

Le Parcours Socioprofessionnel Des Femmes Entrepreneures En Algérie : Caractéristiques Et Motivations.

Cas De La Wilaya De Bejaia

HAMOUDI Souhila *, ABEDOU Abderrahmane **

Received: 15/05/2018

Accepted: 12/08/2018

Résumé :

L'accès des femmes au monde des affaires n'était pas chose facile. Au cœur d'une société, dite patriarcale, les femmes restaient depuis longtemps marquées par une longue culture de dévalorisation.

En effet, l'évolution de la société algérienne, spécifiquement sur la sphère socioéconomique a redéfini la fonction de la femme. La nécessité et les exigences de la vie ont également modifié leurs motivations.

Dans le présent article, nous présentons les résultats d'une enquête de terrain auprès d'un échantillon de 70 femmes entrepreneures qui exercent sur le territoire de la région de Bejaia, afin d'identifier les facteurs Push/Pull à l'origine des motivations des femmes créatrices d'entreprises.

Mots clés: Entrepreneuriat féminin, motivation entrepreneuriale, Pull / Push factors, Bejaia

Abstract:

The access of the women to the business world was not easy thing. In the middle of a society, known as patriarchal, the women for a long time remained marked by a long culture of depreciation. Indeed, the evolution of the Algerian company, specifically on the socioeconomic sphere redefined the function of the woman. The need and the requirements of the life also modified their motivations.

In this article, we have the results of an investigation of ground near a sample of 70 women entrepreneurs who exert on the territory of the area of Bejaia, in order to identify the factors Push/Push at the origin of the motivations of the women company founders

Keywords: Female entrepreneuriat, entrepreneurial motivation, Push/Pull factor, Bejaia.

Jel Classification: L26, A14, A19.

¹ Doctorante en Sociologie des organisations à la faculté des sciences humaines et sociales à l'Université de Bejaia, Algérie, Email : hamoudisouhila@yahoo.fr

² Directeur de recherche au CREAD à l'université de bouzareah, Algérie, Email : abedou@yahoo.fr

1. Introduction :

L'accès des femmes au monde des affaires n'était pas chose facile, au cœur d'une société dite patriarcale (Bourdieu, 1998) les femmes restaient depuis longtemps marquées par une longue culture de dévalorisation.

À l'heure actuelle le travail des femmes est une réalité admise et bien ancrée dans la société algérienne, les statistiques montrent que le taux des femmes algériennes sur le marché du travail augmente d'une façon considérable (Grangaud, 2011). L'implication des femmes dans l'économie algérienne est donc très importante et ne cesse de progresser.

Sans doute, le domaine où elles sont le moins présentes est l'entrepreneuriat qui s'impose de plus en plus sur le marché du travail. Elles optent de plus en plus pour le statut « d'indépendante », ou encore plus souvent pour le statut de « femme entrepreneure ».

Par ailleurs, plusieurs recherches (Estay, 2006), (Gabarret et Vedel, 2015), (Verstaete, 2000), (Fayol et Nakara, 2010), se sont focalisées sur ce sujet afin de comprendre l'origine des motivations poussant ces femmes, d'une part, à entreprendre, et d'autre part, déterminer les caractéristiques de ces dernières.

De ce fait, notre travail de recherche consiste à déceler les facteurs qui poussent les femmes à entrer en affaire et devenir des femmes entrepreneures. Nous nous sommes intéressée particulièrement aux motivations des femmes entrepreneures afin de comprendre le secret qui illumine le chemin des femmes pour devenir ce dont elles ont toujours rêvé d'être « femme entrepreneure ».

A la lumière de ce qui précède, une question fondamentale doit retenir notre attention :

- Au moment où le statut de la femme passe de « salariée » à « entrepreneure », quels sont les différents facteurs pouvant motiver les femmes à devenir entrepreneures ?
- Cet article vise également à dresser un portrait de l'entrepreneuriat féminin à Bejaia, et ce, à travers les caractéristiques des femmes entrepreneures, ainsi que leurs principales motivations.

Pour répondre à toutes ces questions nous allons identifier et vérifier l'importance des motivations dans la création d'entreprise et cela en entamant l'hypothèse suivante :

« les facteurs push/ pull sont à l'origine des motivations de la création d'entreprises chez les femmes issues de la wilaya de Bejaia ».

2. Cadre théorique :

1. Les motivations entrepreneuriales :

Selon François Dubet (1996) , l'entrepreneur s'engage dans l'entrepreneuriat selon trois logiques qu'on appelle les logiques d'actions inspirées du modèle théorique de l'action social (Reix, 2012).

- La première logique d'action renvoie à la notion de socialisation. Dans ce cas l'entrepreneur créer une entreprise dans le but est de reproduire un modèle familiale.
- La deuxième logique considère l'entrepreneur comme un acteur rationnel qui à pour but de maximiser les ressources et saisir des opportunités.
- La troisième logique est une logique d'éthique personnelle dans le but est la construction de soi pour donner sens à son existence et construire son avenir.

Les motivations consistent à étudier le comportement des individus à partir de leurs environnements pour dégager les traits personnels et sociaux de l'entrepreneur. Dans ce contexte nous allons donc présenter l'approche théorique des motivations qui est au cœur de notre recherche.

1.1 Les motivations « PULL » : entrepreneuriat d'opportunité

L'entrepreneuriat d'opportunité découle des événements positifs dans la vie d'un individu qui a découvert une opportunité pour créer une entreprise. Dans ce cas il convient de dire que c'est un choix basé sur l'attractivité de l'affaire au détriment des autres possibilités d'emploi.

Dans ce type de motivation Sokol et Shapero (cités par Tounes 2003) font référence aux déplacements positifs tel que : famille, fin d'études, consommateur...

Les créations par attraction « pull » regroupent plutôt des besoins d'indépendance et d'autonomie, d'accomplissement personnel, et la satisfaction au travail...poussent les individus vers l'entrepreneuriat.

1.2 Les motivations « PUSH » : entrepreneuriat de nécessité

Les motivations de types « PUSH » représente les situations négatives des individus. Il peut s'agir des situations liées à l'emploi comme par exemple : le chômage, l'insatisfaction et mauvaise condition de travail, mauvaises relations avec l'entourage du travail, et licenciement...

Sokol parle aussi de discontinuités diverses : la fin du service militaire, voir même la sortie de la prison.

3. Cadre méthodologique de la recherche :

Nous avons adopté une méthode quantitative basée sur la distribution d'un questionnaire auprès des femmes entrepreneures de la wilaya de Bejaia.

L'échantillon de notre enquête vise les femmes entrepreneures de la wilaya de Bejaïa. D'un choix objectif, nous avons sélectionné que les femmes créatrices d'entreprise et excluant, dans notre démarche, les cas de reprise d'entreprise déjà existante. En effet, notre stratégie au début s'est basée essentiellement sur la récupération des données fournies par, les organismes, ANSEJ, ANGEM, CNAC et ANDI. Dans un autre temps d'exploration, ces données se sont avérées peu fiables en la matière, car les entrepreneures identifiées avaient changé de numéro de téléphone ou d'adresse d'entreprise. Ces difficultés nous ont motivé à opter pour la méthode d'échantillonnage « aléatoire » en partant d'un nœud pour atteindre la périphérie. Dans la phase quantitative, nous avons passé 200 questionnaires en totalité et y avoir recueillis 125. En raison d'un remplissage incomplet et d'autres, incompréhensibles, nous avons sélectionné uniquement 70 d'entre eux et que nous jugeons valides.

Notre étude a été donc effectuée auprès des 13 premières communes classées en matière de création des PME à travers le territoire géographique de la wilaya de Bejaïa : Bejaia, Akbou, Tazmalt, El Kseur, Timzrit, Kherrata, Amizour, Sidi Aiche, Souk El Tenine, Aokas, Ouad Ghir, Seddouk, Ifri Ouzlaguen. Cela pendant la période allant de Mars à décembre 2016.

La répartition de la population est présentée dans le tableau ci-dessous :

Tableau (1) Répartition de la population d'enquête

N°	Communes	Effectifs	Pourcentage
01	BEJAIA	23	32,9
02	AKBOU	12	17,2
03	TAZMALT	2	2,9
04	EL KSEUR	9	12,9
05	TIMZRIT	1	1,4
06	KHERRATA	1	1,4
07	AMIZOUR	3	4,3
08	SIDI AICHE	4	5,8
09	SOUK LETNINE	2	2,9
10	AOUKAS	2	2,9
11	OUAD GHIR	9	12,9
12	SEDDOUK	1	1,4
	IFRI		
13	OUZLAGUEN	1	1,4
Total		70	100

Source : résultats de l'enquête

4. Présentation et discussion des résultats :

4.1 Profil des femmes entrepreneures

Dans le cadre de cette étude, le constat repéré sur leur profil affirme un taux de (77,1%) de femmes mariées. En revanche, seulement (21,4%) sont célibataires. Ce qui nous pousse à dire que le mariage n'est pas un freinage à la création de leur entreprise. Bien au contraire, certaines d'entre elles confirment le rôle très particulier du conjoint pour surmonter les diverses contraintes qu'elles rencontraient et même servir comme première ressource d'alimentation de leur projet.

À l'exception d'une minorité mécontente, elles n'ont eu aucun appui ni financement de la part de leurs conjoints respectifs. Ce qui s'éclaire dans les propos de Fatima Ezzahra Rachdi (2006, P7) : « *plusieurs études faites sur ce niveau montrent que la majorité des hommes entrepreneurs sont mariés et le mariage joue un rôle stabilisateur dans leur métier. La situation est beaucoup plus controversée au niveau des femmes entrepreneures. Le mari peut constituer soit un frein, soit un stimulateur pour la création d'entreprises* ».

Un autre critère, celui de l'âge, la majorité des femmes enquêtées sont relativement jeunes, de la catégorie variante entre 24 et 39 ans soit 71%.

4.2 Niveau d'étude des entrepreneures

Les résultats de notre enquête mettent l'accent sur le niveau d'instruction des femmes comme facteur primordial pour entreprendre. Quelques auteurs alimentent notre observation: Boutillier et Uzunidis (1995, 2008) en identifiant la valeur du « *capital connaissance* » et son rôle positif qu'il joue pour la création de l'entreprise.

Revenant aux détails de notre enquête, la moitié de nos enquêtées, avec 35,7%, ont un niveau universitaire, tandis que, le niveau secondaire est relégué en seconde position avec 28,6%.

Élément très notable, lors de notre exploration, se rajoute au niveau d'étude. La moitié des entrepreneures universitaires, d'une valeur de 18 femmes, sont de la catégorie d'âge d'entre 24 et 39 ans. D'autant plus, l'investissement de ces femmes dans la totalité s'inscrit dans leur domaine de formation. Pour les femmes détentrices d'un niveau secondaire, elles sont d'une valeur de 16 femmes et de la même catégorie d'âge (24-39 ans) que les précédentes. Nous retenons de ces chiffres une causalité, exprimée en quelques mots : plus les femmes détiennent un niveau scolaire élevé, plus elles auront accès à devenir entrepreneures.

4.3 Les motivations des femmes pour devenir entrepreneures :

➤ Besoin de réalisation : un *Pull factor* pour la motivation des femmes

Tableau (2) : besoin de réalisation source de motivation des femmes

Besoin de réalisation	Pas du tout important	%	Peu important	%	Moyennement important	%	Assez important	%	Très important	%	Fré.	Pourcentage
Relever un défi	19	27,1	26	37,1	6	8,6	7	10	12	17,1	70	100
Suivre l'exemple réussi	6	8,6	32	45,7	31	44,3	0	0	1	1,4	70	100
Tirer profit de ma formation	0	0	16	22,9	19	27,1	22	31,4	13	18,6	70	100
Connaitre rapidement les résultats	9	12,9	27	38,6	19	27,1	7	10	8	11,4	70	100
Pour être satisfaite de moi-même	0	0	2	2,9	19	27,1	15	21,4	34	48,6	70	100

Source : résultat de notre enquête

Partant de nos résultats obtenus, presque la moitié des femmes entrepreneures, et d'un taux de 48,6 %, concevaient de la création de leur propre entreprise comme vecteur de « *satisfaction d'elles-mêmes* ». L'autonomie des femmes est donc un élément indispensable pour exprimer son désir d'affirmation de soi (Onana, 2011). Une femme d'El Kseur, expérimentée dans son domaine depuis des années, instruite et moyennement âgée nous a révélé quelques mots: « *j'ai mis des mains et des pieds pour créer cette entreprise. Ce bien n'est réalisé que pour un seul objectif : la réalisation personnelle, j'ai besoin de ressentir que je suis autonome et capable de subvenir à tout mes besoins et même ceux de ma famille, je ne veux pas avoir le sentiment d'incapacité, car c'est très important pour moi. Je me vois pas faire des études supérieure sans voir le fruit de mes efforts...* ».

Par ailleurs, nous avons enregistré une seule exception, d'un taux de 1,4%, qui s'est servi d'un exemple de réussite pour fonder son projet entrepreneurial.

En dernier, comme source de motivation pour le besoin de la réalisation d'une entreprise, la variable d'opportunité : « *relever un défi* » n'enregistre que peu d'intérêt pour ces femmes.

➤ **Besoin d'altruisme communautaire : un facteur d'opportunité****Tableau (3) : la motivation des femmes par l'altruisme communautaire**

Altruisme communautaire	Pas du tout important		Peu important		Moyennement important		Assez important		Très important		Fré	Pourcentage %
		%		%		%		%		%		
Assurer le bien-être de la famille	0	0	0	0	0	0	23	32,9	47	67,1	70	100
Aider la communauté dans laquelle je vis	39	55,7	27	39	3	4,3	0	0	1	1,4	70	100
Assurer l'avenir de mes enfants	0	0	0	0	0	0	30	42,9	40	57,1	70	100

Source : résultat de notre enquête

Le résultat du tableau ci-dessus représente les facteurs à l'origine de la motivation des femmes entrepreneures par altruisme communautaire. La majorité des interviewées investissaient pour assurer le bien-être de leur famille, avec une fréquence de 47 femmes. En deuxième lieu, la pensée aux descendants prend sa part, avec une fréquence de 40 femmes. En revanche, l'élargissement de leurs aides pour la communauté, vivant dans la même région qu'elles, semble moins important en comparaison aux premières.

En effet la femme entrepreneure de notre enquête ressent qu'elle a des obligations et des responsabilités envers sa famille et surtout cherche à assurer l'avenir des enfants. À vrai dire c'est une « femme altruiste ».

Une jeune femme de la commune de Sidi Aiche nous a répondu : « ... mon intérêt est de protéger ma famille, de veiller sur sa stabilité en matière de bien-être. Au-delà, je dirai, c'est plus fort comme objectif pour l'atteindre... ».

Tableau (4) : principaux objectifs pour créer une entreprise

Principaux objectifs pour créer une entreprise	Effectifs	Pourcentage %
Assurer essentiellement mon emploi	45	64,3
Développer fortement mon entreprise en termes d'emploi	1	1,4
Développer fortement mon entreprise en termes d'investissement	24	34,3
Total	70	100

Source : résultat de notre enquête

Le résultat du tableau ci-dessus attire notre attention sur le besoin de sécurité des femmes entrepreneures de la région de Bejaia. La priorité, pour elles, est de garantir leur avenir sur le marché du travail. 64,3 % des interviewées ont affirmé ce sentiment de sécurité. Deuxième besoin, classé verticalement partant de la base, dans la pyramide d'Abraham Maslow (Berger 2008) après le besoin physiologique. Cela, dans le but d'assurer une stabilité dans le milieu environnemental qu'elles vivent et en parallèle, de surmonter l'anxiété et les moments de crise prétendus.

Le développement et l'extension de l'entreprise ne représentent pour les femmes entrepreneures qu'un vecteur supplémentaire, le besoin d'assurer leur stabilité passe en

priorité avant toute autre stratégie. En effet, l'élargissement du projet d'entreprise à travers la création de l'emploi reste selon leurs avis dans les coulisses.

Une femme qui confirme : « après mes longues études à l'université je ne peux pas accepter de me retrouver en chômage, ce qui m'a motivé à investir le monde de l'entrepreneuriat pour sortir de cette situation... »

➤ **Besoin d'indépendance : un Push Factor pour la motivation des femmes**

Tableau (5) : le besoin d'indépendance

Besoin d'indépendance	Pas du tout important	%	Peu important	%	Moyennement important	%	Assez important	%	Très important	%	Fréq	Pourcentage
Être mon propre patron	7	10	21	30	10	14,3	13	18,6	19	27,1	70	100
Être libre vis-à-vis de mon travail	0	0	2	2,9	17	24,3	20	28,6	31	44,3	70	100
Établir mes propres horaires de travail	0	0	10	14	12	17,1	21	30	27	38,6	70	100
Être indépendante financièrement	0	0	0	0	0	0	27	38,6	43	61,4	70	100
Prendre mes propres décisions	0	0	1	1,4	7	10	31	44,3	31	44,3	70	100

Source : résultat de notre enquête

Les données de ce tableau classent le besoin d'indépendance comme facteur *Push* et de nécessité. Dans la phase qualitative et lors de la réalisation de nos entretiens, nous avons classé les réponses de ces femmes entrepreneures sous cinq catégories de réponse. L'avis le plus pertinent, avec une fréquence de 43 femmes, est l'indépendance financière. Les entrepreneures de la région de Bejaia cherchent souvent à diminuer leurs charges pour ne pas être un fardeau sur leur famille : nucléaire ou élargie. La frustration vécue avant leur investissement et après l'acquisition de leur diplôme les laisse prendre décision de créer une entreprise ou en un mot : devenir « *entrepreneure* ». L'absence de véritables débouchés sur le marché du travail pour absorber tout le flux des diplômés, ressortissants des universités algériennes, aggrave, de plus en plus, leur situation. Le courage de ces femmes les a motivées, en contrepartie, à réfléchir sur les différentes pistes pouvant les sauver de la situation de crise.

➤ **Besoin d'évasion : un facteur de nécessité**

Tableau (6) : le besoin d'évasion

Besoin d'évasion	Pas du tout important	%	Peu important	%	Moyennement important	%	Assez important	%	Très important	%	Fréq	Pourcentage
Quitter la situation de « sans-emploi »	0	0	23	33	6	8,6	11	15,7	30	42,9	70	100
Échapper aux frustrations subies dans mon emploi précédent	0	0	24	34	5	7,1	14	20	27	38,6	70	100
La seule possibilité pour exercer ma profession	25	35,7	29	41	1	1,4	0	0	15	21,4	70	100

Source : résultat de notre enquête.

Partant de ces constats, le besoin d'évasion s'aperçoit comme une autre motivation des femmes pour créer leur propre entreprise. Les chiffres du tableau précédent nous affirment presque la moitié des interviewées qui refusent d'être au chômage. La variable : « *quitter la situation de 'sans-emploi'* » est l'expression la plus retenue sur la question posée. En vivant une période creuse après l'obtention de leur diplôme, une situation qui les a fortifiées et motivées afin de prendre les devants et lancer leurs projets d'investissement. Cette motivation se présente généralement plus chez « *les chômeurs et aussi chez les jeunes diplômés à la recherche d'un premier emploi. En Asie, ces motivations sont plus accentuées chez les femmes entrepreneurs qui, dans la plupart des cas entrent en affaires pour s'occuper ou parce qu'elles sont contraintes par des circonstances difficiles...* » (Onana, 2011, P13)

➤ **Récapitulatif des principales motivations des femmes entrepreneurs de notre enquête :**

Tableau (6) : les motivations « Pull » et « Push » des femmes entrepreneurs :

facteurs	Motivations	Effectifs	Pourcentage
Pull	Meilleur revenue	19	27
	Besoin de réalisation « pour être satisfaite de moi-même »	12	17
	Besoin d'altruisme « assurer le bien être de la famille »	11	16
Push	Assurer essentiellement mon emploi	5	7
	Besoin d'indépendance « être indépendante financièrement »	14	20
	Besoin d'évasion « quitter la situation de sans emploi »	9	13
Total		70	100

Source : résultat de notre enquête.

Les femmes entrepreneurs de la région de Bejaia, motivées pour créer leur entreprise par opportunité, visent essentiellement à avoir un « *meilleur revenu* » (27%) Comme raison principale pour la création de leur activité. Deuxième facteur, qui renforce cette idée est « le besoin de la réalisation », le plus remarqué dans nos constats, est : « *être satisfaite de soi-même* » avec un pourcentage de 17%. Ensuite vient le facteur « d'altruisme communautaire » : les femmes entrepreneurs pensent avec une propre volonté « *d'assurer le bien-être de sa propre famille* » avec un pourcentage de 16%.

Nous remarquons que la femme algérienne se soucie de son entourage surtout de ses enfants. Elles arrivent même à changer le mode de vie de leur famille grâce à l'entreprise.

Ce résultat n'est pas surprenant, puisque plusieurs auteurs confirment ce point. La vision de Bertrand Duchéneaut et Muriel Orhan (2000, P103), selon une étude faite sur les entrepreneurs (hommes et femmes), détermine que : « *les trois motivations de volonté essentielles sont l'indépendance, le souci d'accomplissement personnel puis le revenu* ».

En ce qui concerne les push factors, nous pouvons affirmer que le chômage des femmes entrepreneures de la région de Bejaia est un facteur motivationnel. Phase pratiquement vécue par tous les diplômés algériens, à la seule différence : la durée d'y être.

Concernant les motivations de nécessité, « le besoin d'indépendance » est l'une des motivations poussant d'autres femmes à entreprendre. À travers l'expression : « *Être indépendante financièrement* » nous avons saisi les principales causes à l'origine de la création de leur propre entreprise avec un pourcentage de 20%. De plus, devenir entrepreneure est la meilleure solution que trouvent ces femmes, de la région de Bejaia, en dépit des autres, car les alternatives d'emploi sur le marché du travail tendent de plus en plus à être serrées. Le contexte dans lequel se retrouvent nos enquêtées leur a permis de fixer l'objectif de devenir *chef d'entreprise*, cela pour une fin bien précise : *quitter une situation de sans-emploi*. En effet, « Le besoin d'évasion » qui est représenté avec un pourcentage de 13%, n'est qu'une autre source de motivation des entrepreneures. Nous remarquons que la wilaya de Bejaia n'arrive pas à absorber le taux de chômage des jeunes diplômés. À cet égard, la création d'une entreprise pourrait être une sorte de plan B, pratique, selon les expressions de nos enquêtées.

En troisième position nous trouvons que les femmes entrepreneures de notre enquête cherchent essentiellement à assurer leur emploi (7%) puisqu'elles ne trouvent aucun autre issue pour avoir une source de revenu.

5. Conclusion :

Aborder la question de l'entrepreneuriat féminin est une question très intéressante afin de mettre en évidence l'importance de la femme entrepreneure dans la société.

Au cours des dernières décennies, le nombre des femmes entrepreneures ne cesse d'augmenter, une réalité qui s'explique principalement par l'aspiration des femmes à gagner plus d'indépendance à travers l'entrepreneuriat, ce qui est justifié à travers les résultats de notre enquête et les entretiens effectués avec des femmes entrepreneures de la région de Bejaia.

Cette enquête met en l'accent sur les différentes décisions d'entreprendre tout en prenant en compte les motivations qui sont à l'origine de l'investissement des femmes de la région de Bejaia.

Par ailleurs, l'étude confirme que les femmes entrepreneures impliquées dans l'investissement dans la wilaya de Bejaia, fondent leurs activités suite à une double motivation : *Pull and Push Factors*, et qui sont regroupées comme suit : le besoin de réalisation, le besoin d'avoir un meilleur revenu, le besoin d'altruisme, le besoin d'assurer un emploi, le besoin d'indépendance et le besoin d'évasion.

Afin d'élargir notre recherche, il serait plus intéressant de retourner sur le terrain pour une enquête plus approfondie afin de cibler une population plus large en prenant d'autres wilayas comme nouveau terrain pour faire une comparaison entre les catégories de femmes entrepreneures issues de grandes wilayas et les entrepreneures issues de petites wilayas, par exemple Alger et Oran. Serait-elle une perspective de nos futures recherches ?

Références :

1. BERGER Jean-Frédéric. (2008). Les Besoins de l'Homme. Essai d'après Abraham Maslow. *Éditions-dadga*, 1ère édition, 21 pages.
2. BOUTILLIER Sophie et UZUNIDIS Dimitri. (1995). L'entrepreneur, une analyse socioéconomique, *éd ECONOMICA*, 110 pages.
3. BOUTILLIER Sophie. (2008). Femmes entrepreneures : motivations et mobilisation des réseaux sociaux, N° 290- Décembre, pp.21-38.
4. DUBET François. (1996). sociologie de l'expérience. *édition Seuil*, Paris, France, 171 pages.
5. DUCHÉNEAUT Bertrand et ORHAN Muriel. (2000). les femmes entrepreneurs en France, *édition Seli Arslan*, Paris, France, 118 pages.
6. ESTAY Christophe. (2006). la motivation entrepreneuriale, HDR, *université des sciences et technologies de Lille1*, France, 99 pages.
7. FAYOL Alain et NAKARA Walid. (2010). Création par nécessité et précarité : la face cachée de l'entrepreneuriat, *Cahier de recherche CERAG*, n°08 E4, pp.1-37.
8. GABARRET Inès et VEDEL Benjamin. (2015). pour une nouvelle approche de la motivation entrepreneuriale, La Revue des Sciences de Gestion. *Revue des Sciences de Gestion*, pp.13-20.
9. GRANGAUD Marie France. (2011). secteurs à investir par les femmes en Algérie, *revue de CIDDEF* N° 29, Septembre, pp.35-59.
10. ONANA François Xavier. (2011). un essai d'analyse théorique des motivations des femmes à entrer en affaires au Cameroun, *7ème Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation*, Paris, 12-15 octobre, pp.1-22.
11. Pierre Bourdieu. (1998). La domination masculine. *éditions du Seuil*, 134 pages.
12. RACHDI Fatima Ezzahra. (2006). l'entrepreneuriat féminin au Maroc : une étude exploratoire, *8ém congrès international francophone en entrepreneuriat et PME*, CIFEPME, 25, 26,27, Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse, octobre, pp.1-19.
13. REIX Fabien. (2012). les logiques d'action à l'œuvre dans l'acte d'entreprendre, RIMHE, *revue interdisciplinaire sur le management et l'Humanisme*, n°1, pp.37-52.
14. TOUNES Azdine. (2003). L'intention entrepreneuriale : Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE, *Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion*, Université de Rouen , 462 pages.
15. VERSTAETE Thierry. (2000). Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat, *éd Management et Société*, Paris, France, 298 pages.