des sigles	128
Tables des tableaux.....	129
Tables des figures.....	131
Annexe.....	136

Annexe I: Questionnaire destiné aux jeunes femmes universitaires

République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'enseignement supérieur et la recherche scientifique
Faculté des sciences économique, commerciales et sciences de gestion

Laboratoire Management des Collectivités Locales et Développement Local

Questionnaire d'enquête

Dans le cadre de la réalisation d'un mémoire de magister en Economie Sociale &
Développement Economique

Thème : la réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie

La présente étude portera sur la réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie à travers une phase majeure du processus entrepreneurial amont : l'intention entrepreneuriale des femmes afin de comprendre la cause pour laquelle la femme algérienne n'entreprend pas et quelles sont les mesures pour promouvoir l'entrepreneuriat féminin

Si vous acceptez de remplir le présent questionnaire, nous tenons de vous informer que la présente étude revêt un caractère purement scientifique .Elle est tout à fait anonyme et confidentielle.

La qualité et la précision de vos réponses en assureront la réussite.

Merci à l'avance pour votre collaboration dont dépend la réussite de cette étude.

Caractéristiques sociodémographiques

Veillez répondre sur les questions suivantes attentivement :

1. Genre :

Femme

2. Age :

Moins de 25 ans De 25 à 30 ans
 De 31 à 40 ans Plus de 40 ans

3. Situation matrimoniale :

Célibataire Mariée

4. Quel est votre niveau d'instruction ?

Université (Master) Post graduation

4.1. Dans quelle faculté ?

Faculté des sciences économiques, sciences commerciales et sciences de gestion
 Faculté des sciences et de technologie
 Faculté des sciences de la nature et de la vie
 Faculté de droit et de sciences politiques
 Faculté des lettres et langues
 Faculté des sciences humaines et sociales

5. A quelle classe sociale appartenait-vous ?

Modeste Moyenne Riche

Mesure de l'intention

6. Avez-vous l'intention de créer une entreprise ?

Oui Non

(Si Oui, veuillez répondre aux questions suivantes, si Non veuillez passer à la question 10.)

7. Votre intention de créer une entreprise est ?

Faible Moyen
 Fort Très fort

8. Quel est le délai de concrétisation de votre intention de créer une entreprise ?

Pendant les études
 Juste après l'obtention du diplôme
 Longtemps après l'obtention du diplôme

Jamais

9. Avez-vous déjà pris des renseignements sur les différentes démarches à suivre pour créer une entreprise ?

Oui

Non

La désirabilité perçue

10. Que pensez-vous des affirmations suivantes ?

(Cochez une case pour chacune des modalités suivantes)

	Pas du tout D'accord	Plutôt pas D'accord	Ni D'accord ni pas D'accord	Plutôt D'accord	Tout à fait D'accord
Vous désirez devenir créateur d'une entreprise					
L'idée de créer votre entreprise vous semble attractive					

La faisabilité perçue

11. Que pensez-vous des affirmations suivantes ?

(Cochez une case pour chacune des modalités suivantes)

	Pas du tout D'accord	Plutôt pas D'accord	Ni d'accord ni pas d'accord	Plutôt D'accord	Tout à fait D'accord
Il vous semble possible de monter un projet de création d'entreprise et d'assurer son aboutissement					
En l'état actuel, créer de A à Z votre entreprise vous semble faisable					

L'attitude

12. Que pensez-vous des affirmations suivantes ? Cochez une case pour chacune des modalités suivantes)

	Pas du tout D'accord	Plutôt pas D'accord	Ni d'accord ni pas d'accord	Plutôt D'accord	Tout à fait D'accord
Vous êtes favorable au fait de vous engager dans une création d'entreprise					
Vous avez une attitude Entrepreneuriale					

13. Dans quelles mesures les affirmations suivantes vous motiveraient-elles pour créer une entreprise?

(Cochez une case pour chacune des modalités suivantes)

	Pas du tout D'accord	Plutôt pas D'accord	Ni d'accord ni pas d'accord	Plutôt D'accord	Tout à fait D'accord
Je gagnerai plus d'argent					
J'aspire à plus de liberté					
Construire un patrimoine pour ma famille					
J'aurai plus de flexibilité pour gérer mes horaires					
J'échapperai au Chômage					
J'aurai une Satisfaction Personnelle					
Je créerai des emplois					
Je serai autonome (être mon propre chef)					
Merci/				

14. Selon vous, la création d'entreprise par une femme est :

- Défi
- Opportunité
- Contrainte

15. Vous estimez avoir le goût de risque :

- Oui Non

16. Avez-vous travaillé en entreprise ?

- Oui Non

(Si NON, veuillez aller directement à la question 19.)

17. Dans quel type d'entreprise avez-vous travaillé?

- TPE (-10 salariés)
 PE (10 à 49 salariés)
 PME/PMI (50 à 249 salariés)
 Grande entreprise (250 et +)

18. Dans quel secteur d'activité ?

- Services
 Industrie
 Agriculture
 Nouvelles technologies
 Autre (merci de préciser).....

19. Si vous vous lanciez dans la création d'une entreprise, dans quelle mesure seriez-vous sûres de sa réussite ?

- Certaines de votre échec
 Plutôt sûres de votre échec
 Incertaines quant à votre succès ou échec
 Plutôt sûres de votre succès
 Certaines de votre succès

**20. Si un jour vous créez votre entreprise, pour vous, son échec éventuel serait avant tout
(Cochez une case pour chacune des modalités suivantes) :**

- Un échec financier
 Un échec social
 Un échec personnel
 Une expérience utile pour une autre aventure entrepreneuriale
 Une expérience utile pour la suite de votre carrière professionnelle
 Autre (merci de préciser).....

La Norme sociale perçue

21. Quelle sera l'opinion de ces personnes si vous décidez la création d'entreprise ?
(Cochez une case pour chacune des modalités suivantes)

	Très Défavorable	Défavorable	Neutre	Favorable	Très Favorable
Famille					
Ami					
Proche					
Conjoint					
Enseignant					

22. Que pensez-vous des affirmations suivantes ? (Cochez une case pour chacune des modalités suivantes)

	Pas du tout D'accord	Plutôt pas D'accord	Ni D'accord ni pas D'accord	Plutôt D'accord	Tout à fait D'accord
Selon vous, la femme entrepreneur sera bien perçue par la société.					
Créer une entreprise vous semble être un comportement approprié pour une femme					
La loi algérienne vous protège en tant que femme					
En Algérie, les femmes sont désavantagées par rapport aux hommes en tant que propriétaires d'entreprise					
En tant que mère, il est difficile à la femme de devenir entrepreneur					
Vos valeurs religieuses favorisent la création d'entreprise par la femme					

23. Quelle priorité donner vous aux considérations suivantes :

(Cochez une case pour chacune des modalités suivantes)

	Pas du tout Important	Plutôt pas Important	Ni Important ni pas Important	Plutôt Important	Très Important
Fonder une famille					
Créer une entreprise					
Etre salarié					

24. Y a-t-il des entrepreneurs (professions libérales, indépendants, chefs d'entreprise, créateurs d'entreprise) dans votre entourage que vous souhaiteriez imiter ?

Oui Non

(Si NON, sautez directement à la question 26.)

25. Qui sont-ils ?

Père Mère
 Frères ou sœurs Amis
 Autre *(Merci de préciser)*

26. Quelle est influence des ces personnes sur l'orientation de vos comportements ?

(Cochez une case pour chacune des modalités suivantes)

	Très faible	Faible	Moyen	Fort	Très fort
Famille					
Ami					
Proche					
Conjoint					

27. Au sein de votre famille :

Vous avez la liberté de choix	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
Vous avez la liberté de sortir seule	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
Vous avez la liberté de travailler	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
Vous avez la liberté de créer une entreprise.	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
Vous avez la liberté de vous marier selon votre choix	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
Autres (merci de préciser)	

Le Contrôle comportemental perçu

28. Pensez-vous être capable de créer votre entreprise ?

Pas du tout capable

Tout à fait capable

29. Que pensez-vous des affirmations suivantes ?

	Pas du tout D'accord	Plutôt pas D'accord	Ni d'accord ni pas D'accord	Plutôt D'accord	Tout à fait D'accord
Vous avez confiance en vos Décisions					
Comme créateur d'entreprise, vous auriez un contrôle de la situation					
Vous maîtrisez le processus de création d'une entreprise					

30. Quelle est le rôle de ces facteurs sur le développement de votre intention Entrepreneuriale ?

	Très Négative	Négative	Neutre	Positive	Très Positive
Contexte économique en Algérie					
Contexte politique en Algérie					
Manque de soutien aux entrepreneurs					
Les démarches administratives					
Les opportunités disponibles					
Règlements souples (tricherie et Corruption)					
Autre, (merci de préciser)				

Annexe II : Guide d'entretien avec les femmes entrepreneurs (e)

Profil de la femme entrepreneur (e) :

Nom :

Prénom :

Age :

Niveau d'étude :

Nom de l'entreprise :

Activité de l'entreprise :

Parcours de la création d'entreprise :

Quelle formation avez-vous suivie avant de vous lancer dans votre vie professionnelle?

.....
.....

Quel a été votre parcours professionnel avant de créer votre entreprise ?

.....

A quel moment vous avez eu l'intention ou l'envie de créer votre entreprise ?

.....
.....

Comment vous est venue l'idée de créer votre propre entreprise ?

.....
.....

Quelles sont les principales motivations qui vous ont poussé à créer votre propre entreprise ?

.....
.....

Quelles ont été les grandes étapes de la réalisation de votre projet avant le lancement de votre activité?

.....
.....

Comment s'est passé le démarrage de votre activité durant les premières semaines ?

.....

Annexes

Qu'en est-il de votre projet aujourd'hui ?

.....
.....

Avec votre expérience, que pensez-vous de la création d'entreprise aujourd'hui ?

.....
.....

Quel serait le meilleur conseil que vous pourriez donner à un porteur de projet pour l'aider à créer son entreprise ?

.....
.....

Analyse des données

Quel est votre âge?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Moins de 25 ans	351	87,8	87,8
	De 25 ans à 30 ans	49	12,3	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Quelle est votre situation matrimoniale?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Célibataire	358	89,5	89,5
	Mariée	42	10,5	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Quel est votre niveau d'étude?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Université (Master)	380	95,0	95,0
	Post-graduation	20	5,0	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Dans quelle faculté?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Faculté des sciences économiques, commerciales et sciences de gestion	80	20,0	20,0
	Faculté des sciences et de technologie	80	20,0	40,0
	Faculté des sciences de la nature et de la vie	70	17,5	57,5
	Faculté des droits et sciences politiques	60	15,0	72,5
	Faculté des lettres et des langues	60	15,0	87,5
	Faculté des sciences humaines et sociales	50	12,5	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Avez-vous l'intention de créer une entreprise?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Oui	256	64,0	64,0
	Non	144	36,0	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Avez-vous l'intention de créer une entreprise?

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Oui	256	64,0	64,0	64,0
	Non	144	36,0	36,0	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

Votre intention de créer une entreprise est ?

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	0	144	36,0	36,0	36,0
	Faible	44	11,0	11,0	47,0
	Fort	83	20,8	20,8	67,8
	Moyen	113	28,3	28,3	96,0
	Très fort	16	4,0	4,0	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

Quel est le délai de concrétisation de votre intention de créer une entreprise?

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	0	144	36,0	36,0	36,0
	Pendant les études	8	2,0	2,0	38,0
	Juste après l'obtention du diplôme	118	29,5	29,5	67,5
	Longtemps après l'obtention du diplôme	127	31,8	31,8	99,3
	Jamais	3	,8	,8	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

Quel est le délai de concrétisation de votre intention de créer une entreprise?

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	0	144	36,0	36,0	36,0
	Pendant les études	8	2,0	2,0	38,0
	Juste après l'obtention du diplôme	118	29,5	29,5	67,5
	Longtemps après l'obtention du diplôme	127	31,8	31,8	99,3
	Jamais	3	,8	,8	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

Vous désirez devenir créateur d'une entreprise?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Pas du tout d'accord	95	23,8	23,8
	Plutôt pas d'accord	26	6,5	30,3
	Ni d'accord ni pas d'accord	26	6,5	36,8
	Plutôt d'accord	117	29,3	66,0
	Tout à fait d'accord	136	34,0	100,0
	Total	400	100,0	100,0

L'idée de créer votre entreprise vous semble attractive?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Pas du tout d'accord	38	9,5	9,5
	Plutôt pas d'accord	24	6,0	15,5
	Ni d'accord ni pas d'accord	17	4,3	19,8
	Plutôt d'accord	118	29,5	49,3
	Tout à fait d'accord	203	50,8	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Il vous semble possible de monter un projet de création d'entreprise est d'assurer son aboutissement?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Pas du tout d'accord	83	20,8	20,8
	Plutôt pas d'accord	40	10,0	30,8
	Ni d'accord ni pas d'accord	45	11,3	42,0
	Plutôt d'accord	117	29,3	71,3
	Tout à fait d'accord	115	28,8	100,0
	Total	400	100,0	100,0

En l'état actuel créer de A à Z votre entreprise vous semble faisable?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Pas du tout d'accord	285	71,3	71,3
	Plutôt d'accord	48	12,0	83,3
	Ni d'accord ni pas d'accord	34	8,5	91,8
	Plutôt d'accord	24	6,0	97,8
	Tout à fait d'accord	9	2,3	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Vous êtes favorable au fait de vous engager dans une création d'entreprise?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Pas du tout d'accord	41	10,3	10,3
	Plutôt pas d'accord	39	9,8	20,0
	Ni d'accord ni pas d'accord	19	4,8	24,8
	Plutôt d'accord	124	31,0	55,8
	Tout à fait d'accord	177	44,3	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Vous avez une attitude entrepreneuriale?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Pas du tout d'accord	83	20,8	20,8
	Plutôt pas d'accord	29	7,3	28,0
	Ni d'accord ni pas d'accord	45	11,3	39,3
	Plutôt d'accord	122	30,5	69,8
	Tout à fait d'accord	121	30,3	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Dans quelle mesure l'argent vous motiverait pour créer une entreprise?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Pas du tout d'accord	29	7,3	7,3
	Plutôt pas d'accord	16	4,0	11,3
	Ni d'accord ni pas d'accord	21	5,3	16,5
	Plutôt d'accord	141	35,3	51,8
	Tout à fait d'accord	193	48,3	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Dans quelle mesure la liberté vous motiverait pour créer une entreprise?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Pas du tout d'accord	76	19,0	19,0
	Plutôt pas d'accord	21	5,3	24,3
	Ni d'accord ni pas d'accord	19	4,8	29,0
	Plutôt d'accord	113	28,3	57,3
	Tout à fait d'accord	171	42,8	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Dans quelle mesure le patrimoine vous motiverait pour créer une entreprise?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Pas du tout d'accord	29	7,3	7,3
	Plutôt pas d'accord	3	,8	8,0
	Ni d'accord ni pas d'accord	8	2,0	10,0
	Plutôt d'accord	124	31,0	41,0
	Tout à fait d'accord	236	59,0	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Dans quelle mesure la flexibilité des horaires vous motiveraient pour créer une entreprise?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Pas du tout d'accord	32	8,0	8,0
	Plutôt pas d'accord	10	2,5	10,5
	Ni d'accord ni pas d'accord	18	4,5	15,0
	Plutôt d'accord	132	33,0	48,0
	Tout à fait d'accord	208	52,0	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Dans quelle mesure le chômage vous motiverait pour créer une entreprise?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Pas du tout d'accord	13	3,3	3,3
	Plutôt pas d'accord	2	,5	3,8
	Ni d'accord ni pas d'accord	12	3,0	6,8
	Plutôt d'accord	118	29,5	36,3
	Tout à fait d'accord	255	63,8	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Dans quelle mesure la satisfaction personnelle vous motiverait pour créer une entreprise?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Pas du tout d'accord	54	13,5	13,5
	Plutôt pas d'accord	17	4,3	17,8
	Ni d'accord ni pas d'accord	14	3,5	21,3
	Plutôt d'accord	80	20,0	41,3
	Tout à fait d'accord	235	58,8	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Dans quelle mesure la création d'emploi vous motiverait pour créer une entreprise?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Pas du tout d'accord	27	6,8	6,8
	Plutôt pas d'accord	7	1,8	8,5
	Ni d'accord ni pas d'accord	9	2,3	10,8
	Plutôt d'accord	94	23,5	34,3
	Tout à fait d'accord	263	65,8	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Dans quelle mesure l'indépendance vous motiverait pour créer une entreprise?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Pas du tout d'accord	47	11,8	11,8
	Plutôt pas d'accord	28	7,0	18,8
	Ni d'accord ni pas d'accord	20	5,0	23,8
	Plutôt d'accord	94	23,5	47,3
	Tout à fait d'accord	211	52,8	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Selon vous, la création d'entreprise par une femme est?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Défi	307	76,8	76,8
	Opportunité	89	22,3	99,0
	Contrainte	4	1,0	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Vous estimez avoir le gout de risque?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Oui	276	69,0	69,0
	Non	124	31,0	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Avez-vous travaillez en entreprise ?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Oui	49	12,3	12,3
	Non	351	87,8	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Dans quel type d'entreprise avez-vous travaillez?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	0	351	87,8	87,8
	PE (-10 SALARIES)	12	3,0	90,8
	TPE (10 à 49 SALARIES)	20	5,0	95,8
	PME/PMI (59 à 249)	15	3,8	99,5
	Grande entreprise (250 ET +)	2	,5	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Dans quel secteur d'activité, avez-vous travaillé?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	0	351	87,8	87,8
	Services	29	7,3	95,0
	Industrie	18	4,5	99,5
	Nouvelles technologies	1	,3	99,8
	Autre (Merci de préciser)	1	,3	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Si vous vous lanciez dans la création d'une entreprise, dans quelle mesure seriez-vous sûres de sa réussite?

Analyse des données

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Certaines de votre échec	12	3,0	3,0
	Plutôt sûres de votre échec	18	4,5	7,5
	Incertaines quant à votre échec ou succès	274	68,5	68,5
	Plutôt sûres de votre succès	61	15,3	15,3
	Certaines de votre succès	35	8,8	8,8
	Total	400	100,0	100,0

Si un jour vous créez votre entreprise ,pour vous son échec éventuel serait avant tout ?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Echec financier	59	14,8	14,8
	Echec social	6	1,5	16,3
	Echec personnel	68	17,0	33,3
	Une expérience utile pour une autre aventure entrepreneuriale	194	48,5	81,8
	Une expérience utile pour la suite de votre carrière professionnelle	73	18,3	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Quelle sera l'opinion de la famille si vous décidez la création d'entreprise?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Très défavorable	9	2,3	2,3
	Défavorable	14	3,5	5,8
	Neutre	18	4,5	10,3
	Favorable	128	32,0	42,3
	Très favorable	231	57,8	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Quelle sera l'opinion des amis si vous décidez la création d'entreprise?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Très favorable	26	6,5	6,5
	Défavorable	23	5,8	12,3
	Neutre	79	19,8	32,0
	Favorable	165	41,3	73,3
	Très favorable	107	26,8	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Quelle sera l'opinion des proches si vous décidez la création d'entreprise?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Très favorable	61	15,3	15,3
	Défavorable	38	9,5	24,8
	Neutre	94	23,5	48,3
	Favorable	118	29,5	77,8
	Très favorable	89	22,3	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Quelle sera l'opinion du conjoint si vous décidez la création d'entreprise?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	0	358	89,5	89,5
	Très favorable	3	,8	90,3
	Défavorable	5	1,3	91,5
	Neutre	2	,5	92,0
	Favorable	20	5,0	97,0
	Très favorable	12	3,0	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Quelle sera l'opinion des enseignants si vous décidez la création d'entreprise?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Très défavorable	21	5,3	5,3
	Défavorable	7	1,8	7,0
	Neutre	36	9,0	16,0
	Favorable	170	42,5	58,5
	Très favorable	166	41,5	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Selon vous, la femme entrepreneur sera bien perçue par la société ?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Pas du tout d'accord	34	8,5	8,5
	Plutôt pas d'accord	30	7,5	16,0
	Ni d'accord ni pas d'accord	29	7,3	23,3
	Plutôt d'accord	129	32,3	55,5
	Tout à fait d'accord	178	44,5	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Créer une entreprise vous semble être un comportement approprié pour une femme?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Pas du tout d'accord	82	20,5	20,5
	Plutôt pas d'accord	27	6,8	27,3
	Ni d'accord ni pas d'accord	44	11,0	38,3
	Plutôt d'accord	116	29,0	67,3
	Tout à fait d'accord	131	32,8	100,0
	Total	400	100,0	100,0

La loi algérienne vous protège en tant que femme?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Pas du tout D'accord	28	7,0	7,0
	Plutôt pas D'accord	13	3,3	10,3
	Ni D'accord ni pas D'accord	35	8,8	19,0
	Plutôt D'accord	135	33,8	52,8
	Tout à fait D'accord	189	47,3	100,0
	Total	400	100,0	100,0

En Algérie, les femmes sont désavantagées par rapport aux hommes en tant que propriétaires d'entreprise?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Pas du tout D'accord	139	34,8	34,8
	Plutôt pas D'accord	30	7,5	42,3
	Ni D'accord ni pas D'accord	49	12,3	54,5
	Plutôt D'accord	63	15,8	70,3
	Tout à fait D'accord	119	29,8	100,0
	Total	400	100,0	100,0

En tant que mère, il est difficile à la femme de devenir entrepreneur?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Pas du tout D'accord	86	21,5	21,5
	Plutôt pas D'accord	26	6,5	28,0
	Ni D'accord ni pas D'accord	29	7,3	35,3
	Plutôt D'accord	92	23,0	58,3
	Tout à fait D'accord	167	41,8	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Vos valeurs religieuses favorisent la création d'entreprise par la femme?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Pas du tout D'accord	40	10,0	10,0
	Plutôt pas D'accord	13	3,3	13,3
	Ni D'accord ni pas D'accord	72	18,0	31,3
	Plutôt D'accord	103	25,8	57,0
	Tout à fait D'accord	172	43,0	100,0
	Total	400	100,0	100,0

L'attachement familial est important pour vous?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Pas du tout d'accord	20	5,0	5,0
	Plutôt pas d'accord	10	2,5	7,5
	Ni d'accord ni pas d'accord	15	3,8	11,3
	Plutôt d'accord	96	24,0	35,3
	Tout à fait d'accord	259	64,8	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Quelle priorité donner vous à la fondation d'une famille?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Pas du tout Important	10	2,5	2,5
	Plutôt pas Important	8	2,0	4,5
	Ni Important ni pas Important	15	3,8	8,3
	Plutôt Important	103	25,8	34,0
	Très Important	264	66,0	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Quelle priorité donner vous à la création d'une entreprise?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Pas du tout Important	40	10,0	10,0
	Plutôt pas Important	35	8,8	18,8
	Ni Important ni pas Important	52	13,0	31,8
	Plutôt important	186	46,5	78,3
	Très important	87	21,8	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Quelle priorité donner vous au salaire?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Pas du tout important	12	3,0	3,0
	Plutôt pas important	5	1,3	4,3
	Ni important ni pas important	18	4,5	8,8
	Plutôt important	116	29,0	37,8
	Très important	249	62,3	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Y a-t-il des entrepreneurs (professions libérales, indépendants, chefs d'entreprise, créateurs d'entreprise) dans votre entourage que vous souhaiteriez imiter?

Analyse des données

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Oui	173	43,3	43,3
	Non	227	56,8	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Qui sont-ils ?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	0	227	56,8	56,8
	Père	31	7,8	64,5
	Mère	3	,8	65,3
	Frères ou sœurs	21	5,3	70,5
	Amis	55	13,8	84,3
	Autre (Merci de préciser)	63	15,8	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Quelle est l'influence de la famille sur l'orientation de vos comportements?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Très faible	5	1,3	1,3
	Faible	3	,8	2,0
	Moyen	66	16,5	18,5
	Fort	95	23,8	42,3
	Très fort	231	57,8	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Quelle est l'influence des amis sur l'orientation de vos comportements?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Très faible	78	19,5	19,5
	Faible	50	12,5	32,0
	Moyen	176	44,0	76,0
	Fort	69	17,3	93,3
	Très fort	27	6,8	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Quelle est l'influence des proches sur l'orientation de vos comportements?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Très faible	90	22,5	22,5
	Faible	67	16,8	39,3
	Moyen	124	31,0	70,3
	Fort	77	19,3	89,5
	Très fort	42	10,5	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Quelle est l'influence du conjoint sur l'orientation de vos comportements?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
0	358	89,5	89,5	89,5
Très faible	1	,3	,3	89,8
Faible	2	,5	,5	90,3
Moyen	3	,8	,8	91,0
Fort	20	5,0	5,0	96,0
Très fort	16	4,0	4,0	100,0
Total	400	100,0	100,0	

Au sein de votre famille, vous avez la liberté de choix?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Oui	365	91,3	91,3	91,3
Non	35	8,8	8,8	100,0
Total	400	100,0	100,0	

Au sein de votre famille, vous avez la liberté de sortir seule?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Oui	275	68,8	68,8	68,8
Non	125	31,3	31,3	100,0
Total	400	100,0	100,0	

Au sein de votre famille, vous avez la liberté de travailler?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Oui	395	98,8	98,8	98,8
Non	5	1,3	1,3	100,0
Total	400	100,0	100,0	

Au sein de votre famille, vous avez la liberté de créer une entreprise?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Oui	357	89,3	89,3	89,3
Non	43	10,8	10,8	100,0
Total	400	100,0	100,0	

Au sein de votre famille, vous avez la liberté de se marier toute seule?

Analyse des données

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Oui	327	81,8	81,8	81,8
Valide Non	73	18,3	18,3	100,0
Total	400	100,0	100,0	

Comme créateur d'entreprise, vous auriez un contrôle de la situation?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Pas du tout d'accord	50	12,5	12,5	12,5
Plutôt pas d'accord	20	5,0	5,0	17,5
Valide Ni d'accord ni pas d'accord	45	11,3	11,3	28,8
Plutôt d'accord	114	28,5	28,5	57,3
Tout à fait d'accord	171	42,8	42,8	100,0
Total	400	100,0	100,0	

Vous maîtrisez le processus de création d'une entreprise ?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Pas du tout d'accord	256	64,0	64,0	64,0
Plutôt pas d'accord	27	6,8	6,8	70,8
Valide Ni d'accord ni pas d'accord	29	7,3	7,3	78,0
Plutôt d'accord	63	15,8	15,8	93,8
Tout à fait d'accord	25	6,3	6,3	100,0
Total	400	100,0	100,0	

Quel est le rôle de l'économie algérienne dans le développement de votre intention entrepreneuriale?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Très négative	75	18,8	18,8	18,8
Négative	147	36,8	36,8	55,5
Valide Neutre	46	11,5	11,5	67,0
Positive	106	26,5	26,5	93,5
Très positive	26	6,5	6,5	100,0
Total	400	100,0	100,0	

Quel est le rôle du système politique algérien dans le développement de votre attention entrepreneuriale?

Analyse des données

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé	
Valide	Très négative	45	11,3	11,3	11,3
	Négative	131	32,8	32,8	44,0
	Neutre	104	26,0	26,0	70,0
	Positive	99	24,8	24,8	94,8
	Très positive	21	5,3	5,3	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

Quel est le rôle du manque de soutien aux entrepreneurs dans le développement de votre intention entrepreneuriale?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé	
Valide	Très négative	79	19,8	19,8	19,8
	Négative	197	49,3	49,3	69,0
	Neutre	46	11,5	11,5	80,5
	Positive	67	16,8	16,8	97,3
	Très positive	11	2,8	2,8	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

Quel est le rôle des démarches administratives dans le développement de votre intention entrepreneuriale?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé	
Valide	Très négative	102	25,5	25,5	25,5
	Négative	188	47,0	47,0	72,5
	Neutre	18	4,5	4,5	77,0
	Positive	80	20,0	20,0	97,0
	Très positive	12	3,0	3,0	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

Quel est le rôle des opportunités disponibles (ANSEG, ANGEM, CNAC) dans le développement de votre intention entrepreneuriale?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé	
Valide	Très négative	22	5,5	5,5	5,5
	Négative	55	13,8	13,8	19,3
	Neutre	35	8,8	8,8	28,0
	Positive	192	48,0	48,0	76,0
	Très positive	96	24,0	24,0	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

Quel est le rôle des opportunités disponibles (ANSEG, ANGEM, CNAC) dans le développement de votre intention entrepreneuriale?

Analyse des données

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Très négative	22	5,5	5,5
	Négative	55	13,8	19,3
	Neutre	35	8,8	28,0
	Positive	192	48,0	76,0
	Très positive	96	24,0	100,0
	Total	400	100,0	100,0

Moyennes et écart-types :

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
Intention	400	1	3	1,35	,677
Désirabilité	400	1	5	3,75	1,268
Faisabilité	400	1	5	2,46	,961
Attitude	400	1	4	3,02	,509
Norme	400	2	4	2,86	,306
CCP	400	1	4	2,76	,461
N valide (listwise)	400				

Analyse de fiabilité :

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,843	61

Test de corrélation :

Corrélations

		Intention	Désirabilité	Faisabilité	Attitude	Norme sociale	Contrôle comportemental
Intention	Corrélation de Pearson	1	,741**	,593**	,514**	,304**	,251**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	400	400	400	400	400	400
Désirabilité	Corrélation de Pearson	,741**	1	,626**	,669**	,466**	,274**
	Sig. (bilatérale)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	400	400	400	400	400	400
Faisabilité	Corrélation de Pearson	,593**	,626**	1	,543**	,353**	,325**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	400	400	400	400	400	400
Attitude	Corrélation de Pearson	,514**	,669**	,543**	1	,505**	,277**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	400	400	400	400	400	400
Norme sociale	Corrélation de Pearson	,304**	,466**	,353**	,505**	1	,225**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	400	400	400	400	400	400
Contrôle comportemental	Corrélation de Pearson	,251**	,274**	,325**	,277**	,225**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	400	400	400	400	400	400

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).