

**Motivation des femmes à l'entrepreneuriat en Algérie :  
Nécessité, auto-confirimation ou désir d'émancipation**  
**حوافز المرأة نحو المقاوالتية في الجزائر[الضرورة، إثبات الذات أو الرغبة في التفتح**

**Boufeldja Ghat<sup>1</sup>,**

Université d'Oran 2, Mohamed Ben Ahmed (Algérie),

Received: 03/08/2020

Accepted: 04/08/2020

Published:07/08/2020

**Résumé:** Pour les jeunes femmes, l'esprit d'entreprise fait partie de leur lutte pour la liberté et la dignité, contre la culture de la marginalisation. Cela peut être considéré comme une action d'échapper à la culture de la soumission. Afin d'étudier les manifestations des attitudes socioculturelles, les femmes entrepreneurs et leur désir de se libérer des traditions sociales qui limitent leurs ambitions, cette étude a été menée. Un questionnaire a été élaboré et complété par un échantillon de 67 femmes entrepreneurs de la région d'Oran (Algérie). Les principaux résultats ont été que le désir d'auto-confirimation et la nécessité de l'émancipation sont les principales motivations derrière la création de leurs entreprises.

**Mots-clés:** Entrepreneuriat féminin; motivation; autonomie; reconnaissance sociale; émancipation.

**Codes de classification Jel :** J1-16 ; L2-26 ; M1-12 ; M1-14

**الخلاصة:** بالنسبة للشابات، فإن المقاوالتية هي جزء من نضالهن من أجل الحرية والكرامة، ضد ثقافة التهميش. ويمكن اعتبار ذلك عملا من أعمال الهروب من ثقافة الخضوع. ومن أجل دراسة مظاهر المواقف الاجتماعية - الثقافية، وصاحبات المشاريع ورغبتهن في التحرر من التقاليد الاجتماعية التي تحد من طموحاتهن، أجريت هذه الدراسة. وأعدت عينة من 67 من صاحبات المشاريع استبياناً واستكملها. وكانت النتائج الرئيسية هي أن الرغبة في تأكيد الذات والحاجة إلى التحرر هما الدافعان الرئيسيان وراء إنشاء أعمالهما التجارية.

كلمات مفتاحية: مقاوالتية نسوية؛ الدوافع؛ استقلالية؛ اعتراف اجتماعي؛ تفتح.

Jel Classification Codes : J16 ; L26 ; M12

<sup>1</sup>**Corresponding author:** Boufeldja Ghat, e-mail:[ghiat\\_boufeldjaC@yahoo.fr](mailto:ghiat_boufeldjaC@yahoo.fr).

## **1- Introduction :**

L'Algérie a connu depuis la fin du 20<sup>ème</sup> siècle l'entrée des femmes dans l'activité entrepreneuriale conséquence d'une politique de généralisation de l'enseignement aux jeunes générations et à tous les niveaux. L'éducation est devenue une obligation pour tous.

Plusieurs facteurs ont motivé les femmes à s'aventurer dans des activités entrepreneuriales, tels que le chômage et la nécessité économique. Elles sont aussi motivées par les actions de l'Etat à travers l'emploi des jeunes.

Selon Khanka (2013), « les femmes entrepreneures sont les femmes qui pensent à une entreprise commerciale, l'initient, organisent et combinent les facteurs de production, exploitent l'entreprise et prennent des risques et gèrent l'incertitude économique liée à l'exécution d'une entreprise. " (Hani, 2015).

Les jeunes filles sont plus motivées à étudier pour sortir d'une situation traditionnelle, afin de pouvoir se libérer des coutumes qui les ont enchaînée pendant longtemps, et qui limitent souvent leurs rôles dans leurs foyers, s'occuper de leurs maris et de leurs enfants, sans ambitions et avec des perspectives limitées.

Une partie importante de jeunes filles s'est engagée dans l'entrepreneuriat comme moyen de relever le défi contre la culture sociale qui les néglige. Elles cherchent des positions économiques et sociales, en s'imposant dans la société.

L'objectif de cette recherche est d'essayer d'identifier les facteurs qui incitent les femmes algériennes à s'orienter vers la création des entreprises, ce qui est souvent l'expression du refus d'une réalité socioculturelle, plus qu'un besoin économique. Les contraintes socioculturelles des femmes entrepreneures en Algérie sont identifiées, ainsi que les motifs derrière la création de leurs entreprises. Parmi ces facteurs on trouve, le désir d'émancipation, de s'affirmer, de réussite, et d'avoir plus de pouvoir face aux défis sociales et économiques.

## **2- Problématique et intérêt de la recherche:**

La culture sociale en Algérie, est fortement marquée par un environnement masculin prédominant, les femmes sont toujours en retrait, en ce qui concerne l'occupation des postes de responsabilités et des positions socioprofessionnelles. Cette réalité a commencé à changer depuis la fin du 20<sup>ème</sup> siècle, avec l'ouverture politique en direction les femmes, prônée par l'Etat, mais les résistances dues aux attitudes passéistes restent toujours fortes.

Les normes culturelles traditionnelles qui attribue des rôles et des responsabilités aux femmes dans les sociétés de la région du Maghreb façonnent sans conteste les modes de pensée et influencent les perceptions et les attitudes vis-à-vis de la création d'entreprises. Force est de constater que les normes et les valeurs culturelles sont très dominantes dans les pays arabo musulmans, et en conséquence le phénomène de l'entrepreneuriat féminin va être influencé (Jamali et al. 2005).

Les femmes algériennes se sont ouvertes sur l'entrepreneuriat, pour relever le défi, face aux attitudes traditionnelles et contraintes environnementales. L'entrepreneuriat féminin s'inscrit dans la lutte des femmes pour obtenir leurs libertés et leurs dignités contre la culture de marginalisation. Cela peut être considéré comme une action d'insurrection contre la culture de soumission. Afin de pouvoir aider le mouvement de l'entrepreneuriat féminin dans les pays du Sud, la compréhension de leurs spécificités socioculturelle est nécessaire.

En Algérie, malgré les contraintes socioculturelles qui déterminent la marginalisation de la femme, l'entrepreneuriat féminin est un phénomène récent, et les jeunes femmes sont de plus en plus nombreuses à s'orienter vers des professions libérales et des activités entrepreneuriales. La volonté des femmes à confronter les réalités et contraintes d'une société masculine, nécessite des études de terrain pour mieux cerner cette problématique.

### **3. Culture et modèles théoriques de motivation des femmes entrepreneures :**

Plusieurs recherches ont essayé d'examiner les mobiles des femmes à s'orienter vers l'entrepreneuriat, et les contraintes socioculturelles liés à ce phénomène.

La 'culture', d'après Boyd et Richerson, est définie comme l'ensemble de toutes les idées, valeurs, etc. qui sont partagées et transmises au sein d'un groupe, entre des individus de la même génération et aussi entre des générations (Boyd et Richerson, 1985). La motivation des individus est influencée par leurs besoins, leurs attitudes et leurs valeurs (Naffziger, Hornsby et Kuratko, 1994).

Le premier mobile des femmes est obtention d'un emploi stable et un revenu conséquent. Gheddache à conclu que parmi les motivations au travail trois facteurs sont à retenir : travailler dans un domaine de compétence, la stabilité de l'emploi, et l'amélioration des revenus. (Gheddache, 2016 ; p. 170). Malgré l'importance de l'aspect économique, contrairement aux hommes, cet aspect est souvent considéré par les femmes entrepreneures en position secondaire (Fasci et Valdz, 1998).

D'après Osowska et al., les individus naissent dans certains «environnements» déjà construits, qui sont une source importante de culture et d'apprentissage culturel, et ont donc un impact considérable sur le comportement, les croyances et les décisions de l'individu. Ainsi, les attitudes à l'égard de l'entrepreneuriat peuvent être considérées comme des variables culturelles plutôt qu'individuelles (Osowska et al., 2016, p 5).

Le facteur culturel est important dans la décision de démarrage dans les affaires. Cela peut être considéré comme le produit de motifs et d'influences de la perception culturelle de la société en matière d'entrepreneuriat (Chamorro-Premuzic et Coll., 2014). Les perceptions personnelles et les jugements sur l'environnement, bien que souvent biaisés, semblent être fortement corrélés avec la décision d'un individu de démarrer ses activités (Arenius et Minniti, 2005).

Lorsqu'on regarde du point de vue macroéconomique, l'entrepreneuriat existe en raison des différences de valeurs et de croyances entre la société et les entrepreneurs potentiels. Ainsi, ce choc des valeurs peut conduire les entrepreneurs à se diriger vers l'entrepreneuriat dans une culture habituellement non entrepreneuriale (Uhlener et Thurink, 2007).

Butter et Moore (1997; p. 41) 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: (i) les caractéristiques personnelles (II) Conditions de vie et (III) facteurs environnement/ support.

Plusieurs recherches ont concentrés sur l'importance de la culture locale et les valeurs individuelles et sociales dans la décision de création d'entreprises. Mueller et Thomas ont conclu que la recherche au niveau individuel d'analyse montre un lien entre les valeurs, les croyances et le comportement, il est plausible que les différences dans la culture nationale dans laquelle ces valeurs et croyances sont encrées, et peuvent influencer un large éventail de comportements, y compris la décision de devenir un auto-employeur plutôt que de travailler pour les autres (Mueller et Thomas, 2001).

De leur coté, Hisrich et Brush (1986) ont classé la motivation des femmes dans les facteurs : « Pousse et tire ». Les résultats de cette étude ont révélé que la plupart des femmes ont cité des facteurs de « pousse » comme leur motivation majeure dans les affaires. Cela incluent; les facteurs de frustration et de liberté dans leurs emplois précédents, le manque de satisfaction, tandis que les facteurs « tire » comprennent: l'indépendance,

l'autonomie et la sécurité familiale (Moses, Olokundun, et Mosundola, 2014. P. 45).

Dans la littérature, on trouve plusieurs autres modèles de motivation des femmes vers l'entrepreneuriat. Vsalainen et Pihkala (1999) ont identifié deux écoles de pensée comme les principaux facteurs déterminant les actions entrepreneuriales chez les femmes; Il s'agit d'écoles «environnementales» et de «personnes». Le facteur de personnes est également connu comme «approche de trait», et met l'accent sur les caractéristiques entrepreneuriales telles que le besoin de réalisation (Moses, Olokundun, et Mosundola, 2014. P. 45).

La culture des affaires dans les pays du Maghreb est caractérisée par un fort climat d'incertitude, ce qui décourage les jeunes femmes de s'aventurer dans l'entrepreneuriat. Tandis que la société entrepreneuriale dans les pays développés est caractérisée par une faible incertitude d'évitement et la volonté d'explorer des situations inconnues (Osowska et al., 2016, P5).

L'aspect culturel est un facteur important dans décision d'entamer une activité entrepreneuriale. C'est plus important encore pour les femmes dans les sociétés Arabo-musulmanes, comme l'Algérie, ce qui nécessite des études plus approfondis.

#### **4- Environnement culturel et entrepreneuriat féminin en Algérie :**

Dans un environnement économique difficile, l'action d'entreprendre une activité entrepreneuriale est difficile pour les hommes, beaucoup échouent et abandonnent cette activité. Pour les femmes, s'engager dans l'entrepreneuriat est encore plus difficile, c'est un vrai défi, sur plusieurs fronts : la famille, la société, les contraintes financières, la bureaucratie et la gestion des ressources humaines dans un environnement concurrentiel.

Des contraintes similaires sont rencontrées dans les autres sociétés maghrébines. D'après Salman et al., : « des problèmes liés essentiellement aux valeurs culturelles et aux règles sociales, restent extrêmement importants (la mentalité des gens, difficultés en tant que femme, etc.)» (Salman et al.2012, p5).

La culture traditionnelle de la société, est le facteur le plus contraignant pour une femme entrepreneure en Algérie comme dans tous les pays du Maghreb. Comme mentionné par Grey et Finley-Hervey : « Dans la société marocaine, des valeurs traditionnelles telles que la solidarité, l'honneur, l'obéissance, le respect et l'entraide sont encore présents. Ainsi, la culture marocaine est une culture patriarcale qui a

longtemps considéré l'homme comme celui qui commande et la femme celle qui doit lui obéir » (Grey et Finley-Hervey, 2005). D'après Salman et al. (2012), « La majorité des femmes affirme que leur sexe leur a posé problème, que ce soit vis-à-vis de leur entourage proche ou vis-à-vis de l'extérieur. Plus de la moitié des femmes interrogées avoue que le fait d'être une femme a une influence directe sur leur activité en tant qu'entrepreneures ».

Du même dans les pays sous développés en général, « les femmes sont souvent perçues comme des objets de pitié, tenant souvent un statut marginal contre-productif dans leurs sociétés » (Yakubu, 2001, p. 108).

Ces attitudes socioculturelles sont le résultat de la socialisation des femmes dans leurs sociétés. Salman et al., ont conclu que « la socialisation des filles ne contribue pas à développer leur confiance en elles, leur autonomie, leurs sens du risque et leur goût de l'innovation : des aptitudes pourtant nécessaires chez tout individu qui souhaite développer et gérer son propre entreprise » (Rachdi, 2006).

En plus que l'entrepreneuriat est un emploi qui assure un revenu aidant à subvenir aux besoins personnels et familiaux, l'entrepreneuriat est aussi un moyen de satisfaire d'autres besoins en autonomie, épanouissement de personnalité et émancipation.

Malgré les changements socioculturels qui les à connus la société algérienne, et les sociétés maghrébines en général, on trouve toujours des résistances et le respect des traditions. Au Maroc, « Si la situation de la femme marocaine a radicalement changé, les mentalités et les perceptions de la société n'ont pas suffisamment évolué » (Salman, N., El Abboudi, M., et Henda, S. (2012). Cela s'applique notamment en Algérie et au Maghreb en général.

## **5- Les motivations des femmes algériennes vers l'entrepreneuriat:**

D'après leurs situations économiques et sociales, les femmes algériennes optent pour l'entrepreneuriat pour plusieurs raisons. Elles peuvent être poussées par la nécessité économique comme moyen de combattre le chômage, de gagner le pouvoir et le respect et de s'affirmer dans la société. C'est un moyen aussi pour satisfaire le besoin d'émancipation, pour avoir plus d'indépendance et combattre l'injustice et l'hégémonie masculine, dans une culture traditionnelle.

### **5. 1. Nécessité économique**

L'un des premiers objectifs des femmes c'est de trouver un emploi pour satisfaire leurs besoins économiques, dans une société sous-développé, ou les emplois se font rares dans une économie souvent en crise.

Les petites entreprises représentent un moyen de revenu important pour les femmes dans les pays en développement. Ils fournissent des emplois et des revenus pour atténuer la pauvreté (Hani, 2015, p. 113).

La nécessité économique est exprimée clairement comme motive derrière le choix d'une activité entrepreneuriale, mais cela cache le désir de réalisation d'autres objectifs tels que la confirmation du soi, le désir d'autonomie et d'émancipation.

### **5. 2. Désir d'auto-accomplissement**

En plus du facteur économique, les femmes entrepreneures en Algérie expriment souvent leur désir d'auto-accomplissement. Selon Stephan, Hart et Drew, les femmes entrepreneurs sont motivés par l'indépendance et motivés par la croissance s'épanouissent dans les cultures où les relations sociales sont importantes (Stephan, Hart et Drew, 2015). Ce qui indique l'importance de la culture dans le succès ou l'échec de l'entrepreneuriat féminin. Cela a été confirmé par Naser et al. (2009) qui ont signalés que « les femmes dans les pays du Golf choisissent l'entrepreneuriat pour l'auto-accomplissement car telle démarche améliore leur statut socio-économique au sein de la société. La reconnaissance et l'estime de sont considérés par Gheddache (2016) comme mobiles importants pour femmes entrepreneures en Algérie.

Après les changements intervenus dans la société Algérienne, et Arabe en générale, il est devenu inconcevable pour les femmes ayant un niveau d'instruction appréciable, d'accepter une position de marginalité dans une société ouverte sur la technologie de la communication.

### **5. 3. Désir d'autonomie et d'émancipation**

Parmi les objectifs de l'entrepreneuriat féminin c'est le dépassement et la lutte contre les contraintes socioculturelles d'une société traditionnelle qui conçoit le rôle et la position naturelle de la femme c'est de rester au foyer, pour servir son mari et ses enfants.

Selon Gheddache (2016, p. 168) «Globalement, les sources de motivation définies sont le besoin d'autonomie, d'indépendance et

d'ascension, qui caractérisent les femmes ayant des expériences professionnelles antérieures ». Tandis que Charantimath (2012) fait valoir qu'il n'est pas toujours facile pour les femmes de trouver des emplois qui seront compatibles avec leurs responsabilités familiales et les tâches ménagères. Ainsi, de nombreuses femmes sont attirées par l'idée de travail indépendant dans les entreprises attenantes à leur maison, avec des heures flexibles, ce qui leur permet de prendre soin de la maison et des affaires.

#### **5. 4. Désir du pouvoir et de la reconnaissance sociale**

La position d'une femme au sein de sa société se traduit par ses revenus et son auto suffisance économique. L'entrepreneuriat féminin apporte donc un statut aux femmes. C'est pour cela que l'entrepreneuriat est considéré comme un moyen de gagner le pouvoir et le respect dans la société. Cela est confirmé par Collins (2007), qui a conclu, qu'en plus du revenu, le besoin de reconnaissance et l'estime de soi sont parmi les mobiles importants pour les femmes entrepreneures.

#### **5. 5. Remise en cause des valeurs socio culturelles traditionnelles**

En plus d'avoir en l'entrepreneuriat une source de revenu, l'entrepreneuriat est considéré comme une issue qui permet aux femmes de se libérer de l'injustice sociale et de l'hégémonie d'une société masculine.

Pour les femmes ayant des responsabilités familiales, la flexibilité des tâches entrepreneuriales est un facteur important qui les motive à s'engager dans l'entrepreneuriat.

## **6- Méthodologie**

Afin d'étudier les manifestations des attitudes socioculturelles, de la résistance contre l'émancipation de la femme, le mécontentement des femmes entrepreneurs et leur désir de s'affranchir des traditions sociales qui limitent leurs ambitions, des entretiens ont été menés avec des femmes entrepreneures en Algérie. Les résultats ont été exploités dans le développement d'un questionnaire.

### 6-1. Questions de recherche :

Afin d'étudier la problématique de recherche, et de bien comprendre les motivations derrière le choix des femmes algérienne de l'activité entrepreneuriale, cinq questions se sont imposées :

1. Quels sont les facteurs qui motivent les femmes algériennes à

- s'orienter vers l'entrepreneuriat ?
2. Quel est l'importance des aspects culturels dans la motivation des femmes envers l'entrepreneuriat ?
  3. Quel est le classement des motives, par importance des priorités des femmes algériennes à adopter l'entrepreneuriat ?
  4. Y'a il une différence dans la nature des motivations vers l'entrepreneuriat des femmes dans la région MENA et les femmes occidentales en général ?

#### 6- 2. Outil de collecte de données :

Afin de répondre à ces questions, un questionnaire a été développé à travers trois étapes :

- Des discussions avec des personnes des deux genres dans la société algérienne.
- Des entretiens ouverts avec des femmes entrepreneures.
- La rédaction d'un questionnaire avec des questions ouvertes.
- Le développement d'un questionnaire avec des réponses fermées

Le questionnaire, « Indice des Motivations Culturelles à l'Entrepreneuriat Féminin » (**IMCEF**) a été développé, avec 20 items divisés en 5 aspects :

1. travailler pour un revenu.
2. Affirmation du soi.
3. Désir d'autonomie des contraintes culturelles
4. Désir du pouvoir et du respect.
5. Révolte contre les traditions culturelles.

Les questions ont été réalisées avec un échantillon de femmes entrepreneures. Les aspects psychométriques, telle que la fiabilité et la validité, ont été effectuées avec trois enseignants en méthodologie de recherche en sciences sociales à l'université d'Oran 2.

Les entrepreneures avait le choix de répondre à une case parmi les cinq, selon l'échelle de Likert.

Tableau n° 1 : L'échelle à cinq points de Likert.

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Indifférent	D'accord	Tout à fait D'accord
1	2	3	4	5

### 6-3. Échantillon de recherche :

Notre échantillon de recherche est composé de 67 femmes entrepreneures, choisies au hasard dans la région d'Oran (Algérie). L'enquête a touché des femmes qui ont accepté de remplir le questionnaire, parmi les celles qui occupent des professions libérales, et qui gèrent des petites entreprises, comme présenté dans le tableau n° 2.

Tableau n° 2: Échantillon de recherche

Activité d'entreprise	Nombre
<b>Professions libérales :</b> (Avocats, pharmaciennes, dentistes, psychologue)	6
<b>Travaux publics:</b> Construction, Bureaux d'études	5
<b>Artisanats :</b> (Tailleuses, Coiffeuses, Pâtisseries)	30
<b>Services :</b> (Hôtellerie, Commerce, Hygiène)	07
<b>Industrie :</b>	2
<b>Autres</b>	17
<b>Total</b>	<b>67</b>

Après le dépouillement de 67 questionnaires, une analyse factorielle a été réalisée en utilisant le SPSS.

Les résultats de la matrice des compétences sont exposés dans le tableau n°3.

Tableau n° 3 : Matrice des composantes

1. Motivations derrière le choix du métier d'entrepreneur		Facteurs				
		1	2	3	4	5
<b>1. Désir de confirmation de soi</b>						
7	L'entrepreneuriat m'a donné le courage pour affronter les obstacles.	.823				
6	Mon travail comme entrepreneure me permet de prouver mes capacités	.816				
5	Le travail comme entrepreneure me permet de prouver ma personnalité et la confirmation de soi.	.802				
8	Le travail entrepreneurial aide les femmes à réaliser leurs désirs d'exceller	.737				
16	Etant devenue une entrepreneure, beaucoup de mes connaissances me demandent conseils.	.497				

<b>2. Indépendance et rejet des traditions culturelles</b>					
19	Le domaine de l'entrepreneuriat est un acte d'insurrection contre les traditions culturelles de la société.		.777		
9	Je préfère travailler comme entrepreneure, car je n'aime pas recevoir d'ordres des autres.		.672		
17	En se livrant à l'activité entrepreneuriale les femmes se révoltent contre la domination des hommes		.608		
11	Ce que j'aime en tant qu'entrepreneure le fait de me débarrasser des restrictions culturelles.		.575		
<b>3. Désir de revalorisation sociale</b>					
13	Le fait d'avoir ma propre entreprise m'a donné plus de pouvoir et d'autorités.			.803	
20	En tant qu'entrepreneure je me sens égal aux hommes.			.728	
15	Ma position sociale s'est améliorée quand je suis devenue entrepreneure			.412	
<b>4. Désir d'autonomie et d'émancipation</b>					
1	L'important pour une femme c'est de travailler, peu importe quel travail				.648
12	Travailler à l'extérieur de la maison reflète mon désir d'émancipation.				.646
10	L'activité entrepreneuriale aide les femmes à réaliser leur désir d'autonomie.				.476
<b>5. Travailler pour un revenu</b>					
2	Le plus important dans le métier d'entrepreneur c'est le gain matériel.				.652
4	Je suis entrepreneure, parce que je n'ai pas trouvé d'autres emplois				.718
14	Beaucoup de mes connaissances s'approchent de moi pour leur assister.				.469
18	Etre entrepreneur m'a affranchi du complexe d'infériorité				.404

D'après ce tableau, on peut observer cinq facteurs comme résultats de corrélation de 19 items.

Tableau n° 4: Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Alpha de Cronbach basé sur des éléments normalisés	Nombre d'éléments
,726	,758	20

Tableau n° 5: Corrélations

<b>Dimensions</b>	<b>Global</b>
Travail pour un revenu	.266
Affirmation de soi	.706**
Désir d'émancipation	.684**
Pouvoir et reconnaissance	.650**
Insurrection contre la culture de soumission	.611**
<b>Global</b>	

\*\* La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral)

\* La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

## 7- Résultats :

Après le dépouillement des questionnaires de 67 femmes entrepreneures, les résultats obtenus sont présentés dans les tableaux de 6 à 11.

Les moyennes sont calculées pour chaque item, et classés par ordre décroissant, en gardant le même nombre des facteurs de motivation (5 facteurs), avec quelques déplacements des items entre les différents facteurs.

### 7.1. Epanouissement de la personnalité et désir d'affirmation de soi:

Tableau n° 6 : Le choix de l'entrepreneuriat pour l'affirmation du soi

	<b>1. désir d'affirmation de soi</b>	<b>Moyenne</b>	<b>Ecart type</b>
<b>6</b>	Mon travail comme entrepreneure me permet de prouver mes capacités	4.32	.880
<b>7</b>	L'entrepreneuriat m'a donné le courage pour affronter les obstacles.	4.21	0.808
<b>5</b>	Le travail comme entrepreneure me permet de prouver ma personnalité et la confirmation de soi.	4.09	1.04
<b>8</b>	Le travail entrepreneurial aide les femmes à réaliser leurs désirs d'exceller	4.08	.924
<b>16</b>	Etant devenue une entrepreneure, beaucoup de mes connaissances me demandent conseils.	3.90	0.940
		<b>4.12</b>	

Les résultats du tableau n° 6, montrent que les femmes sont motivées en premier lieu par le désir de prouver leurs capacités (4.32) et leur donner le courage d'affronter les obstacles (4.21).

### 7.2. Désir du pouvoir et de la reconnaissance sociale

Tableau n° 7 : Le choix de l'entrepreneuriat comme expression de révolte contre la dominance masculine.

	<b>Désir du pouvoir et d'un statut social</b>	<b>Moyenne</b>	<b>Ecart type</b>
<b>15</b>	Ma position sociale s'est améliorée quand je suis devenue entrepreneure	3.84	0.963
<b>13</b>	Le fait d'avoir ma propre entreprise m'a donné plus de pouvoir et d'autorités.	3.22	1.157
<b>20</b>	En tant qu'entrepreneure je me sens égal aux hommes.	2.65	1.207
		<b>3.24</b>	

En ce qui concerne le désir d'être reconnues socialement, les femmes entrepreneures trouvent que leurs positions sociales se sont améliorées quand elles sont devenues des entrepreneures (3.84).

### 7.3. Travailler pour un revenu :

Tableau n° 8 : Le besoin économique comme motive du choix de l'entrepreneuriat.

	<b>Travailler pour un revenu</b>	<b>Moyenne</b>	<b>Ecart type</b>
<b>14</b>	Beaucoup de mes connaissances s'approchent de moi pour leur assister.	3.67	0.883
<b>2</b>	Le plus important dans le métier d'entrepreneur c'est le gain matériel.	3.61	<b>1.122</b>
<b>4</b>	Je suis entrepreneure, parce que je n'ai pas trouvé d'autres emplois	2.91	1.343
<b>18</b>	Etre entrepreneur m'a affranchi du complexe d'infériorité	2.75	1.151
		<b>3.23</b>	

Comme mentionné dans le tableau n° 8, les besoins économiques sont en troisième position, et les femmes travaillent comme entrepreneures pour le gain matériel (3.61) et pour subvenir aux besoins de leurs familles (3.23).

### 7.4. Désir d'autonomie et d'émancipation:

Tableau n° 9 : Le choix de l'entrepreneuriat pour se libérer des contraintes culturelles.

	<b>Emancipation et révolte contre la marginalité</b>	<b>Moy.</b>	<b>Ecart type</b>
<b>10</b>	L'activité entrepreneuriale aide les femmes à réaliser leur désir d'autonomie.	3.83	1.09
<b>1</b>	L'important pour une femme c'est de travailler, peu importe quel travail	3.00	1.347
<b>12</b>	Travailler à l'extérieur de la maison reflète mon désir d'émancipation.	2.56	<b>1.214</b>
		<b>3.13</b>	

Quant au sujet de se libérer des contraintes culturelles, les femmes choisissent d'être entrepreneures pour réaliser leur autonomie (3.13).

**7.5. Remise en cause des valeurs socioculturelles traditionnelles:**

Tableau n° 10 : Le choix de l'entrepreneuriat pour le désir d'avoir le pouvoir et le respect

	<b>Indépendance et insurrection contre les traditions culturelles</b>	<b>Moyenne</b>	<b>Ecart type</b>
<b>9</b>	Je préfère travailler comme entrepreneure, car je n'aime pas recevoir d'ordres des autres.	3.82	1.27
<b>11</b>	Ce que j'aime en tant qu'entrepreneure le fait de me débarrasser des restrictions culturelles.	2.89	<b>1.229</b>
<b>17</b>	En se livrant à l'activité entrepreneuriale les femmes se révoltent contre la domination des hommes	2.44	<b>1.214</b>
<b>19</b>	Le domaine de l'entrepreneuriat est un acte d'insurrection contre les traditions culturelles de la société.	2.43	<b>1.150</b>
		<b>2.89</b>	

D'après les résultats du tableau n° 10, les femmes sont motivées par le désir d'indépendance et la remise en cause des valeurs culturelles traditionnelle (2.89).

**7.6. Hiérarchie des facteurs motivants des femmes entrepreneures :**

Table n° 11 : La hiérarchie des motives des femmes à l'entrepreneuriat.

<b>N°</b>	<b>Facteurs motivantes à l'entrepreneuriat féminin</b>	<b>Moyenne</b>
1	désir d'auto-accomplissement	<b>4.12</b>
2	Besoin du pouvoir et de reconnaissance sociale	<b>3.24</b>
3	Travailler pour un revenu	<b>3.23</b>
4	Désir d'autonomie et d'émancipation	<b>3.13</b>
5	Insurrection contre la culture traditionnelle	<b>2.89</b>
	<b>Global</b>	<b>3.32</b>

Le tableau n° 11, montre que le désir d'auto-accomplissement reste le plus important facteur motivant les femmes à devenir entrepreneures (4.12), tandis que l'insurrection contre la culture traditionnelle est classé en dernière position (2.89).

**8- Discussions :**

Plusieurs facteurs sont derrière les choix des femmes à s'orienter vers l'entrepreneuriat, et créer leur propre entreprise. Ce qui est apparu à travers

les résultats de cette recherche, c'est l'importance du désir de s'affirmer en prouvant leurs capacités et leurs compétences, ainsi que d'avoir un statut social meilleur, de plus d'autonomie et de liberté, face aux contraintes de la culture traditionnelle.

### **8-1. Désir d'auto-accomplissement**

Les résultats ont montrés que les femmes entrepreneures en Algérie sont motivées, en premier lieu, par le désir de s'affirmer dans une société qui les marginalise. Ce qui explique l'importance de cet aspect comme un indicateur principal des femmes à devenir entrepreneures.

Cela a été confirmé par Collins (2007), que le besoin de reconnaissance et l'estime de soi sont, parmi les plus importants mobiles. Les femmes entrepreneures concentrent sur les aspects psychologiques et l'affirmation du soi, plus que les aspects culturels.

### **8-2. Besoin du pouvoir et de reconnaissance sociale**

Au Maghreb comme dans la région MENA en général, les femmes tiennent une position secondaire, derrière les hommes. Le choix de travailler dans les affaires est considéré comme réaction à cette situation injuste. L'objectif de l'adoption de l'entrepreneuriat comme activité économique est la concrétisation de leurs désirs, telles que leurs aspirations pour le respect et le pouvoir au sein de la société.

Cela a été confirmé par Naser et al. (2009), dans les pays du Golf les femmes choisissent l'entrepreneuriat pour l'auto-accomplissement afin d'améliorer leur statut socio-économique au sein de la société.

### **8-3. Travailler pour un revenu**

Les résultats ont montré aussi que les facteurs motivants les femmes à opter pour l'entrepreneuriat afin d'aider leurs familles, ou parce qu'elles n'ont pas trouvé d'autre travail. L'aspect financier de l'entrepreneuriat comme refuge contre le chômage, est important, mais n'est pas le facteur principal. Le désir d'acquisition du pouvoir et du respect, face à la marginalisation, ainsi que le désir d'auto-accomplissement et de revalorisation sociale, restent les plus cités par les femmes entrepreneures. Cela n'exclut pas le fait que plusieurs femmes sont contraintes à s'orienter vers un entrepreneuriat de nécessité, pour subvenir aux besoins de leurs familles.

Ces résultats sont confirmés par les propos de Hani (2015), que l'entrepreneuriat représente un moyen de revenu important pour les femmes dans les pays en voie développement.

#### 8-4. Désir d'autonomie et d'émancipation

Dans une société où la femme demande la permission de ses parents, de ses frères aînés, de son mari pour sortir et pour voyager, le désir d'avoir l'indépendance et de l'autonomie reste un objectif important à atteindre. Beaucoup de femmes se sont orientées vers l'entrepreneuriat comme moyen pour exercer leurs autonomies et leur indépendance dans une société où la culture traditionnelle est prédominante.

Les femmes algériennes, vu l'environnement socioculturel masculin, sont motivées vers l'entrepreneuriat afin de réaliser leurs désirs d'autonomie et d'émancipation pour se libérer d'une culture qui les marginalise dans la société. Stephan, Hart et Drew, ont conclu que les femmes entrepreneurs sont motivés par l'indépendance et par la croissance s'épanouissent dans les cultures où les relations sociales sont importantes, dans la culture de leurs environnement (Stephan, Hart et Drew, 2015).

#### 8-5. Remise en cause des valeurs socioculturelles traditionnelles

Les résultats ont montrés aussi que le choix du métier d'entrepreneure est considéré par une partie des femmes comme une action d'opposition contre la culture traditionnelle caractérisée par la domination masculine sur le genre féminin. Ce facteur motive plusieurs femmes à s'élancer vers l'entrepreneuriat. On trouve cependant, d'autres femmes entrepreneurs qui portent le voile et essayent de concilier entre le désir d'indépendance et celui de se conformer aux valeurs culturelles qui prévalent dans la société.

Les résultats ont démontrés que les questions relatives à la révolte contre la culture traditionnelle et contre l'hégémonie des hommes dans la société algérienne n'est pas toujours adopté par les femmes entrepreneurs en Algérie. Les résultats peuvent être résumés dans la figure suivante :

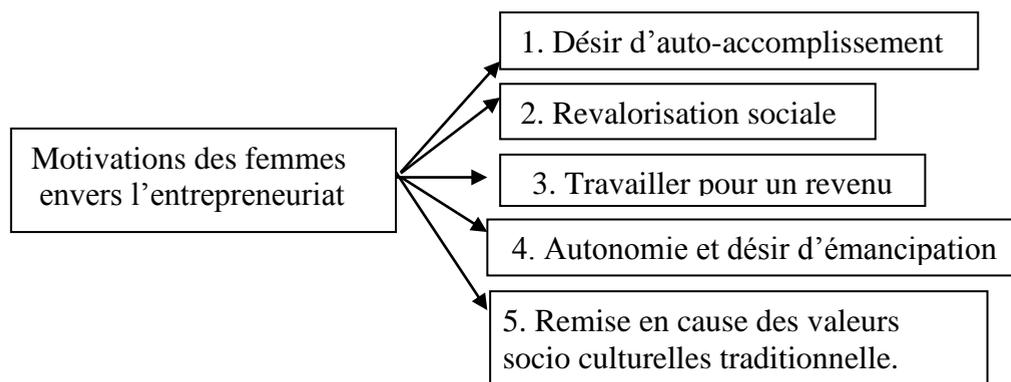


Figure 1: La hiérarchie des motivations à l'entrepreneuriat des femmes algériennes.

Les résultats de cette investigation ont montré que les motivations des femmes entrepreneures en Algérie sont diversifiées: désir d'auto-accomplissement, désir de revalorisation sociale, besoin économique, désir d'autonomie, désir d'émancipation et enfin remise en cause des valeurs socio culturelles traditionnelles.

On trouve aussi que dans l'environnement socioculturel masculin, les femmes sont motivées par l'entrepreneuriat afin de réaliser leur désir d'autonomie et d'émancipation pour se libérer d'une culture de marginalité. Cela n'est pas le cas d'après les résultats obtenus par l'enquête. Les femmes entrepreneures en Algérie sont motivées par le désir d'auto-accomplissement en première position. Les questions relatives à la révolte contre la culture traditionnelle, contre l'hégémonie des hommes dans la société et la remise en cause des valeurs socio culturelles traditionnelles, se classaient en dernière position.

Cela démontre que les facteurs qui motivent les femmes dans les pays développés sont centrés principalement sur le gain matériel et le succès, sont différents de ceux vécus par les femmes Algériennes et Maghrébines. En plus, ces dernières sont influencées par les aspects culturels tels que le désir d'autonomie et le rejet de la marginalité et de l'hémogénie masculine. Toutefois les deux se rencontrent concernant la réalisation, le succès et la confirmation du soi.

### **9- Conclusions :**

Le plus important pour les femmes entrepreneures en Algérie, c'est de prouver leurs compétences et leurs qualités, plus que d'exprimer le désir de révolte contre la culture locale ou contre la position traditionnelle de la femme dans la société.

Cette étude contribue à la compréhension des motivations des femmes entrepreneures en Algérie et dans la région MENA en générale. Cependant cela nécessite des études plus approfondies des femmes entrepreneures dans les pays Arabo Musulmans, ainsi que des études comparatives entre les pays développés et ceux en voie de développement.

### **Bibliographie:**

- Arenius, P. and Minniti, M. (2005) Perceptual variables and nascent entrepreneurship. Small business economics, 24 (3), pp.233-247.
- Bartol, K. M. and Martin, D. (1998) Management. Irwin, New York. McGraw-Hill.
- Boyd, R. and Richardson, P. (1985) Culture and the Evolutionary Process. University of Chicago Press, Chicago.

- Buttner, H. and Moore, D. P. (1997) Women's Organizational Exodus to Entrepreneurship: Self-reported Motivations and Correlates with Success. *Journal of Small Business Management*, January.
- Chamorro-Premuzic T, Rinaldi C, Akhtara R, Ahmetoglu G (2014) Understanding the Motivations of Female Entrepreneurs. *J Entrepren Organiz Manag* 3: 111.
- Charantimath, P. M. (2012)*, Entrepreneurship Development & Small Business Enterprises, 7th Ed. India: Swan Press.
- Collins T. Y. (2007) Gender differences in entrepreneurship in two Midwestern countries, Capella University, Minneapolis.
- Fasci, M. A., & Valdez, J. (1998). A performance contrast of male-and female-owned small accounting practices. *Journal of Small Business Management*, 36(3), 1-7.
- Gheddach L. (2016) Etude des motivations des femmes à la création d'entreprise. *El Bahith Review*. 16.
- Grey G. R. et Finley-Hervey, J. (2005). Women and entrepreneurship in Morocco: debunking stereotypes and discerning strategies. *International Entrepreneurship and Management Journal*. 1, 203-217.
- Hani F. F. (2015) Entrepreneurial Motivation and Challenges: A Study on Women Entrepreneurs in Sylhet City. Bangladesh.
- Hisrich, R.D. and Brush, G.C. (1986). *The Woman Entrepreneur: Starting, Financing and Managing a Successful New Business*, Lexington Books, Massachusetts.
- Jamali, D., Sidani Y. and Safieddine A. (2005) Constraints facing working women in Lebanon: An insider view. *Women in Management Review*. 20(8):581-594. December
- Khanka, S.S. (2013) Entrepreneurial Development, (Revised Ed.). S. Chand & Company Ltd.*
- Moses C. L., Olokundun M. A and Mosundola A. (2014) Determining women entrepreneurial motivation: A review of theoretical models. *International Journal of Small Business and Entrepreneurship Research*. Vol. 2, N° 3, pp. 43-54.
- Mueller L. S. and Thomas A. (2001) Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness. *Journal of Business Venturing*. Volume 16, Issue 1, January, Pp. 51-75.
- Naffziger, D. W., Hornsby, J. S. and Kuratko, D. F. (1994) A proposed research model of entrepreneurial motivation. *Entrepreneurship theory and practice* 18 (3), 29-42.
- Naser K. M. W. R. and Nussebeh, R. (2009) Factors that affect women entrepreneurs: Evidence from an emerging economy. *International journal of organizational analysis*. Volume 17. Issue 3. Pp. 225-247.
- Oowska R., Kapasi I., and Jackman L. (2016) Fifth International Workshop

- “Entrepreneurship, Culture, Finance and Economic Development.” June 23 – 24, University of Lyon, Lumière Lyon 2.
- Rachdi F. (2006) L'entrepreneuriat féminin au Maroc : une étude exploratoire, 8<sup>e</sup> CIFEPME, 25 - 27 octobre, Haute Ecole de Gestion, Fribourg, Suisse.
- Salman N., Al Abboudi M. et Henda S. (2012) Les femmes chefs d'entreprises au Maroc, 11<sup>e</sup> CIFEPME, Brest, 24-26 octobre.
- Stephan, U., Hart, M. and Drews, C. C. (2015) Understanding motivations for entrepreneurship: a review of recent research evidence. Birmingham (UK): Enterprise Research Centre.
- Uhlener, L.M., & Thurik, A.R. (2007). Post-materialism: a cultural factor influencing total entrepreneurial activity across nations. *Journal of Evolutionary Economics*, 17(2), 161-185.
- Vesalainen, Jukka; Pihkala, Timo (1999 ) Entrepreneurial Identity, Intentions and the Effect of the Push-Factor. *Academy of Entrepreneurship Journal*. Vol. 5, No. 2
- Yakubu, Z. (2001) Entrepreneurs at home: secluded Muslim women and hidden economic activities in Northern Nigeria. *Nordic Journal of African Studies*, 10 (1): 107-123.