

Les motivations et obstacles de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Laghouat

The motivations and obstacles of women entrepreneurship in the wilaya of Laghouat

RAYANE Nadia Messaouda ^{1*}, BERREZIGA Amina ²

¹ École Supérieure de Commerce- Koléa, laboratoire d'affiliation intitulé système d'information comptables études pratiques en sciences commerciales et en sciences de gestion, Algérie, E-Mail: rn_messaouda@esc-alger.dz

² École Supérieure de Commerce- Koléa, Algérie, E-Mail: a_berreziga@esc-alger.dz

Reçu le : 09/08/2022

Accepté le : 25/10/2022

Publié le : 30/10/2022

Résumé :

La dynamique entrepreneuriale implique une démarche intentionnelle déterminée par certains facteurs (motivations et obstacles) que nous tenterons d'identifier et d'analyser dans notre étude sur l'entrepreneuriat féminin en utilisant une méthode mixte (qualitative et quantitative), deux outils d'investigations (l'entretien et le questionnaire) impliquant une association locale qui promeut la femme créatrice d'emplois et un échantillonnage probabiliste de 28 femmes entrepreneures. Approcher la réalité de ces femmes créatrices de nouvelles entreprises, nous permettra de connaître ses principaux déterminants, qui auront comme obstacle plus ou moins important les barrières socioculturelles et motivation première d'être son propre patron. Ces résultats peuvent être atténués par la multiplicité des réseaux féminins et la présence d'accompagnement spécifique à ce genre d'entrepreneuriat.

Mots clés : entrepreneuriat féminin, femmes entrepreneures, femme créatrice d'emplois, femmes créatrices de nouvelles entreprises, réseaux féminins.

JEL Classification Codes : L26 ; L20 ; J23

Abstract:

The entrepreneurial dynamic involves an intentional approach determined by certain factors (motivations and obstacles) that we will try to identify and analyze in our study on female entrepreneurship. Using a mixed method (qualitative and quantitative), two investigative tools (the interview and the questionnaire), involving a local association that promotes female job creators and a probability sample of 28 women entrepreneurs. Approaching the reality of these women creating new businesses will allow us to know these main determinants, which will have as a more or less important obstacle the socio-cultural barriers and the primary motivation to be one's own boss. These results can be mitigated by the multiplicity of female networks and the presence of specific support for this type of entrepreneurship.

Keywords: women entrepreneurship, women entrepreneurs, women job creators, women creating new businesses, female networks.

JEL Classification Codes : L26 ; L20 ; J23

* : *Auteur correspondant*

1. Introduction :

La plupart des gouvernements sensibilisent davantage à l'entrepreneuriat, en raison de l'évolution du monde du travail. Les grandes entreprises, les organisations non gouvernementales (ONG), les pouvoirs publics... recherchent également des jeunes diplômés entrepreneurs. Notre société, dans son ensemble, a besoin d'individus ayant l'esprit d'entreprendre.

Les femmes entrepreneures représentent une force économique non négligeable dans le monde impliquant un investissement de la majorité de leurs profits pour l'éducation, la santé et la nutrition au niveau de la famille, mais reste un potentiel sous-exploité assujéti à des barrières sociaux-culturelles réduisant leur accès aux ressources humaines, sociales et financières nécessaires à la création et au développement de leur entreprise.

L'Algérie faisant face à de nouveaux challenges économiques et détenant une population résidente totale de 43.851.043 habitants en 2022 (countryeconomy.com, 2022, p. 1) se doit d'accélérer le pas et aller vers des mutations économiques et socioculturelles à travers la relance des cycles de privatisation, notamment en favorisant le développement de l'entrepreneuriat féminin. Ce dernier étant considéré comme un levier économique et sociétal (création d'emploi directs, innovation, prospérité sociétale) aidera à maintenir un certain taux d'emploi féminin.

Dans la lignée des études portant sur les travaux de BONET Fernandez Dominique, SCOTTO Marie-José, FISHER Bruno (2014) qui se sont basés sur la typologie de Kirkwood concernant les facteurs de motivation des femmes entrepreneures pour démarrer leur activité. Aussi l'étude de Williams et Williams (2012) portant sur les motivations qui peuvent varier et évoluer avec le temps et les circonstances combinant des aspects internes à la personne (autant psychologiques que culturels) et externes (environnement économique et institutionnel, mesures politiques...etc), ainsi que les travaux de Scott (1986), Collerette et Aubry (1990), Richardsen et Burke (2000), Mc Gregor et Tweed (2000), Mattis (2000), aussi les travaux de Batory et Batory (1992), McGregor et Tweed (2000), Maysami et Goby (1999) ou Kirkwood (2003) portant sur l'identification des différences peu significatives entre les ambitions personnelles des entrepreneurs hommes et femmes, concluant que les ambitions des femmes peuvent être en partie différentes, en raison des déterminants familiaux. (Carrier et al., 2006, p. 37) Ceci concernant le premier volet.

Ainsi que les travaux de BENACHENHOU Farida et ATTAR Abdelhafid (2022), LEBEGUE Typhaine (2015), Bouzekraoui & Ferhane (2017) portant sur les difficultés en matière d'entrepreneuriat féminin, les travaux de Watson (2003), Lambrecht et al (2003), St-Cyr et Gagnon (2003), Rosa et al (1996), Loscocco et Leicht (1993), Lerner et al (1995) qui considèrent la performance des entreprises gérées par des femmes comme une variable multidimensionnelle influencée par des barrières ou des difficultés rencontrées par ces femmes entrepreneurs, concernant le second volet.

Partons du postulat que toute science devrait être mesurable qualitativement et quantitativement, nous avons essayé de comprendre le phénomène de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Laghouat à travers des données quantitatives multidimensionnelles se rapportant aux déterminants entrepreneuriaux (motivations et obstacles) de femmes créatrices d'activités à travers un questionnaire comportant des questions à choix unique et des questions

ouvertes, ainsi que des données qualitatives à travers un entretien semi-directif mené auprès de la fondatrice de l'Association Féminine Aïcha Oum El Mouminine (AFAOM). Dans cette présente étude on a eu recours à la méthode inductive, où les hypothèses ont été formulées (ou induite), après avoir collecté les données de quelques cas particuliers du phénomène étudié sur le terrain.

Au regard de ce qui précède, l'objectif de notre travail de recherche est d'identifier les facteurs déterminants principaux de l'entrepreneuriat féminin (motivations et obstacles) dans la wilaya de Laghouat.

L'utilité de cette recherche est valorisée par un apport d'ordre théorique qui est de contribuer à approfondir la connaissance du phénomène de l'entrepreneuriat féminin dans le contexte de la wilaya de Laghouat. Ainsi qu'un apport d'ordre pratique qui est d'identifier les spécificités des femmes entrepreneures de cette région (motivations et obstacles).

Dans le cadre de notre recherche, nous avons opté d'une part, pour l'approche qualitative qui a pour objectif d'approfondir les données sur le phénomène de l'entrepreneuriat féminin en analysant un entretien mené auprès de la fondatrice de l'association AFAOM dont la mission est la promotion de l'entrepreneuriat féminin dans la région d'Aflou. Et d'autre part, d'approcher les perceptions qu'ont certaines femmes entrepreneures vis-à-vis des problèmes qu'elles rencontrent.

Le contexte de l'étude est celui de la wilaya de Laghouat située au centre de l'Algérie à 400 KM au sud d'Alger (nord du Sahara) limitée à son nord-ouest par la wilaya de Tiaret, à l'ouest par la wilaya d'El-Bayadh, l'est par la wilaya de Djelfa et au sud-ouest par la wilaya de Ghardaia. (carte algérie, 2022, p. 1)

Concernant le cadre épistémologique et afin de clarifier la conception de la connaissance dans le cadre de la recherche, nous allons suivre le paradigme post positivisme appelé aussi le positivisme aménagé où l'objectivité et la réalité ne sont pas absolues, l'erreur est acceptable et les résultats considérés comme étant probables. Selon Brachet (1998) il existe effectivement une réalité connaissable indépendante du sujet observant autrement dit indépendante du chercheur et ce dernier essayera d'analyser des variables et de trouver les corrélations qui existent entre elles afin de généraliser en lois universel (Mhenna & Jamal, 2020, p. 8). Cette posture épistémologique va guider et orienter notre choix de méthodologie qui s'insère dans une démarche inductive.

L'importance du sujet d'étude se reflète à travers son rôle dans le développement économique, l'entrepreneuriat féminin peut servir de levier fondamental pour la diversification de l'économie algérienne qui souffre de sa dépendance excessive aux hydrocarbures. Aussi l'importance de la participation de la femme, avec plus de 200 millions de femmes entrepreneures dans le monde qui réinvestissent 90 % de leurs profits dans l'éducation, la santé et la nutrition, font l'objet d'attentions multiples de la part de tous les observateurs de la vie économique. (JANSSEN, 2016, p. 26)

L'objectif de cette étude sera d'explorer la réalité de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Laghouat. Il s'agira donc de répondre à la question suivante :

Quels sont les principaux facteurs qui favorisent ou empêchent la création de nouvelles entreprises par les femmes dans la wilaya de Laghouat ?

Pour ce faire, le reste du présent travail est structuré de la manière suivante :

1. Introduction
2. L'entrepreneuriat féminin en Algérie : conceptualisation et réalité
3. Les motivations de l'entrepreneuriat féminin
4. Les obstacles de l'entrepreneuriat féminin
5. Résultats et Discussion
6. Conclusion
7. Liste Bibliographique
8. Annexes

2. L'entrepreneuriat féminin en Algérie : conceptualisation et réalité

2.1 Le concept entrepreneurial conjugué au féminin

L'entrepreneuriat féminin représente un formidable potentiel, non seulement en termes de création d'emplois, mais aussi d'innovation et de développement sociétal.

Selon la définition de l'Association des Femmes Chefs d'Entreprises du Maroc l'entrepreneuriat féminin désigne « le processus de création, de gestion et de croissance des entreprises développées par les femmes, y compris la catégorie des travailleuses indépendantes, les créatrices, les associées et dirigeantes d'entreprises, les entrepreneuses salariées en portage ou en couveuse, et les repreneuses d'activités et d'entreprises ». (HIMRANE, 2016, p. 9)

En d'autres termes, selon Belcourt M-L, Burke R-J, Lee-Gosselin H (1991) « La femme entrepreneure est celle qui change de statut et/ou de métier et/ou d'organisation afin de créer une nouvelle richesse en recherchant l'épanouissement personnel, l'autonomie financière et la maîtrise de son existence grâce au lancement et à la gestion de sa propre entreprise » (BENACHENHOU Farida et ATTAR Abdelhafid, 2022, p. 246). Lavoie décrit la femme entrepreneure, qu'il a aussi appelé propriétaire-chef d'entreprise, propriétaire-dirigeante d'entreprise ou encore femme chef d'entreprise, comme « une femme qui seule ou avec des partenaires a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui en assume les risques et les responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe à sa gestion courante » (BOUHADJEB Ahlem et LACHACHI TABET Wassila, 2022, p. 912)

2.2 Réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie

D'après le rapport du Global Entrepreneurship Monitor (GEM). En 2020, il existe six économies où le niveau d'entrepreneuriat féminin dépasse le taux masculin : tous du centre et de l'est Asie ou Moyen-Orient et Afrique. (Les ratios les plus bas des femmes par rapport à l'entrepreneuriat masculin sont en Italie, l'Inde et l'Egypte). Pour trois hommes démarrant ou dirigeant une nouvelle entreprise il y a une femme faisant la même chose. Dans ces économies, la faible participation des femmes freine. (GEM, 2021, p. 54)

En Afrique, 24 % des femmes sont Entrepreneures, c'est le continent où l'on entreprend le plus au monde, selon une étude du WIA Philanthropy. Paradoxalement, en Algérie ce chiffre aurait selon le rapport Mastercard Index of Women Entrepreneurs MIWE en (2019) atteint un

taux de 7,3% qui nous positionne dans les 3 dernières places d'Afrique occupées par la Tunisie, l'Egypte et l'Algérie. (Moyouzame, 2020, p. 1)

La population féminine occupée du moment en Algérie jusqu'à la fin mai 2019 est estimée à 18,3% de la main d'œuvre totale réparti comme suite : 77,9% de l'emploi féminin est concentré dans l'administration publique, les secteurs de la santé et l'action sociale et dans les industries manufacturières. Entre septembre 2018 et mai 2019, le taux de chômage féminin a connu une hausse, passant de 19,4% à 20,4%. (ACTIVITE, EMPLOI & CHÔMAGE, 2019, p. 2-3)

La population occupée du moment en mai 2019 (Employeurs & indépendants femmes) est estimée à 388000, avec un taux de 45,1% de cette population dans le secteur de la santé et de l'action sociale et une répartition de 61,1% dans le secteur public, 34,6% d'entre elles ayant un niveau d'instruction universitaire. (ACTIVITE, EMPLOI & CHÔMAGE, 2019, p. 4-5)

Selon le Centre national du registre de commerce (CNRC) jusqu'à fin février 2018, le nombre de femmes chefs d'entreprises inscrites au CNRC ne représente que 7,6% du total de la population des chefs d'entreprises en Algérie. (Les professions libérales et les activités agricoles sont exclues du fait qu'elles soient régies par des dispositifs législatifs et réglementaires particuliers). Ce taux demeure très faible malgré la progression féminine en matière d'emploi en Algérie. (BOUHARA & BOUZADI, 2021, p. 910)

3. Les motivations de l'entrepreneuriat féminin

D'après SHANE, KOVEREID et WEWTHEAD contrairement aux hommes qui sont le plus souvent attirés par des facteurs positifs (gains matériels, promotion sociale, ...etc), les femmes sont incitées à construire leurs propres entreprises pour plusieurs raisons qui sont d'ordre personnelles ou dues aux circonstances extérieures, positives ou négatives. (BOUHADJEB Ahlem et LACHACHI TABET Wassila, 2022, p. 914). Selon Williams et Williams (2012), Eijdenberg E.L et Masurel E (2013) l'approche push/pull reste encore la plus utilisée dans les études de motivations entrepreneuriales et sert notamment de base aux enquêtes du Global Entrepreneurship Monitor (GEM), et sert aussi à distinguer entre l'entrepreneuriat de nécessité et l'entrepreneuriat d'opportunité selon Shapero (1975), Shapero et Sokol (1982) et Vesper (1980). (Aude & Andria, 2016, p. 91)

3.1. Les motivations de type « push » : sont des facteurs extrinsèques sur lesquels le dirigeant n'a que peu d'emprise et se forment à travers un entrepreneuriat de nécessité, lors d'une situation de chômage, d'insécurité d'emploi, un emploi peu satisfaisant, peu rémunérateur ou sans perspective de carrière. Par exemple :

- Faire face à des discriminations directs ou indirects en tant que femme salariée ;
- Le manque de reconnaissance professionnelle ;
- Un sentiment de lassitude professionnelle ;
- L'impossibilité de retrouver un emploi après un licenciement ou la fermeture de leur entreprise ;
- Difficulté de réintégration du marché du travail, après une mise en disponibilité pour l'éducation des enfants.

3.2. Les motivations de type « PULL » : sont des facteurs intrinsèques que l'entrepreneure contrôle et se forment à travers un entrepreneuriat d'opportunité, ou la création d'entreprise est considéré par l'entrepreneur comme créatrice d'avantages matériels ou non matériels lors de perception d'une opportunité de marche, la réalisation personnelle ou la recherche de profit. Par exemple :

- L'indépendance professionnelle et l'épanouissement personnel ;
- Aspirations professionnelles liées à une passion (allier plaisir et travail) ;
- L'impulsion vers l'authenticité poussent ces femmes à quitter des cultures d'entreprises qui sont en conflit avec leurs valeurs.

Butter et Moor (1997) ont souligné que les motivations entrepreneuriales des femmes sont « une fonction complexe des aspirations personnelles et des influences organisationnelles », Bartol et Martin (1998) ont classé la motivation féminine dans : les caractéristiques personnelles (tel que le besoin de réalisation), les conditions de vie et les facteurs environnement/support (BOUFELDJA Ghat, 2018, p. 3).

Selon les études qu'ont mené de nombreux économistes et chercheurs comme Hisrich (1986) Buttner et Maare (1997) Tzemah (2000) Hughes (2006) Simonin (2006) Humbert, Drew (2010) Davis, Abdiyeva (2012) Mc Gowan et al (2012) d'autres raisons poussent à la création d'entreprise pour les femmes tels que : (BOUHADJEB Ahlem et LACHACHI TABET Wassila, 2022, p. 917)

Le désir d'indépendance, de liberté et d'autodétermination, la réalisation individuelle et l'accomplissement de soi, l'indépendance financière ou professionnelle, combler l'ennui d'être une femme au foyer, nécessité économique, désir de relever un défi, conciliation et équilibre travail-famille, absence de perspectives de carrière, développement personnel, besoin de créativité, la satisfaction psychologique d'être son propre patron, opportunité de marché, envie de gagner plus d'argent (insatisfaction de salaire), flexibilité des horaires, se créer son propre emploi en réponse au chômage, possibilité de travailler à domicile, reconnaissance d'un travail rémunéré, avoir un statut social, exercer un pouvoir, rêver d'être entrepreneur.

Selon Nafziger, Homsby et Kuratko (1994) la motivation des individus est influencée par leurs besoins, leurs attitudes et leurs valeurs. Ainsi chaque individu est influencé par tel facteur ou autre, et chaque entrepreneur a son propre parcours professionnel et social.

4. Les obstacles de l'entrepreneuriat féminin

Dans un environnement économique complexe, s'engager dans l'entrepreneuriat reste encore plus difficile pour la gent féminine, un vrai défi, sur plusieurs fronts (la famille, la société, les contraintes financières...etc). Nous pouvons donc identifier les obstacles suivants :

4.1 Le climat des affaires

Malgré les efforts de l'état Algérien soutenus afin de réaliser les actions inscrites dans le plan d'action du Comité National dédié à l'Amélioration de l'Environnement des Affaires (CNAEA) tel que la création d'entreprises en ligne, la réduction des délais de publication foncière, Simplification du dispositif légal en matière d'investissement et bien d'autres mesures encourageant l'acte entrepreneuriale, dont le Ministère de l'Industrie et des Mines assure la Présidence et le Secrétariat Technique. (L'amélioration de l'environnement des affaires en Algérie ., 2020, p. 1) Cependant le secteur privé reste fortement contraignant. Les contraintes

financières et environnementales produisent une instabilité du climat des affaires qui entrave généralement l'action entrepreneuriale. C'est pourquoi l'Algérie s'est classée en terme d'indicateurs de Doing Business pour l'année 2019 à la 157ème place sur 190 pays, la 158ème pour le paiement des taxes et impôts, la 152ème pour la création d'entreprises (processus à la fois lourd, long et coûteux, nécessitant 12 procédures impliquant plusieurs intervenants : administration fiscale, CNRC, notaire, CASNOS, tribunal..., dure 18 jours et coûte 11.3% du revenu annuel par habitant), la 102^{ème} pour le raccordement au réseau électrique, la 165ème pour le transfert de propriétés, la 181ème pour l'obtention des prêts et enfin la 113ème place pour l'exécution des contrats .D'autres obstacles s'avèrent aussi importants comme l'absence de soutien et d'accompagnement spécifique et adapté, l'accès aux marchés et à l'information, l'accès au financement et les contraintes sociales et culturelles. (BENACHENHOU & ATTAR, 2022, p. 251)

4.2 Les barrières socioculturelles

Il existe une discrimination du genre, qui empêche la femme d'accéder aux postes de leadership justifiée par le facteur performance et compétence dans la gestion de projet. Ces pratiques et mentalités vont à l'encontre de la modernité sociale mais aussi de la religion de l'islam (ce référant aux épouses du Prophète qui entretenaient des affaires de commerce). La difficulté d'accès au financement, le droit de propriété et de participation aux décisions au sein de la famille...etc. Selon la banque mondiale (2004) les institutions sociales informelles ont un impact direct ou indirect sur le rôle économique des femmes, justifié par certaines traditions, coutumes et même des lois qui peuvent déterminer les actions féminines. Selon Riebe (2005) celles-ci sont motivées pour devenir entrepreneures en raison de "gender splitting" qui sont des barrières culturelles, sociales et sexuées. Elles perçoivent un salaire inférieur à celui de leurs homologues masculins et des inégalités de carrières qui freinent leur accès à des postes à responsabilités. Une fois entrées dans la carrière entrepreneuriale, elles font face à ces obstacles qui se manifestent par un moindre accès à des ressources importantes pour le développement de leurs entreprises, autrement dit difficultés d'accès au réseau, à l'information et au capital (Green et al., 2003 ; Carrier, Julien et Menvielle, 2006).(Lebègue, 2015, p. 113)

4.3 Les Préjugés et poids des stéréotypes

Dans une société à fortes traditions la femme Algérienne est assimilée aux tâches domestiques (devenir de bonnes épouses, mères et ménagères). L'ambition de monter des affaires est perçue comme un défi envers la société et envers soi-même. Le manque de confiance en soi des femmes porteuses de projet et les violences commises envers elles partant du cercle familial représentent des obstacles au cheminement des femmes ayant envie de créer leur entreprise, et doivent encore s'armer d'endurance et de persévérance pour pouvoir s'affirmer en tant que dirigeantes, surtout dans des secteurs typiquement masculins. Toutefois selon Mirchandani (1999) la structure genrée de la société et le fait de considérer que la norme entrepreneuriale implicite est masculine, conduit à la rencontre de difficultés semblables pour les femmes. (Lebègue, 2015, p. 113)

4.4 Les charges domestiques et responsabilités familiales

En prenant la décision d'accès au travail, la femme doit concilier entre la vie de famille (enfants, conjoint et tâches ménagères) et la profession. Un sacré défi qui implique de plus en plus de disponibilité et de mobilité dans l'espace urbain, avec l'accord du conjoint au préalable. En cas de refus, le travail à domicile (souvent informel) reste une bonne alternative. De nombreux chercheurs ont admis que les jeunes diplômées sont souvent influencées par leur famille au moment de décider de se lancer en entrepreneuriat. Ainsi, Kirkwood et Tootell (2008) relatent que la femme, de manière générale, consulte sa famille avant toute décision de nature entrepreneuriale (ben HADJ HASSINE, 2016, p. 6)

4.5 l'accès au financement

Selon Richer et St-Cyr (2007), si les femmes empruntent des sommes moindres que leurs confrères masculins, cela peut s'expliquer par diverses raisons : une plus faible tolérance au risque, une croissance de l'entreprise moins rapide, nécessitant donc des investissements moindres, une taille plus petite que la moyenne des entreprises de leurs confrères masculins, des besoins moindres à cause de la disponibilité d'autres fonds ou des aptitudes de gestion différentes. Ainsi, Selon Riding et Swift (1990), si on prend en compte, la taille, l'âge, le secteur d'activité et le statut juridique, il n'existe aucune différence apparente entre les femmes et les hommes et leurs relations avec les institutions financières (Bouzekraoui, 2016, p. 5-6)

4.6 Le secteur informel

En raison des difficultés liées à la discrimination, la faible mobilité et au manque de perspectives de carrière. Des femmes se retrouvent exclues du marché du travail formel qu'elles soient jeunes, avec ou sans enfants, trouvent leur réalisation dans l'entrepreneuriat informel ; un moyen de concilier travail et famille. Ce mouvement vers le secteur informel, du fait des nouvelles orientations économiques et du désengagement de l'Etat, a donné naissance à un développement sans précédent du travail informel, tel que le travail à domicile chez le sexe féminin ; prenant des formes et des applications variées qui affecteront l'organisation sociale. Et facilite aux femmes la participation à la vie économique et sociale, mais il est aussi un moyen de mettre en évidence les capacités et les connaissances acquises. Bien que ces activités informelles puissent être mal vues, en raison des bagages scientifiques importants qui caractérisent certaines travailleuses à domicile et qui peuvent leur permettre ainsi d'avoir un poste de travail dans un secteur structuré.

4.7 La perception de performance

Plusieurs dimensions entrent en ligne de compte dans la définition de la performance : la survie, la taille, la croissance du chiffre d'affaires, le risque financier ou encore des facteurs propres à l'entrepreneure. Selon l'étude de Watson (2003) sur un échantillon de 8 375 P.M.E. australiennes, montre que les variables : secteur d'activité et âge de l'entreprise influent sur la

performance entrepreneuriale. Aussi l'étude de Johnsen et McMahon (2005) en arrive à la même conclusion. Lambrecht et al. (2003) rappellent également que la différence entre la performance des entreprises gérées par des hommes et la performance des entreprises gérées par des femmes relève juste d'une perception. Par exemple, Watson (2003) montre que le secteur se révèle une variable influente pour déterminer le taux d'échec entrepreneurial. Aussi pour St-Cyr et Gagnon (2003) ce sont plutôt des variables comme la participation à des réseaux d'affaires, l'âge de l'entreprise, le statut juridique et la forme de propriété qui expliqueraient davantage le succès de l'entreprise. Enfin, Watson et Robinson (2003) ont indiqué que si l'on tient compte du risque en cause, il n'y a pas de différence significative de performance entre les entreprises gérées par des hommes et les entreprises gérées par des femmes. Rosa et al. (1996) observent que la relation entre le sexe et la performance des entreprises est complexe, comprenant les variables explicatives (nombre d'employés, chiffre d'affaires, la valeur ajoutée produite ou la part du marché). Lerner et al (1995) ont mis en lumière la motivation d'entreprendre, le fait d'être membre d'une organisation, l'expérience passée et une formation adéquate dans le domaine avaient un impact significatif sur la performance mesurée en fonction des bénéfices de l'entreprise. Toutefois, le fait d'appartenir à plusieurs réseaux produirait l'effet inverse. De même, l'évolution du chiffre d'affaires serait lui aussi lié à des variables comme le recours à des consultants, l'expérience préalable et une formation adéquate dans le secteur d'activité. Enfin, Loscocco et Leicht (1993) mentionnent que les difficultés relatives à la conciliation travail-famille n'avaient pas d'influence sur la performance financière des entreprises gérées par des femmes. Donc on remarque que la performance entrepreneuriale des femmes est un phénomène multidimensionnel et complexe mais qui n'est pas lié nécessairement au manque de compétences et de connaissances des femmes créatrices d'activités. (Carrier et al., 2006, p. 39)

5. Résultats et Discussion

Notre étude s'est appuyée sur divers méthodes d'investigations et outils d'analyses. Concernant l'étude quantitative la collecte de données s'est faite en ligne à travers google forms avec des questions à choix uniques, des questions à choix multiples concernant les obstacles entrepreneuriaux et les raisons de discrimination du genre en entrepreneuriat avec l'échelle de Likert à 5 mesures d'importance allant de « pas du tout important » à « très important » et des questions ouvertes. L'analyse s'est faite à l'aide du logiciel SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) en se référant à l'état de l'art pour l'analyse des résultats. Enfin pour l'étude qualitative nous avons eu recours à un entretien téléphonique avec la fondatrice de l'association Féminine Aicha Oum El Mouminine AFAOM et l'analyse des résultats en suivant la méthode analytique descriptive.

5.1. Résultats et analyse des données obtenues de l'enquête menée auprès des femmes entrepreneures de la wilaya de Laghouat

Les limites d'accès sur le terrain et le fait que l'échantillon probabiliste nécessite des ressources humaines et temporelles qui dépasse nos capacités justifie le choix d'un échantillon non probabiliste pour notre étude quantitative

Notre population cible correspond aux femmes entrepreneures actives qui est estimée à 2641 entrepreneures (CASNOS, 2022). Ainsi pour la constitution de notre échantillon, nous avons opté pour la méthode probabiliste aléatoire. Notons que nous avons distribué 65 questionnaires en ligne et nous n'avons pu récupérer que 28 réponses.

5.1.1 Motivations des femmes entrepreneures pour créer leur propre entreprise

Comme l'indique les résultats de notre enquête sur la principale motivation qui a incité ces femmes entrepreneures à se lancer dans un projet entrepreneurial est le fait d'être son propre patron.

Tableau N°1. Motivation de création d'entreprise

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Être son propre patron	11	39,3	39,3	39,3
	Choisir son lieu de travail, ces collaborateurs	1	3,6	3,6	42,9
	Plus d'indépendance	7	25,0	25,0	67,9
	Valorisation sociale	1	3,6	3,6	71,4
	Relever des défis	3	10,7	10,7	82,1
	Créer de l'emploi	5	17,9	17,9	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

Source : établie par nos propres soins à l'aide du logiciel SPSS

Dans le tableau ci-dessus nous constatons que 39.3% des femmes entrepreneures étaient motivées pour se lancer dans un projet entrepreneurial par le fait « d'être son propre patron », 25% des répondantes étaient motivées par « plus d'indépendance », 17% des répondantes étaient motivées par « la création d'emploi », 10.7% des répondantes étaient motivée par « relever des défis » et 3,6% des répondantes à ex aequo étaient motivées par « la valorisation sociale » et « choisir son lieux de travail, et ses collaborateurs ». Enfin, nous constatons l'absence des motivations « échapper aux grandes entreprises » et être motivées par « des parents et des grands parents entrepreneurs ».

Nous pouvons dire que les deux principales raisons qui motivent ces femmes à créer leur propre entreprise est respectivement « d'être son propre patron » suivi par le « désir de plus d'indépendance » cela tend au même besoin de liberté, à la volonté d'émancipation et d'autonomie financière et le fait de diriger sa carrière comme bon lui semble, en troisième position la motivation de « créer de l'emploi » cela est due à la volonté et l'engagement de ces femmes entrepreneures à participer au développement économique avec leurs propres valeurs ajoutées apportées à la société, en quatrième position « relever les défis », enfin les deux raisons les moins motivantes pour ces entrepreneurs sont la « Valorisation sociale » et « Choisir son lieu de travail, ces collaborateurs ».

A. Corrélation entre les deux variables motivation de création d'entreprise et situation avant la création d'entreprise

Tableau N°2. Corrélation entre la motivation de création d'entreprise et la situation avant la création d'entreprise

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	11,424 ^a	15	,722
Likelihood Ratio	10,452	15	,790
Linear-by-Linear Association	1,815	1	,178
N of Valid Cases	28		

Source : établie par nos propres soins à l'aide du logiciel SPSS

En suivant la procédure de Crosstabs avec le test d'association Khie deux, nous avons obtenu un indice Khie deux qui est égale à 11,424, un degré de liberté de 15 et une P values qui est égale à 72,2% ce qui est nettement supérieure à 5%. Nous pouvons dire que l'on retient l'hypothèse nulle H_0 qui correspond à l'indépendance entre les questions Q9 et Q13 (les deux items qui sont : la situation avant la création d'entreprise et les motivations entrepreneuriales). Cela suppose que les raisons qui ont incité ces femmes entrepreneures à se lancer dans leur propre projet sont des motivations de type pull (entrepreneuriat d'opportunité).

A. Corrélation entre les deux variables : l'origine de l'idée de création de sa propre entreprise, situation avant la création d'entreprise et la catégorie

Tableau N°3. Corrélation entre l'origine de l'idée de création de sa propre entreprise et la situation avant la création d'entreprise et la catégorie

	Value	Df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	12,676 ^a	15	,627
Likelihood Ratio	9,941	15	,823
Linear-by-Linear Association	,065	1	,799
N of Valid Cases	28		

Source : établie par nos propres soins à l'aide du logiciel SPSS

Dans le tableau ci-dessus nous obtenons une P values égale à 62,7% ce qui est nettement supérieure à 5%. Nous pouvons dire que l'on retient l'hypothèse nulle H_0 qui correspond à l'indépendance entre les questions Q9 et Q10 (les deux items qui sont : la situation avant la création d'entreprise et l'origine de l'idée de création de sa propre entreprise). Cela conforte notre conclusion que les motivations entrepreneuriales de ces femmes entrepreneures sont de type pull.

A. Corrélation entre les trois variables : Motivation de création d'entreprise, situation avant la création d'entreprise et la catégorie d'âge auquel appartient ces femmes entrepreneures.

Tableau N°4. Corrélation entre Motivation de création d'entreprise, situation avant la création d'entreprise et la catégorie d'âge auquel appartient ces femmes entrepreneures

Age des femmes entrepreneures		Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
entre 50 et 59 ans	Pearson Chi-Square	5,000 ^e	3	,172
	Likelihood Ratio	5,004	3	,172
	Linear-by-Linear Association	1,594	1	,207
	N of Valid Cases	5		
entre 40 et 49 ans	Pearson Chi-Square	,875 ^d	3	,831
	Likelihood Ratio	1,243	3	,743
	Linear-by-Linear Association	,497	1	,481
	N of Valid Cases	7		
entre 30 et 39 ans	Pearson Chi-Square	4,144 ^c	6	,657
	Likelihood Ratio	4,507	6	,608
	Linear-by-Linear Association	,133	1	,715
	N of Valid Cases	13		
entre 20 et 29 ans	Pearson Chi-Square	. ^b		
	N of Valid Cases	3		
Total	Pearson Chi-Square	11,424 ^a	15	,722
	Likelihood Ratio	10,452	15	,790
	Linear-by-Linear Association	1,815	1	,178
	N of Valid Cases	28		

Source : établie par nos propres soins à l'aide du logiciel SPSS

Selon le tableau ci-dessus, les P values sont toutes nettement supérieures à 5% pour toutes les tranches d'âges. Et cela nous conforte dans l'idée que les motivations de ces femmes entrepreneures sont de type pull qu'elles soient jeunes ou moins jeunes.

5.1.2 Les obstacles que rencontrent ces femmes entrepreneures

A. Obstacle familiale

Tableau N°5. Obstacle entrepreneurial lié à la famille

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pas du tout important	8	28,6	28,6	28,6
	Pas important	7	25,0	25,0	53,6
	Assez important	4	14,3	14,3	67,9

important	1	3,6	3,6	71,4
très important	8	28,6	28,6	100,0
Total	28	100,0	100,0	

Source : établie par nos propres soins à l'aide du logiciel SPSS

Dans le tableau ci-dessus 53,6% des répondantes sont en désaccord avec le fait que la famille représente un obstacle. Elles peuvent être considérées comme des femmes entrepreneures de carrière ou en transition vers une carrière entrepreneuriale. Elles ne sont pas exclues du marché du travail et trouvent leur vocation dans l'entrepreneuriat. De ce fait elles ne rencontrent pas d'obstacles familiaux et arrivent à concilier travail-famille (Aude & Andria, 2016)

B. Obstacle d'accès aux services d'appui aux entreprises selon le genre (Hommes/Femmes)

Tableau N°6. Obstacle entrepreneurial lié à l'accès aux services d'appui aux entreprises selon le genre (Homme/Femmes)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pas du tout important	9	32,1	32,1	32,1
	Pas important	11	39,3	39,3	71,4
	Assez important	1	3,6	3,6	75,0
	important	6	21,4	21,4	96,4
	très important	1	3,6	3,6	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

Source : établie par nos propres soins à l'aide du logiciel SPSS

Dans le tableau ci-dessus 71.4% des répondantes sont en désaccord avec le fait que le genre représente un obstacle de discrimination par rapport à l'accès aux services d'appui aux entreprises, cela reflète la parité des actions d'accompagnement entrepreneuriale.

C. Barrières socioculturelles

Tableau N°7. Obstacle entrepreneurial lié aux barrières socioculturelles

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pas du tout important	12	42,9	42,9	42,9
	Pas important	5	17,9	17,9	60,7
	Assez important	3	10,7	10,7	71,4
	important	7	25,0	25,0	96,4
	très important	1	3,6	3,6	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

Source : établie par nos propres soins à l'aide du logiciel SPSS

Dans le tableau ci-dessus 60.7% des répondantes sont en désaccord avec l'importance des obstacles socioculturels face à 39.3% des répondantes qui trouvent que les barrières socioculturelles sont plus ou moins importantes, cela revient à l'évolution sociétale et à la confiance en soi qu'ont ces entrepreneures encouragées par leur environnement (écosystème entrepreneurial) et leur entourage.

D. Désavantage lié au nombre de femmes entrepreneurs inférieur par rapport aux hommes entrepreneurs.

Tableau N°8. Les femmes entrepreneures désavantagées par rapport à leur nombre

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pas du tout important	6	21,4	40,0	40,0
	Pas important	1	3,6	6,7	46,7
	Assez important	3	10,7	20,0	66,7
	important	3	10,7	20,0	86,7
	très important	2	7,1	13,3	100,0
	Total	15	53,6	100,0	
Missing	0	13	46,4		
Total		28	100,0		

Source : établie par nos propres soins à l'aide du logiciel SPSS

Dans le tableau ci-dessus 21.4% des répondantes qui sont en désaccord total avec le fait que le nombre de femmes entrepreneures inférieur par rapport aux hommes entrepreneurs représente un désavantage pour elles. Ce qui démontre que la présence minoritaire des femmes dans le domaine entrepreneurial ne désavantage pas ces femmes entrepreneures.

D. Désavantage lié à la performance entrepreneuriale de la femme

Tableau N°9. La perception de la performance des femmes entrepreneures

		Frequency	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pas du tout important	2	14,3	14,3
	Pas important	5	35,7	50,0
	Assez important	3	21,4	71,4
	important	4	28,6	100,0
	Total	14	100,0	
Missing	0	14		
Total		28		

Source : établie par nos propres soins à l'aide du logiciel SPSS

Dans le tableau ci-dessus 35.7% des répondantes sont en désaccord avec le fait que la performance entrepreneuriale des femmes représente un désavantage, ce qui justifie que le désavantage lié à la performance entrepreneuriale de la femme relève juste de la perception comme l'a noté Lambrecht et al. (2003). (Carrier et al., 2006, p. 39)

E. Désavantage lié aux freins socioculturels

Tableau N°10. Désavantage des femmes entrepreneures face aux barrières socioculturelles

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pas du tout important	2	7,1	15,4	15,4
	Pas important	4	14,3	30,8	46,2
	Assez important	1	3,6	7,7	53,8
	important	4	14,3	30,8	84,6
	très important	2	7,1	15,4	100,0
	Total	13	46,4	100,0	
Missing	0	15	53,6		
Total		28	100,0		

Source : établie par nos propres soins à l'aide du logiciel SPSS

Dans le tableau ci-dessus nous observons que les réponses sont mitigées entre présence ou non de désavantages liés aux freins socioculturels, justifiés par un état d'avancement de notre société qui laisse le poids des barrières socioculturelles s'atténuer au fur et mesure du temps (changement de génération) et des tendances économiques.

5.2 Résultats et analyse des données obtenues de l'entretien menée avec la fondatrice de l'association Féminine Aicha Oum El Mouminine (AFAOM) : Une étude qualitative

En raison de l'objet de notre étude, nous avons eu recours à une étude qualitative exploratoire, afin de comprendre le pourquoi et le comment des événements dans des situations concrètes. Nous allons détailler ci-dessous quelques éléments de réponses de l'entretien mené auprès de la fondatrice de l'association AFAOM qui nous semble important par rapport à l'objet de notre étude.

L'association Féminine Aicha Oum El Mouminine (AFAOM) à but non lucratif, a été créée en 1994 dans une période dite décennie noire où tous les maux sociaux ont touché la population, et spécialement la femme, tel que l'analphabétisme, le chômage, ...etc. Cette association a pour but le développement et la promotion de la femme (jeunes filles en particulier) en menant des actions de sensibilisation dans les zones isolées d'Aflou comme la commune de Ghicha et Gaada afin d'encourager la création d'entreprises et aider les femmes à se former aux métiers qualifiants comme par exemple la couture avec un programme financé par l'ambassade du Canada ainsi que la formation des jeunes femmes dans le domaine de l'informatique afin de fournir un outil d'étude à distance, faciliter l'accès aux services non financiers de développement des affaires tel que l'ANADE et l'ANGEM, être un intervenant local en collaboration avec différentes ONG dans l'action socio-économique, exemple des Femmes tisseuses d'AFLOU (hauts Plateaux) « La maison du tapis de Djebbel Ammour dédiée aux femmes gardiennes de ce patrimoine » financé par ONU femme.

Parmi les nombreux défis que rencontre l'entrepreneuriat en Algérie, nous retenons les lourdes procédures administratives qui pénalisent certaines catégories d'individus, aussi l'insuffisance de l'accompagnement au niveau des dispositifs d'aide à la création d'entreprise comme l'ANADE, l'ANGEM...etc. Enfin les grandes entreprises qui font de l'ombre aux micros

entreprises, ne favorisant pas leur développement (un climat d'affaire non équitable). Ainsi que les obstacles socioculturels et les contraintes familiales telles que l'opposition du conjoint au travail de la femme.

Les motivations entrepreneuriales des femmes porteuses de projet dans la commune d'Aflou sont en premier lieu d'ordre financières (afin d'avoir un revenu), ensuite vient le sentiment de reconnaissance et d'avoir sa place dans la société (valorisation sociale), il s'agit-là d'un entrepreneuriat de nécessité (motivation de type Push), justifié par des catégories sociales dont l'insertion professionnelle pose problème disposant d'une solution qui est la création d'entreprise pour des populations qui cumulent les handicaps sociaux (sexe, âge – jeunes ou âgés – absence de diplômes, etc.). (Aude & Andria, 2016)

Les freins que rencontre la femme qui s'intéresse à l'entrepreneuriat sont la lenteur et la lourdeur des procédures administratives, les inconvénients financiers comme les impôts alors que son activité ne lui rapporte que peu, poussant ces femmes à avoir des activités commerciales informelles et la marginalisation des femmes dans certaines activités agricoles même si l'état lui en a procuré tous les droits dans certains programmes.

Des contraintes financières liées aux procédures de création d'entreprise et environnementales entravent l'action entrepreneuriale, aussi la contrainte des stéréotypes qui poussent certaines administrations à freiner des projets entrepreneuriaux de la gent féminine même si les prescriptions légales privilégient la participation de ces femmes. Ces dernières seraient donc victimes de barrières mentales et de préjugés qui les empêcheraient de percer dans le monde des affaires.

6. Conclusion :

Il n'existe pas d'homogénéité dans le phénomène de l'entrepreneuriat féminin cela reflète la multiplicité des déterminants influant de manière individuel et contextuel sur les motivations et freins que rencontrent ces femmes créatrices d'activités.

Les motivations diffèrent entre elles en raison de leurs vécus, leurs aspirations, leurs différentes expériences. De ce fait si nous partons du postulat que la perception du genre par les femmes entrepreneures seules compte, cela peut être perçu positivement. Ainsi ce qui peut paraître un frein devient une force et un avantage d'où la perception de l'obstacle socioculturel qui devient de moins en moins significatif pour ces femmes entrepreneures (avis mitigés). Aussi l'évolution des motivations de ces femmes entrepreneures justifiée par un désir d'émancipation jugé déjà acquis vers une ambition d'épanouissement, de plus d'indépendance et de réalisation de soi. Mais nous remarquons la faible participation de ces femmes dans une dynamique entrepreneuriale qui est due à de multiples facteurs complexes (absence d'accompagnement entrepreneurial genré, interprétation des prescriptions légales, travail dans le secteur informel...etc.).

Aussi le rôle des associations féminines qui semblent fragilisées n'arrivant pas à assurer des services de base de manière continue à cause de multiples facteurs environnementaux, politiques, économiques et sociales.

Les recherches engagées ces dernières années dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin à travers des études multidimensionnelles, ont consolidé les

acquis sur ce phénomène économique qui représente désormais un processus d'apprentissage dynamique et évolutif dans le temps, cumulateur et générateur de compétences individuelles et collectives. Nous pouvons conclure de notre présente étude les perspectives de recherches suivantes :

- L'impact de l'accompagnement genré sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie ;
- Une étude rétrospective du processus de création d'entreprise par les femmes dans les régions reculées de l'Algérie.

7. Liste Bibliographique :

- (2022). Récupéré sur countryeconomy.com:
<https://fr.countryeconomy.com/pays/algerie#:~:text=L'Alg%C3%A9rie%20est%20un%20pays,18%20personnes%20par%20km2> (consulté le 28/06/2022) ;
- Carrier, C., Julien, P.-A., & Menvielle, W. (2006), Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin : une synthèse des études des 25 dernières années. *Gestion*, Vol. 31(2) ;
- (2022). Récupéré sur carte algérie: <http://www.carte-algerie.com/plan-17053-wilaya-de-laghouat.html> (consulté le 08/08/2022) ;
- Mhenna, R., & Jamal, Y. (2020), Le Cadre Epistemologique : Pierre Angulaire De Toute Recherche En Science De Gestion. *Revue Économie, Gestion et Société*, 25 ;
- JANSSEN, F. (2016). *Entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat*, de boeck supérieure, Paris ;
- HIMRANE, M. (2016), *L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LE MAGHREB. L'INFLUENCE DES DETERMINANTS DU GENRE*, 13^{ème} congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, Trois-Rivières octobre 2016, CANADA ;
- BENACHENHOU Farida et ATTAR Abdelhafid. (2022), Réalité et difficultés de L'entrepreneuriat féminin en Algérie, *Algerian Scientific Journal Platform Les Cahiers du MECAS*, Vol. 18(2) ;
- BOUHADJEB Ahlem et LACHACHI TABET Wassila. (2022). Les motivations et freins à l'entrepreneuriat féminin, *مجلة البشائر الاقتصادية*, Vol. 8(1) ;
- GEM. (2021). 2020/2021 Global Report. In *Global Entrepreneurship Monitor*. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-20202021-global-report> (consulté le 21/06/2021) ;
- Moyouzame, A. (2020). *Entreprendre*. Récupéré sur agence ecofin: <https://www.agenceecofin.com/entreprendre/2411-82777-voici-les-pays-africains-offrant-les-meilleures-conditions-pour-les-femmes-entrepreneures> (consulté le 18/07/2022) ;
- ACTIVITE, EMPLOI & CHÔMAGE. (2019). <http://www.ons.dz> (consulté le 06/08/2022) ;

BOUHARA, K., & BOUZADI, S. (2021). Stimuler l'entrepreneuriat féminin en Algérie_ Une étude exploratoire de la Caisse Nationale d'Assurance Chômage, *مجلة البشائر الاقتصادية*, Vol. 7(3) ;

Aude, D'Andria., & GABARRET, Inès. (2016). Femmes et entrepreneurs : trente ans de recherches en motivation entrepreneuriale féminine, *Revue de l'entrepreneuriat*, Vol. 15(3-4) ;

BOUFELDJA Ghat. (2018). Les femmes entrepreneurs en Algérie : contraintes culturelles et désir d'émancipation, 7^{ème} journée Georges DOROT : Entrepreneuriat et société, Montréal: UQAM « cœur des sciences » 16-17 mai 2018, CANADA ;

L'amélioration de l'environnement des affaires en Algérie . (2020). Récupéré sur <https://www.industrie.gov.dz/?L-amelioration-de-l-environnement>

Lebègue, Typhaine. (2015). L'accompagnement institutionnel des femmes entrepreneurs. *Revue de l'Entrepreneuriat*, Vol. 14(2) ;

BEN HADJ HASSINE, A. (2016). L'ENTREPRENEURIAT FEMININ EN TUNISIE : INDICATEURS ET DETERMINANTS DE SUCCES, *Revue Économie, Gestion et Société*. N°7 ;

Bouzekraoui, H. (2016). Les spécificités de l'entrepreneuriat féminin au Maroc : État des lieux à travers les résultats d'une étude et Perspectives de développement.

Colloque international de recherche en Economie et en Gestion (CIREG), Marrakech 12-14 mai, Maroc ;

CASNOS. (2022). Laghouat.

8. Annexes :

Guide d'entretien (Annexe 1)

Axe1 : Information sur l'association

Q1. Présentation de l'association

Q2. Mission de l'association

Q3. Quelles sont vos statistiques et vos réalisations ? Évaluez vos actions de sensibilisation ?

Axe 2 : Perspectives de l'association sur l'entrepreneuriat féminin.

Q4. Quel est la place de la femme en Algérie ?

Q5. Que pensez-vous de l'entrepreneuriat en Algérie, quels sont ses enjeux pour la croissance économique ?

Q6. Pourquoi votre association s'intéresse à l'entrepreneuriat féminin ?

Q7. Par rapport à l'homme, qu'est ce qui caractérise la femme entrepreneur ?

Q8. Quel sont les enjeux pour l'entrepreneuriat féminin ?

Axe 3 : L'identification et les observations de l'association.

Q10. Quelles sont les raisons pour que la femme s'intéresse à l'entrepreneuriat (les motivations) ?

Q11. Quels sont les freins que rencontre la femme qui s'intéresse à l'entrepreneuriat ?

Le questionnaire mené avec des femmes entrepreneurs de la wilaya de Laghouat (Annexe 2)

Axe (1) : informations personnelles

1. Quel âge avez-vous ?

- Moins de 20 ans • 20-29 • 30-39 • 40-49 • 50-59 • Plus de 60 ans

2. Quel est votre état civil :

- Célibataire • Mariée • Veuve • Divorcée

3. Quel niveau d'éducation avez-vous atteint ?

- Aucun • Primaire • Moyen • Secondaire • Universitaire

Axe (2): L'activité et le secteur d'activité

4. Quel est le secteur d'activité auquel votre entreprise appartient ?

- Industrie • BTP • Service (commerce) • Artisanat • Agriculture • Autre

5. Votre activité est-elle traditionnelle pour les femmes de votre de votre région ?

- Oui • Non

6. Quel est la taille de votre entreprise ?

- Micro entreprise (1 a 9 employés) • Petite entreprise (10 a 49 employés) • Moyenne entreprise (50 a 250 employés)

7. Depuis combien de temps votre entreprise existe-t-elle ?

Axe (3) : L'entrepreneuriat et la création d'entreprise

8. A votre avis, « l'entrepreneuriat » signifie :

- Prise de risque • Création d'activité nouvelle • Reprise d'activité • Innover • Contrôle de son destin • Saisir les opportunités • Autre

9. Quel était votre situation avant de créer votre entreprise ?

- Sans emploi • Salarié • Autre (précisez)

10. l'idée de créer votre propre entreprise est venue :

• Après l'obtention d'un diplôme • Lors d'une formation • Lors d'une expérience professionnelle • A la fin de votre carrière • Autre

11. L'origine de l'idée de votre projet est elle liée à :

• une propre initiative • au Media • à la famille • aux organismes d'aide à la création d'entreprise • Autre

12. la source du capital financier de départ de votre entreprise est un :

• Apport personnel • Apport familiale • Crédit bancaire • Dispositifs d'aide au financement (ex : ANSEIJ, ANGEM ...)

13. Ce qui vous a incité principalement à vous lancer dans un projet entrepreneurial est :

• Être son propre patron • Choisir son lieu de travail, ces collaborateurs • Echapper aux grandes entreprises • Plus d'indépendance • Valorisation sociale • Relever des défis • Créer de l'emploi • Avoir des parents et/ou des grands parents entrepreneurs • Autre

14. Quels sont les obstacles que vous rencontrez en tant qu'entreprise ? (grille de case à cocher selon le degré d'importance)

• Famille (enfants, conjoints,...) • Accès aux services d'appui aux entreprises selon le genre (Hommes/femmes) • Comportement de la société (Barrières socioculturelles) • Autre

15. Vous sentez vous désavantagée en tant que femme entrepreneur par rapport aux hommes entrepreneurs ? • Oui • Non

16. Si oui pensez-vous que cela revient à : (grille de case à cocher selon le degré d'importance)

• Le nombre de femmes entrepreneurs est moindre par rapport aux hommes entrepreneurs • La performance de la femme entrepreneur • Freins socioculturelles • Autres

17. Pourriez-vous nous citer les défis que vous rencontrez en tant que femmes entrepreneure ?

18. Avez-vous entendue parler d'association des femmes entrepreneurs en Algérie ?

• Oui • Non

19. Si oui, pensez-vous qu'elles peuvent jouer un rôle intéressant pour le développement de votre entreprise ? • Oui • Non

20. Etes-vous membre d'un réseau ? • Oui • Non

21. Si oui, comment cela vous aide dans votre statut de femme entrepreneur ?

22. Si non, trouvez-vous que l'appartenance à un réseau professionnel vous aidera-t-il à mieux en tant que femme entrepreneur ? • Oui • non

23. Que pensez-vous de l'entrepreneuriat féminin en Algérie ?