

**L'orientation entrepreneuriale des étudiantes de fin de cycle;
Cas des étudiantes de l'université de Bejaia**

**The entrepreneurial orientation of the end-of-cycle female students;
Case of the students of the University of Bejaia**

REDOUANE Abdellah^{*1}, ZAIDI Hachemi²

¹ Université A. Mira de Bejaia, Algérie, abdellah.redouane@univ-bejaia.dz

² Université A. Mira de Bejaia, Algérie, hachemi.zaidi@univ-bejaia.dz

Reçu le:29/04/2023

Accepté le:17/06/2023

Publié le:14/07/2023

Résumé: L'objectif de ce papier est de comprendre l'orientation entrepreneuriale des étudiantes de fin de cycle en analysant les choix (intentionnels) et les raisons expliquant ces choix. Une enquête de terrain a été réalisée sur un échantillon d'étudiantes de Master 2 inscrites dans l'université de Bejaia. Il s'ensuit, comme résultats, que les étudiantes ont, le plus souvent, une orientation vers la carrière entrepreneuriale, la recherche de l'autonomie, l'individualisme entrepreneurial, l'entreprise de type start-up, le secteur des services, la primauté de la rentabilité du projet, le recours aux ressources propres et des proches de financement, l'aversion pour l'endettement et « l'intérêt ».

Mots clés: Entrepreneuriat, Orientation entrepreneuriale, Stratégie, Etudiantes.

Codes Jel: I23, J16, L26

Abstract: The aim of this paper is to understand the entrepreneurial orientation of end-of-cycle female students by analyzing the (intentional) choices and the reasons explaining these choices. A field survey was carried out on a sample of Master 2 students enrolled in the University of Bejaia. It follows, as results, that female students, most often, have an orientation towards the entrepreneurial career, the search for autonomy, entrepreneurial individualism, the start-up type business, the service sector, the primacy of the profitability of the project, the use of own resources and financing relatives, aversion to debt and “interest”.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurial orientation, Strategy, students.

Jel Classification Codes: I23, J16, L26

**Auteur correspondant*

L'orientation entrepreneuriale des étudiantes de fin de cycle; Cas des étudiantes de l'université de Bejaia

1. Introduction:

L'entrepreneuriat et l'entrepreneur sont reconnus, depuis longtemps, comme un moteur important de la croissance et du développement économique, à travers leur rôle actif dans la création de la valeur ajoutée, de l'emploi, de revenu, de l'innovation, etc. Depuis quelque décennie (à partir des années 1970), cette reconnaissance apparaît encore plus manifeste, si bien que décideurs politiques, organisations internationales admettent explicitement l'importance de l'entrepreneuriat et affirment leur engagement en faveur de l'amélioration de l'environnement entrepreneurial par la mise en place de divers mécanismes de soutien.

Concrètement, beaucoup de pays misent sur ce levier pour dynamiser leurs économies au travers des politiques d'appui et d'accompagnement notamment à la création d'entreprises. C'est bien le cas de l'Algérie dont la stratégie de développement est, depuis une vingtaine d'année, axée sur la promotion de l'entrepreneuriat et des PME. Le nombre de mesures mises en place ne cesse de se multiplier et de se diversifier depuis que l'Algérie a décidé de s'engager dans l'économie de marché (début de la décennie 1990). Des formations en entrepreneuriat voient le jour dans l'enseignement supérieur et des colloques autour des thématiques entrepreneuriales sont organisés. Cette effervescence autour des pratiques de l'entrepreneuriat résulte de la prise de conscience de l'Etat quant à l'importance de l'entrepreneur et de l'entrepreneuriat pour la création de la valeur ajoutée, de l'amélioration de la croissance de l'économie nationale, de la création de l'emploi et la réduction du chômage, etc.

Si dans de nombreux pays (industrialisé et en développement), l'entrepreneuriat féminin prend une importance croissante (tant dans la sphère économique que dans la sphère académique), en Algérie ce phénomène est récent. La littérature en la matière est encore insuffisamment riche, si bien que beaucoup d'aspects du phénomène restent non explorés. Les statistiques relatives au nombre de femmes entrepreneuses diffèrent d'une source à une autre, mais convergent pour indiquer que les femmes entrepreneuses sont relativement rares et ne représentent pas plus de 05% de la population d'entrepreneurs algériens.

Par ailleurs, si l'aval du processus entrepreneurial féminin reste peu exploré dans le contexte algérien, celui de l'amont l'est encore plus. En effet, bien qu'il existe certaines études consacrées à l'intention entrepreneuriale chez les femmes algériennes, ceci reste insuffisant pour permettre de dresser un profil clair et complet du sujet. La présente étude est une contribution à l'enrichissement de la littérature algérienne en matière de l'entrepreneuriat féminin. Elle est

essentiellement exploratoire dont l'objectif est d'étudier l'orientation entrepreneuriale des femmes universitaires sous une perspective stratégique. Autrement dit, l'objectif consiste à comprendre les raisons et les choix stratégiques qui expliquent l'orientation entrepreneuriale des femmes. Cet objectif s'exprime sous le questionnaire suivant : Quelles orientations entrepreneuriales chez les femmes universitaires ? Quelles sont les attitudes des femmes universitaires vis-à-vis de l'entrepreneuriat ? Quelles raisons stratégiques expliquent-elles les attitudes et les choix entrepreneuriaux des femmes universitaires?. Pour répondre à ce questionnaire, la présente étude part du cas des étudiantes de fin de cycle de Master 2 inscrites dans l'université de Bejaia.

2. L'orientation entrepreneuriale ; concept et théories

Plusieurs approches ont été développées pour aborder les sujets de l'entrepreneur et de l'entrepreneuriat. Filion (1997) distingue trois approches : approche par les traits, approche par les faits, approche économique. De son côté, Audet en distingue cinq ; l'approche des traits, l'approche environnementale, l'approche behaviorale, l'approche des entrepreneurs naissants, l'approche des intentions. Notre étude s'inscrit dans cette dernière approche. Les bases de celle-ci sont posées par la théorie de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982) et de la théorie du comportement planifié d' Ajzen (1991).

La théorie du comportement planifié permet de comprendre le processus d'influences des variables individuelles et contextuelles sur l'intention entrepreneuriale. Elle postule que l'intention est déterminée par trois facteurs à savoir :

- L'attitude envers le comportement concerné : elle correspond au degré d'appréciation qu'un individu porte sur ce comportement ;
- La perception des normes subjectives : elle renvoie à la pression sociale perçue (favorable ou défavorable) à la mise en place du comportement concerné.
- Le contrôle perçu du comportement ciblé : c'est-à-dire la perception qu'a l'individu des difficultés à surmonter pour mettre en œuvre le comportement concerné (présence ou de l'absence des ressources et compétences individuelles propres nécessaires).

La théorie de l'événement entrepreneurial explique la formation de l'acte entrepreneurial au travers d'une succession de trois groupes de variables. Le premier comprend les événements précipitant l'acte entrepreneurial en perturbant la trajectoire de la vie de l'entrepreneur potentiel (les « déplacements négatifs », les « situations intermédiaires », les « déplacements positifs »). Les deux autres groupes de variables correspondent, successivement, aux perceptions de désirabilité (influencée par facteurs sociaux et culturels) et de faisabilité (la

L'orientation entrepreneuriale des étudiantes de fin de cycle; Cas des étudiantes de l'université de Bejaia

disponibilité des conseils et des moyens financiers, l'aide de la famille et d'amis, les formations entrepreneuriales, etc.).

Mais, dans la présente étude, nous mobilisons le concept de « l'orientation entrepreneuriale » pour étudier le comportement intentionnel de l'objet de notre étude. Ce concept est un produit du croisement de deux domaines de recherche, l'entrepreneuriat et la stratégie, décrit, initialement, comme une posture stratégique caractérisée par un fort engagement dans la prise de risque, l'innovation et la proactivité (Cherchem & Fayolle, 2010). Selon Basso & al (2009), l'orientation entrepreneuriale paraît comme l'un des rares concepts stabilisés en sciences de gestion, étant considéré comme un construit scientifique rigoureux et solide sur la base duquel s'est élaboré tout un corps de connaissances.

L'évolution du concept de l'orientation entrepreneuriale s'est caractérisée par la succession de trois périodes de temps (Basso & al, 2009): le temps des « fondations » (vers la fin des années 1970) avec les apports de l'école canadienne de stratégie; le temps de la « modélisation »; et, enfin, le temps de « clarification », initié par Lumpkin et Dess dans la deuxième moitié de la décennie 1990. Pour ces derniers (Lumpkin & Dess, 1996), l'orientation entrepreneuriale implique, pour un acteur, les intentions et les actions fonctionnant dans un processus génératif dynamique visant la création de nouvelles entreprises. Les auteurs distinguent trois dimensions clés caractérisant l'orientation entrepreneuriale : une propension à agir de manière autonome, une volonté d'innover et de prendre des risques, et une tendance à être agressif envers les concurrents et proactif par rapport aux opportunités du marché.

L'étude de l'orientation entrepreneuriale peut prendre trois niveaux d'analyse (Cherchem & Fayolle, 2010). L'un (niveau de l'entreprise) s'intéresse à aux comportements entrepreneuriaux de l'entreprise au son sein, l'autre (niveau fonctionnel) s'intéresse au lien entre l'orientation entrepreneuriale et les fonctions de l'entreprise, et le troisième (niveau individuel) s'intéresse aux traits personnels et objectif de l'individu. Dans la présente étude, nous examinons l'orientation entrepreneuriale au niveau individuel.

3. L'entrepreneuriat féminin en Algérie : état des lieux

Par rapport à l'entrepreneuriat masculin, l'entrepreneuriat féminin est un phénomène récent en Algérie. C'est ce dont atteste le peu de recherches académiques qui y sont consacrées (Ghiat, 2014 ; Tahir-Metaiche et Bendiabdellah, 2016) et la faible représentativité de femmes dans la population des entrepreneurs algériens selon les statistiques disponibles. En fait, les statistiques relatives au nombre de femmes entrepreneuses diffèrent d'une source

à une autre. Ainsi, dans le rapport de 2020 de l'Indice Mastercard de l'entreprenariat féminin (MIWE), les femmes entrepreneures représentent environ seulement 6% des entrepreneurs algériens. Selon l'Association des femmes algériennes chefs d'entreprise (SEVE), bien que le nombre de femmes ait augmenté au cours de la décennie 2010, les femmes ne représentent pas plus de 7,6% de l'ensemble des entrepreneurs algériens. De son côté, le Centre National du Registre du Commerce (CNRC) indique que, à la fin de 2020, le nombre de femmes qui détiennent un registre de commerce a atteint 165 926, soit 7,9% du total des personnes physiques inscrites au registre du commerce et 6,4% des personnes morales (gérantes de sociétés). Aussi, les données des différents dispositifs publics d'aide à la création d'entreprises indiquent-elles que les femmes sont souvent beaucoup moins nombreuses à solliciter les services offerts de financement. Ainsi, dans le cadre de l'agence nationale de développement de l'investissement (qui prend en charge les projets dont le financement dépasse 10 millions DA), la part des femmes bénéficiaires est à peine 5% ; elle est de 14%¹ dans le cadre de l'agence nationale de soutien à l'emploi de jeunes (pour les projets nécessitant un financement inférieur à 10 millions DA), et de 63,2%² dans le cadre de l'agence nationale de micro-crédit (concernant les projets nécessitant un financement inférieur à 01 millions DA). Ces données montrent clairement que les femmes ont tendance à opter pour les projets de petits investissements.

En fait, ces chiffres sont à relativiser dans la mesure qu'il est difficile d'avoir des statistiques fiables sur le nombre de femmes entrepreneures en Algérie, car dans de nombreux cas, il s'agit des prête-noms utilisés par les proches des femmes (de l'autre sexe, les maris surtout) pour l'obtention du registre de commerce³ (Guechtouli, W. ET Guechtouli, M. 2014).

Par ailleurs, cette faible présence de femmes entrepreneures s'expliquerait par les nombreuses contraintes soulevées par les études menées sur les femmes chefs d'entreprises en Algérie. Ces contraintes renvoient, surtout, à la lenteur et lourdeur des procédures administratives, aux difficultés d'accès au marché, au financement et à la formation, au poids des charges fiscales, et aux difficultés à attirer/trouver du personnel compétent (Gillet, 2007 ; Tahir-Metaiche, 2012, Ladjouzi et Cherfouh, 2014). En fait, si la société algérienne est, dans son ensemble, hostile à l'emploi féminin, elle l'est encore plus pour l'entreprenariat féminin. Mis à part l'auto-emploi dans le cadre des professions libérales (cabinet

¹ Les statistiques les plus récentes disponibles sur le site sont celles de 2016.

² Chiffre de fin 2022

³ Une manière astucieuse pour contourner la loi interdisant aux fonctionnaires de l'Etat d'exercer d'autres activités formelles.

L'orientation entrepreneuriale des étudiantes de fin de cycle; Cas des étudiantes de l'université de Bejaia

d'avocat, cabinet médical, pharmacie,...), les femmes y sont souvent vues de mauvais œil lorsqu'elles sont chefs d'entreprises. Ce domaine y est considéré comme naturellement réservé à l'homme, et que les femmes s'y prêtent mal.

Pourtant, l'arsenal juridique et institutionnel mis en place par l'Etat ne fait aucune discrimination entre femme et homme en matière de l'entrepreneuriat. En effet, depuis le milieu de la décennie 1990, l'Etat algérien ne cesse d'enrichir l'arsenal juridique et institutionnel dédié à la promotion de l'entrepreneuriat. Après la mise en place de l'ANSEJ en 1996⁴, une loi sur la promotion de la PME fut promulguée en 2001⁵. Cette loi définit les mesures d'aide et de soutien à la promotion de la PME en prenant en charge la promotion d'un cadre législatif et réglementaire propice à la création de l'esprit d'entreprise et au développement des PME, l'encouragement de l'émergence d'un environnement économique, scientifique, technique et juridique assurant aux PME le soutien nécessaire à leur développement, la facilitation de l'accès au financement, l'encouragement de l'émergence de nouvelles entreprises, la promotion de la sous-traitance, etc.

Ainsi, sont instaurés, au profit des porteurs de projets, des « structures locales d'animation et d'appui à la création d'entreprises »⁶ (centres de facilitation et pépinières d'entreprises), des « organismes chargés de la prise en charge et la mise en œuvre des avantages financiers, fiscaux, parafiscaux, administratifs, etc. » (CNAC, ANGEM, ANDI, ANADE), des fonds d'investissement ou de garantie des crédits aux PME (FGAR, CGCI, fonds d'investissement de wilaya, etc.).

4. Données et méthodologie

Puisque l'objectif de notre étude est de comprendre un aspect peu documenté de la problématique de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, nous avons opté pour une approche exploratoire. Une enquête de terrain a été réalisée, durant le mois de Janvier 2023, auprès d'un échantillon composé de 270 étudiantes inscrites en Master 2 dans les différentes facultés de l'université de

⁴ Chargée de faciliter l'accès au financement bancaire, de fournir le soutien, les conseils, l'accompagnement, la formation et l'information aux porteurs de projets.

⁵ Une nouvelle loi sur la PME a été promulguée en 2017 (Loi n° 17-02 du 10 janvier 2017, portant « loi d'orientation sur le développement de la petite et moyenne entreprise (PME) »).

⁶ Chargés de faciliter les formalités de constitution, d'information, d'orientation, d'appui et d'accompagnement des PME

Bejaia⁷. Le choix du niveau Master 2 s'explique par le fait que, à ce niveau, les étudiants arrivent au terme de leurs études et doivent se mettre à réfléchir sur le choix de leur carrière professionnelle. La constitution de cet échantillon a été faite selon la méthode de « quota »⁸. Nous avons fixé le nombre de 40 étudiantes par faculté, ce qui donne un échantillon de 320 éléments.

Le questionnaire a été le moyen utilisé pour la collecte de données. Le questionnaire a été administré en ligne pour la moitié de l'échantillon, l'autre moitié a fait l'objet d'une remise du format papier du questionnaire. Seulement 11 questionnaires administrés en ligne ont été retournés remplis, tandis que le nombre de questionnaires récupérés du format papier est de 95. L'échantillon final comprend donc 106 étudiantes, soit un taux de réponse de 33%

Table N°1. L'échantillon final par faculté

	Fréquence	Pourcentage	valide	cumulé
SECG	41	38,7	38,7	38,7
SHS	7	6,6	6,6	45,3
Droit	33	31,1	31,1	76,4
SNV	10	9,4	9,4	85,8
Langues	1	,9	,9	86,8
ST	11	10,4	10,4	97,2
SE	3	2,8	2,8	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Source : enquête, 2023

Pour mesurer l'orientation entrepreneuriale des étudiantes, nous avons posé les deux questions suivantes : « que préférez-vous être dans la vie professionnelle »⁹ ? Et, « avez-vous l'intention d'entreprendre dans le futur ? ». Par rapport à cette dernière question, les répondantes ont été invitées à choisir entre les propositions suivantes : oui, juste après l'obtention de mon diplôme, oui, mais après avoir travaillé quelques années en tant que salarié, oui, je ne sais pas quand, non, pas du tout. Par ailleurs, dans le cas d'une réponse positive, les répondantes ont été invitées à indiquer le degré d'intensité de leur intention (à

⁷ Nous avons exclu la faculté de Médecine car il est évident que l'orientation des étudiants de médecine est pour la profession libérale.

⁸ C'est une technique d'échantillonnage non probabiliste qui consiste à interroger des individus disponibles et aisément interrogeables.

⁹ Les répondantes ont été invitées à choisir entre : 1) Salarié, 2) entrepreneur, et 3) Autre (femme au foyer, etc.).

L'orientation entrepreneuriale des étudiantes de fin de cycle; Cas des étudiantes de l'université de Bejaia

savoir Sur une échelle de 5, allant de « très forte » à « très faible ».L'exploitation et le traitement de données collectées ont été réalisés à l'aide du logiciel SPSS version 23.

5. Résultats et analyse :

Le tableau 2 montre que, pour la grande partie des étudiantes (65,1%), l'orientation professionnelle préférée est la « carrière entrepreneuriale », mais la quasi-totalité a l'intention d'entreprendre dans le futur (90,6%) même si certaines préfèrent la carrière salariale.

Tableau N°2. Carrière professionnelle et intention entrepreneuriale

Préférence pour une carrière professionnelle		Fréquence	%
Valide	Salarié	36	34,0
	Entrepreneur	69	65,1
Total		106	100,0
Intention d'entreprendre		Fréquence	%
Valide	OUI, Juste après l'obtention de mon diplôme	24	22,6
	OUI, mais après avoir travaillé quelques années en tant salarié	48	45,3
	OUI, mais je ne sais pas quand	23	21,7
	NON, pas du tout	6	5,7
Manquant		5	4,7
Total		106	100,0
Intensité de l'intention		Fréquence	%
Valide	Très Forte	30	28,3
	Forte	37	34,9
	Assez forte	7	6,6
	Moyenne	20	18,9
	Faible	3	2,8
Manquant		9	8,5
Total		106	100,0

Source : enquête, 2023

Une bonne partie des étudiantes se sont déjà fixées l'objectif d'entreprendre juste après l'obtention de leur diplôme universitaire (diplôme de Master 2) (22,6%) ou après de passer quelque temps en tant que salarié (45,3%). Pour près de deux tiers des étudiantes, l'objectif d'entreprendre est « très fort » (28,3%) ou « fort » (34,9%).

Tableau N°3. Motivation et Aptitudes entrepreneuriales

Motivation entrepreneuriale principale		Fréquence	%
Valide	Autonomie	41	38,7
	Gagner plus d'argent	20	18,9
	Valoriser un savoir et savoir-faire propre	7	6,6
	Concrétiser une idée innovante propre à moi	11	10,4
	Avoir plus de reconnaissance sociale	5	4,7
	Exploiter une occasion d'affaire que je considère intéressante	6	5,7
	Echapper au chômage que je vois inévitable dans le temps actuel	6	5,7
Manquant		10	9,4
Total		106	100,0
Perception de réussite entrepreneuriale		Fréquence	%
Valide	Sure et certaine	31	29,2
	Assez sure	44	41,5
	Peu sure	18	17,0
	Pas du tout sure	2	1,9
Manquant		11	10,4
Total		106	100,0
Aptitudes entrepreneuriales		Fréquence	%
Valide	Aucune	5	4,7
	Capacité de diriger	43	40,6
	Capacité de détecter et saisir des occasions d'affaire	17	16,0
	Capacité de réussir des affaires	16	15,1
	Esprit de risque	10	9,4
Manq		14	13,2
Total		106	100,0

Source : enquête, 2023

La lecture du tableau 3 fait que, pour la quasi-totalité des étudiantes (ayant l'intention ou l'objectif d'entreprendre), l'entrepreneuriat est loin d'être un « choix de nécessité » (pour échapper au chômage), mais un moyen d'atteindre des objectifs propres, en termes d'autonomie (38,7%), de s'enrichir (18,9%), de concrétiser une idée innovante (10,4%), de mettre à profit leurs compétences et savoir-faire (6,6%), etc. L'objectif de l'autonomie (être son propre patron) est la principale motivation qui explique le choix d'entreprendre des étudiantes, mais

L'orientation entrepreneuriale des étudiantes de fin de cycle; Cas des étudiantes de l'université de Bejaia

celles-ci sont, le plus souvent, motivées par plusieurs objectifs à la fois. En effet, elles croient, le plus souvent (70,6%), pouvoir réussir leurs projets entrepreneuriaux puisqu'elles s'estiment avoir acquis les aptitudes entrepreneuriales nécessaires. Au moins une aptitude entrepreneuriale est développée chez la quasi-totalité des étudiantes (87,8%) mais la « capacité de diriger » son équipe et son projet est l'aptitude la plus répandue (40,6%).

Tableau N°4. Formes de l'acte entrepreneurial et raisons du choix

Forme de l'acte entrepreneurial		Fréquence	%
Valide	Créer une nouvelle entreprise individuelle	56	52,8
	Reprendre une entreprise familiale	11	10,4
	Créer une entreprise collective	28	26,4
	Total	95	89,6
Manq	Système	11	10,4
Total		106	100,0
Raisons du choix de la forme de l'acte		Fréquence	%
Valide	J'ai tous les moyens à la concrétiser toute seule	16	15,1
	Pour assurer la continuité de notre entreprise familiale	6	5,7
	Je manque de moyens à la concrétiser toute seule	13	12,3
	J'aime faire mes projets toute seule	47	44,3
	J'aime faire mes projets avec d'autres	13	12,3
	Total	95	89,6
Manq	Système	11	10,4
Total		106	100,0
Nature du projet		Fréquence	%
Valide	Start-up	65	61,3
	Type classique	30	28,3
Total		95	100,0

Source : enquête, 2023

Le tableau 4 montre que la forme de l'acte entrepreneurial préférée est la « création d'une nouvelle entreprise individuelle » (52,8%). Le choix de cette forme s'explique par l'attitude et le penchant à « faire leurs affaires toutes seules » (44,4%) et, dans un moindre degré, par la conviction de disposer de tous les moyens nécessaires à la réalisation et la réussite de leurs projets (15,1%). Celles qui ont l'orientation vers le travail collectif (créer une entreprise avec associés), le

choix s'explique, en même temps par le manque de moyens à la réalisation de leurs projets toutes seules (12,3%) et leur attitude favorable à « l'association et au partage avec l'autrui » (12,3%). Par ailleurs, celles dont le projet est de reprendre une entreprise familiale, la raison du choix est « d'assurer la continuité de l'entreprise familiale » pour faire éviter sa disparition.

La création d'entreprises de type « Start-up » est le choix qui domine les étudiantes (61,3%). Ce choix s'explique par la volonté d'exploiter, à la fois, les nouvelles technologies disponibles du numériques et le savoir dont elles ont acquis durant leur cursus universitaire.

Tableau N°5. Influence des programmes d'étude et secteur d'activité

Influence des programmes d'étude		Fréquence	%
Valide	Influence Forte	42	39,6
	Influence assez Forte	39	36,8
	Influence Faible	6	5,7
	Aucune Influence	9	8,5
Manquant		9	8,5
Total		106	100,0
Secteur d'activité		Fréquence	%
Valide	Industrie	35	33,0
	Servies	40	37,7
	Agriculture	5	4,7
	Artisanat	14	13,2
Manquant		12	11,3
Total		106	100,0
Principal motif du Choix du secteur d'activité		Fréquence	%
Valid	Il est rentable	31	29,2
	Il convient mieux à mon diplôme	22	20,8
	Il convient mieux à mes capacités matérielles	20	18,9
	Il concilie mieux la vie professionnelle et la vie privée	8	7,5
	Je connais bien ce secteur par l'expérience d'un proche	8	7,5
Manq		17	16,0
Total		106	100,0

Source : enquête, 2023

En effet, pour 76,4% des étudiantes, l'impact des programmes dispensés durant le parcours universitaire sur leur intention d'entreprendre était fort (39,6%) ou assez forte (36,8%) (Tableau 5). Par ailleurs, quasiment toutes les étudiantes

L'orientation entrepreneuriale des étudiantes de fin de cycle; Cas des étudiantes de l'université de Bejaia

croient avoir « une idée innovante » à concrétiser et/ou « un savoir et savoir-faire » à valoriser en optant pour l'entrepreneuriat.

Les étudiantes affichent une orientation davantage vers les secteurs des Services (37,7%) et de l'industrie (33%). Bien que le motif de « rentabilité » soit le plus cité (29,2%), le choix du secteur s'explique, souvent, par plusieurs considérations à la fois. Plus de 38% des étudiantes ayant l'intention d'entreprendre sont mues par deux motifs à la fois dont « la conciliation entre la vie professionnelle et la vie privée » est l'autre motif le plus cité (28,2%).

Tableau N°6. Sources et raisons du choix de financement

Principale Source de financement		Fréquence	%
Valide	Par mes propres ressources et les ressources de ma famille	53	50,0
	Par l'aide de mes proches (crédits sans intérêts)	11	10,4
	Par des crédits bancaires (avec intérêts)	10	9,4
	Dans le cadre de la finance islamique proposée par les banques	3	2,8
	Dans le cadre des Programmes Publics (ANSEJ, ANGEM, etc.)	17	16,0
	Total	94	88,7
Manquant	Système	12	11,3
Total		106	100,0
Principal motif du Choix de sources de financement		Fréquence	%
Valide	Pour éviter l'endettement (crédits à rembourser)	23	21,7
	Pour éviter les "Intérêts"	14	13,2
	Pour bénéficier des avantages offerts par les programmes publics	23	21,7
	Pour valoriser (exploiter) les ressources que j'aie et celles de ma famille	10	9,4
	Parce que c'est plus facile et plus rapide à obtenir	17	16,0
	Total	87	82,1
Manquant	Système	19	17,9
Total		106	100,0

Source : enquête, 2023

Pour financer leurs projets entrepreneuriaux, le recours à ses propres ressources et celles de sa famille est la principale orientation qui caractérise les étudiantes (50%) (Tableau 6). Mais, souvent, celles-ci sont intéressées par d'autres sources de financement, en complément de leurs propres ressources, notamment le financement dans le cadre des Programmes Publics (ANSEJ, ANGEM, etc.) (34%) et les prêts (sans intérêts) auprès de leurs proches (24,5%). Le choix des sources de financement tient compte de diverses considérations dont la principale est le caractère « facile et rapide » à obtenir le financement (28,3%). Au-delà de cette considération les étudiantes cherchent à profiter des avantages offerts par les programmes publics d'aide à l'entrepreneuriat (25,4%) et à éviter le fardeau de l'endettement (21,7%) ainsi que « l'intérêt » (21,6%).

6. Conclusion:

La présente étude a permis de mettre en évidence certains nouveaux aspects concernant le sujet de l'entrepreneuriat féminin en Algérie. En l'occurrence, cette étude souligne que les étudiantes de fin de cycle présentent un profil orienté davantage vers la carrière entrepreneuriale, la recherche de l'autonomie, l'individualisme entrepreneurial, la création de start-up, le secteur des services, la rentabilité du projet, le recours à l'autofinancement, et la répugnance pour l'endettement et « l'intérêt ».

Toutefois, ces résultats sont à prendre avec prudence car l'étude présente certaines limites dont la principale est le manque de représentativité de l'échantillon de l'étude. Une autre limite tient à la nature de l'objet de l'étude qui est constitué des étudiantes. Or, celles-ci ne présentent pas nécessairement tous les comportements des femmes vue que, le plus souvent, elles sont encor célibataires, plus jeunes, etc.

En dépit de ces limites, la présente étude permet de suggérer des pistes pertinentes pour de futures recherches. L'une en est l'élargissement de l'objet de recherche, soit en intégrant des étudiantes d'autres universités (pour tenir compte de la différence de contexte), soit en s'intéressant à d'autres catégories de femmes (femmes diplômées universitaires, diplômées de la formation professionnelle, etc.).

7. Liste Bibliographique:

- Ajzen, I. (1991), The theory of planned behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 50 ;
- Basso Olivier, Fayolle Alain & Bouchard Véronique (2009), L'orientation entrepreneuriale ; Histoire de la formation d'un concept, *Revue française de gestion* – N° 195/2009, pp 176-192 ;
- Benredjem, R. (2010), L'intention entrepreneuriale : l'influence des facteurs liés à l'individu et au milieu, *Cahier de recherche du CERAG*, 2009-21 ;
- Boissin Jean-Pierre, Chollet Barthélémy, & Emin Sandrine (2009), Les déterminants de l'intention de créer une entreprise chez les étudiants : un test empirique, *Management*, 12(1);
- Cherchem Naima & Fayolle Alain (2010), Culture d'entreprise, profil du dirigeant et orientation entrepreneuriale des PME : Un modèle théorique, *Congrès international francophone sur l'entrepreneuriat et la PME*, Bordeaux, France ;
- Fillion, L.-J. (1997), Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances, *Revue Internationale P.M.E.*, vol. 10, n° 2 ;
- Ghat Boufeldja (2014), *Women's Entrepreneurship in Algeria*, LAP Lambert Academic Publishing, United Kingdom.
- Gillet Anne, (2007), *Emploi et entrepreneuriat des femmes en Algérie: des dynamiques entre traditions et innovations* , PME, *Emploi Et Relations Sociales France –Maghreb* ;
- Grangaud Marie-France (2011), Les secteurs porteurs à investir par les Femmes en Algérie. Etude réalisée pour le CIDDEF, Dossier, septembre ;
- Guechtouli, W. et Guechtouli, M. (2014), L'entrepreneuriat en Algérie : quels enjeux pour quelles réalités ?, *IPAG Business School*, 2014-150 ;
- Koubaa, S et Sahibidine, A (2012), L'intention entrepreneuriale des étudiants au Maroc, 2ème journée de recherche sur l'entrepreneuriat, AEI, 2012 ;
- Ladjouzi Soumiya et Cherfouh Meriem (2014), L'entrepreneuriat féminin en Algérie : enjeux, obstacles et pistes de solutions », *actes de colloque international sur L'Entrepreneuriat des Femmes: l'importance, les opportunités et les obstacles*, Biskra (Algérie) ;
- Lumpkin G. T. & Dess G. G. (1996), Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance, *Academy of Management Review*, 21, p. 135-172;

- OCDE (2008), Rapport sur la mise en œuvre de la Charte euro-méditerranéenne pour l'entreprise « évaluation de la politique de l'entreprise », Communautés européennes ;
- St-Jean Etienne, Maripier Tremblayn et Amelie Jacquemin (2013), L'intention d'entreprendre sous le prisme de la théorie sociocognitive de la carrière : une comparaison homme/femme auprès d'étudiants universitaires, 8ème Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation", Fribourg (Suisse) ;
- Tahir Metaiche Fatima et Bendiabdellah Abdeslam (2016), Les femmes entrepreneures en Algérie : savoir, vouloir et pouvoir!, Marché et organisations 2016/2 (n° 26), pages 219 à 240
- TAHIR METAICHE Fatima : Le profil de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : une étude exploratoire. Université de Tlemcen. www.femme-entrepreneur.bf/wp-content/uploads/2018/07/femmes-entrepreneures-algerie.pdf.
- The Mastercard Index of Women Entrepreneurs 2020 Report. ma_miwe-report-2020.pdf (mastercard.com)
- Tounes Azzedine (2006), L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français, La Revue des Sciences de Gestion, N°219.