



République Algérienne démocratique et populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche
Scientifique

UNIVERSITÉ ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA

Faculté des Sciences Humaines et Sociales
DEPARTEMENT DES SCIENCES SOCIALES

MEMOIRE

pour l'obtention du **diplôme de MASTER**

En : **Sociologie**

Spécialité : **Sociologie du Travail et des Organisations**

Thème :

**L'impact du capital social dans la création
des PME auprès des femmes
entrepreneures activant dans la région
d'AKBOU.**

Présenté par :
M^{elle} BELGUIRA Rabiaa

M^{elle} CHACHOUA Djaouida

Encadré par :

***Mr* MATI Ali**

Année universitaire

2019/2020

Remerciement

Dieu merci pour la santé, la volonté, le courage et la détermination qui nous ont accompagné tout au long de la préparation de ce mémoire de fin de cycle, et qui nous ont permis d'achever ce modeste travail.

Nous tenons à exprimer nos vifs remerciements, notre sincère gratitude et reconnaissances :

À notre promoteur et enseignant Mr. Mati Ali pour son suivi ses conseils, sa disponibilité et son accompagnement tout au long de cette expérience professionnelle, avec beaucoup de patience qui nous ont été précieuses.

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

Comme nous remercions aussi nos parents et tous ceux qui ont participé de près ou de loin à mener à bien notre projet.

Merci

Dédicace

Je dédie ce modeste travail

*À mes très cher parents, mon père qui m'a beaucoup soutenu durant tout mon
Cursus scolaire .ma mère qui a viellé jour et nuit pour m'offrir ce dont qui j'ai
Besoin. Et cela en leurs exprimant ma profonde gratitude et reconnaissance*

Pour leur soutien et encouragements.

A mes très chers frères Mouly, Loucif.

A ma petite sœur Anais.

A mes chères cousines Asma, Katia, Taous, Triza

A mes tentes, Phafia, Sonia, Saida, Rachida

A ma chère amie et binôme Rabiaa et toute sa famille

A mes chères amies Salih, Wiwi, Sarah, Siham Melissa, Randa

A tous ceux qui m'ont aidé de près ou de loin à la réalisation de ce mémoire de

Fin de cycle.

Djaouida.

Dédicaces

Toutes les lettres ne sauraient trouver les mots qu'il faut... tous les mots ne sauraient exprimer la gratitude, l'amour, le respect, la reconnaissance... aussi, c'est tout simplement que je dédie ce mémoire,

À mes chers parents aucune dédicace ne saurait exprimer mon respect, mon amour éternel et ma considération pour les sacrifices que vous avez consenti pour mon instruction et mon bien être. Je vous remercie pour tout le soutien et l'amour que vous me portez depuis mon enfance et j'espère que votre bénédiction m'accompagne toujours. Que ce modeste travail soit l'exaucement de vos vœux tant formulés, le fruit de vos innombrables sacrifices, bien que je ne vous en acquitterai jamais assez. Quisse dieu, le très haut, vous accorder santé, bonheur et longue vie et faire en sorte que jamais je ne vous décevrez

À mon chers et adorable frère Derradji et mon très chers beau-frère Fares et sœurs Filia, la prunelle de mes yeux, Ahlem, la douce, au cœur si grand, Farah l'aimable, que j'aime profondément. En témoignage de mon affection fraternelle, de ma profonde tendresse et reconnaissance, je vous souhaite une vie pleine de bonheur et de succès et que dieu, le tout puissant, vous protège et vous garde. À mes chers petites nièces Phaima et Amina votre joie et votre gaieté me comblent de bonheur. Quisse dieu vous garde, éclairer votre route et vous aides à réaliser à votre tour vos vœux les plus chers.

À la mémoire de ma grand-mère Khoukha j'aurais tant aimé que tu sois présente. Que dieu ait ton âme dans sa sainte miséricorde.

À mes chers oncles, tantes, leurs époux veuillez trouver dans ce travail l'expression de mon respect le plus profond et mon affection la plus sincère.

À mes amis sans exception de département des sciences sociale en souvenir de notre sincère et profonde amitié et des moments agréables que nous avons passés ensemble veuillez trouver dans ce travail l'expression de mon respect le plus profond et mon affection la plus sincère.

Rabiana

La liste des tableaux :

N° du tableau	Titre des tableaux	Page
1	Evolution du nombre des PME privé 2004-2019	16
2	Population globale des PME à fin S1 2019	18

La liste des abréviations:

Abréviation	Signification
ANDI	Agence Nationale de Développement Et L'investissement
ANSEJ	Agence national pour le soutien à l'emploi des jeunes
BTP	Bâtiments et travaux public
CNAS	La Caisse Nationale des Assurances Sociales
ENJEM	Agence national de gestions du Micro- Crédit
GED	Genre et développement
IFD	Intégration des femmes dans le développement
OCDE	L'organisation coopération et développement économique
PME	Petite et moyenne entreprise
SEVE	Savoir et vouloir entreprendre
PME	Petite et moyenne entreprise

Sommaire :

Introduction :

Chapitre 1 : Le cadre méthodologique de la recherche

Préambule :

1-les raisons de choix du thème	05
2-L'objectif de la recherche	05
3-La problématique	06
4-Les hypothèses	07
5-La définition des concepts.....	08
6-La méthode et technique utilisée.....	09
7-Les études antérieurs	11

Conclusion du chapitre

Partie théorique :

Chapitre 2 : Les PME, et l'Entreprenariat en Algérie :

Préambule :

1- Genès de développement des PME en Algérie.....	14
2- Présentation de la population des PME en Algérie.....	16
3- La notion de l'entrepreneur : Une approche multidisciplinaire	19
4- Les paradigmes de l'entreprenariat.....	21
5- Les organes de la promotion d'accompagnement à la création d'entreprise	23
6- Le rôle de l'entreprenariat dans la croissance économique et social.....	25

Conclusion du chapitre

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

Préambule :

1- L'apparition de concept d'entrepreneuriat féminin	26
2- Le profil de la femme entrepreneure en Algérie.....	27
3- Les caractéristiques de la femme entrepreneure.....	28
4- Les facteurs influençant l'entrepreneuriat féminin en Algérie.....	29
5- L'intérêt pour l'entrepreneuriat féminin.....	31

Conclusion du chapitre

Chapitre 4 : Rôle du capital humain et social durant le processus de création des PME féminin en Algérie

Préambule :

1- Les dimensions et la notion du capital social.....	32
2- Le rôle de la famille et l'entourage dans la phase de création d'entreprise féminin	33
3- L'importance du soutien du conjoint à l'entrepreneuriat féminin et à la femme.....	35
4- Le capital humain dans la création de l'entrepreneuriat féminine	35
5- Le développement du capital humain	37
6- Les types de formation des femmes entrepreneures.....	37
7- Les motivations des femmes entrepreneures en Algérie	38
8- Les freins à l'entrepreneuriat féminin en Algérie	38

Conclusion du chapitre

Conclusion générale	41
----------------------------------	----

La liste bibliographique

Annexes

Introduction

Introduction générale :

Dès son indépendance en 1962, l'État algérien a pris des mesures pour assurer l'égalité des femmes et des hommes devant la loi et un accès égal à l'éducation, à la formation et à l'emploi. La consécration de la représentation politique des femmes s'est concrétisée par la loi organique du 12 janvier 2012 qui stipule que « l'État œuvre à la promotion des droits politiques de la femme en augmentant ses chances d'accès à la représentation dans les assemblées élues ».¹

Les femmes entrepreneurs représentent une part croissante des économies de leurs nations, et jouent un rôle de plus en plus important dans développement de l'entrepreneuriat², en outre, l'entrepreneuriat féminin est devenu un thème central de recherche; et la création d'entreprise est considéré un véritable moteur de développement économique et comme un élément fondamental du développement social en tant que facteur essentiel de promotion de la croissance économique et de lutte contre la précarité et la pauvreté.

La femme algérienne a vécu sous la domination des hommes, régit par une logique patriarcale en lui réservant comme seul aptitude, le foyer et les enfants, ou les tâches domestique était le seul parcours de leurs vies, et dans la même logique, ADDI. Le souligne, que « *la culture patriarcale limite la vie sociale féminine à l'espace domestique, et interdit à la femme d'en sortir et de se mêler aux hommes. Cette culture est aujourd'hui contrariée par la présence des femmes prenant part aux activités économiques et administratives, notamment dans les villes* ». Aujourd'hui et plus que n'importe quelle période, la femme algériennes trouve dans une position favorable et positive, qui ne s'estompe pas seulement au travail salarié (employée), mais elle va au-delà de ce statut pour devenir créatrice d'emplois (employeur), autonome et désireuse d'une carrière professionnelle.

Depuis les années 80, de nombreuses études ont été consacrées aux problématiques des femmes entrepreneurs. Ainsi, ont été tour à tour étudiées les motivations d'entrepreneures, leur caractéristiques personnelles, leur rapport à l'environnement, les modes de gestion de leurs entreprises, les difficultés qui leur sont particulières³....A cet effet, une lignée de recherche se sont développées afin de mettre en évidence le concept de capital social pour expliquer la réussite de certain processus économique et social, car les relations sociales et les contacts personnels que les individus développent tout au long de leur vie sont d'une grande utilité, car ils permettent d'accéder à des avantages et des bénéfices variés sur l'entrepreneuriat féminin.

De ce fait, notre travail de recherche et organisé en cinq chapitres essentiels et complémentaires suivants :

¹ Belkacem B [(10/2013), Les femmes algériennes au Parlement , la question des quotas à l'épreuve des réformes politiques, [PDF], URL : <http://journals.openedition.org/ema/3196> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/ema.3196>, consulté 31 /08/2020.

² Metaiche F. (7/2018). : Le profil de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : Une étude exploratoire,[PDF],URL <http://www.femme-entrepreneur.bf/wp-content/uploads/2018/07/femmes-entrepreneures-arg%C3%A9rie.pdf>, consulté le 31/08/2020 .

³ Boughanem.F.(2008).L'entrepreneuriat féminin et son accompagnement : cas de l'accompagnement par L'ANSEJ des femmes entrepreneurs de la wilaya de Tizi-Ouzou, thèse de doctorat , Gestion des entreprises. Université de Mouloud Mammeri de Tizi ousou.212p.p .8.

Le premier chapitre présentera le cadre méthodologique de la recherche qui présente les éléments suivants : les raisons du choix de thème, l'objectif de la recherche, la problématique, les hypothèses, les définitions des concepts clé.

Le deuxième chapitre, aborde on premier lieu l'histoire de l'apparition de l'entrepreneuriat en Algérie, Ensuite la vision des économistes, les psychologues, les gestionnaires et les sociologues sur la notion de l'entrepreneur, puis les paradigmes de l'entrepreneuriat, d'autre part, le rôle des dispositifs de soutien à la création d'entreprise, enfin, l'entrepreneur comme moteur essentiel de croissance économique et social.

Le troisième chapitre nommé, la réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie exposera, un bref historique sur l'apparition de la notion entrepreneuriat féminin, puis, le profile que la femme entrepreneures Algérienne, ainsi qu'à leurs caractéristiques, enfin, on démontrera, les facteurs influençant la création des PME.

La quatrième partie, Capital social et humain des femmes entrepreneures, qui portera sur les dimensions et la notion du capital social, en outre, on montrera l'impact de la famille et son entourage comme source de croissance, ensuite, le rôle du soutien de mari sur la psychologie de cette dernière, aussi, ce chapitre portera sur la généralité de la notion du capital humain, et comment il se développe ses composants, ainsi, la manière dont elle mobilise ses différentes ressources pour atteindre ses objectifs ,d'autre coté, les facteurs motivants les femmes entrepreneures et les difficultés auxquels font face les femmes entrepreneures .

CHAPITRE 01

Préambule :

Ce cadre est réservé l'exposition et la présentation des différentes démarches, étapes et technique méthodologiques utilisées pendant la réalisation de notre travail de recherche ,en illustrant aussi les raisons et les motivations de choix du thème ,l'objectifs principal de la recherche et aussi réservé pour la définition des concepts clés de la recherche.

1. Les raisons du choix du thème :

La place de la femme dans le pays du Maghreb est en plein évolution, particulièrement en Algérie. Sa participation dans le développement économique et social évalue de plus en plus. Vu que nous faisons partie de la société Algérienne ceci nous amène à déduire les raisons suivantes :

- Connaitre mieux la politique d'aide délivré par l'Etat algérienne à l'investissement dans ce secteur (ANGEM_ANSJ)et les procédures les processus à la création d'entreprise dans l'avenir.
- Suivre les précieux conseils délivré par les femmes créatrice d'entreprise ceci nous serviront dans l'avenir professionnelle.

2. Les objectifs de la recherche :

- Le but de cette recherche est de comprendre comment ces femmes entrepreneures ont pu réussir dans la création de leurs propre entreprise, est du grâce à la mobilisation de capital social et humain, de ce fait, nous voulons montrer le rôle de ce capital social dans la création d'entreprise et sa gestion.
- Déterminer les contraintes liées à l'entreprenariat féminin à la région d'AKBOU .

3. la problématique :

Depuis les années 1980 la plupart des pays ont compris que seul le secteur public ne peut répondre aux besoins économiques et sociaux cela donne naissance au secteur privé et dont la PME s'est imposé comme solution à la crise d'emploi.

Le secteur privé n'était pas appréciée à sa juste valeur au sein du système politique algérien il occupait une place marginale et subissait le colportage d'une image (négative) au sein de la société. On attribuait à ce secteur privé un style de gestion familial de l'entreprise marqué par des pratiques arbitraires dans le recrutement du personnel, dans le licenciement abusifs en définitif un secteur en proie à l'instabilité.

A la faveur de réforme des années 90, la libéralisation de l'économie, l'intérêt accordé à la petite entreprise a commencé à augmenter. D'abord, les grandes entreprises publiques ont été contraintes d'externaliser une grande partie de leurs activités, propulsant ainsi un réseau de sous-traitants à dominante petites entreprises privés. A ces changements, s'ajoutent également les recommandations des bailleurs de fonds internationaux d'ouvertures de l'économie au secteur privé et en particulier la promotion de l'entrepreneuriat comme alternative répondant à une double problématique ;résorber le chômage des jeunes et développer un réseau de sous –traitance nécessaire au fonctionnement du système de production.¹

*« L'entrepreneuriat exige de l'entrepreneur qui représente un rôle particulier et indispensable dans l'évolution du système économique libérale, il est très souvent à l'origine des innovations de rupture il crée des entreprises. Des emplois et participe au renouvellement et restructuration du tissu économique.L'entrepreneur est l'innovateur qui apporte la destruction créatrice ».*²

L'Algérie a connu depuis la fin de 20^{ème} siècle l'entrée des femmes dans l'activité entrepreneuriat plusieurs facteurs l'ont motivé à s'aventurer dans ce champs d'entreprendre ,par la recherche d'autonomie et la réalisation de soi, d'autre par contre viennent à l'entrepreneuriat après une rupture avec le monde professionnel, investir dans la création d'entreprise répond à une volonté de réaliser un rêve ,une ambition personnelle ,il y a aussi des femmes qui viennent sur le marché de l'entrepreneuriat poussées par nécessité (décès du mari, divorce...),il y a aussi une catégories des femmes entrepreneures qui investit la création d'entreprise annulé par une forte volonté de réaliser un projet mature durant la formation .

¹ Abderrahmane Abdou et all, « l'entrepreneuriat féminin en Algérie », une réalité en construction, CREAD .Rostomia,Bouzaréah-Alger, P.42.

² Charfi Mohamed Amine. (2013/2014). L'entrepreneuriat est un phénomène économique et social, Culture entrepreneuriale 1.Tunisie : IHEC Carthage, cours,4p,URL<https://fr.slideshare.net/charfimacc/lentrepreneuriat-un-phnomne-conomique-et-social-complment-de-cours>,consulté le 01/02/2020.

Une femme entrepreneure consciente de l'importance du soutien et le besoin d'aide et d'intervention des différents liens, réseaux, relations, connaissances qu'on peut jumeler sous le concept du capital social qu'il soit familial, amical ou institutionnel, une réalité qui s'impose à toute création.

A cet effet, Pierre Bourdieu lie la notion du capital social « à tous les ressources présentes ou qui peuvent apparaître à l'avenir et qui sont en relation la possession d'un réseau durable ou à l'appartenance à un groupe ¹ », il forge cette notion pour mettre l'accent sur le fait que le capital économique n'est pas suffisant pour créer de la richesse mais qu'il doit être complété par un capital (extra économique). Il estime que les compromis individuels sont, certes déterminés par des indicateurs économiques et des ressources financières cumulatives (le capital), mais aussi par des motivations et des ressources sociales elle-même additionnelles (réputation, légitimité, carnet d'adresse etc.), le parcours des individus constitue donc une trajectoire d'accumulation de biens et de liens.

Le lancement de création d'entreprise nécessite au mieux de cerner les réseaux sociaux qui pouvant influencer l'attraction et désirabilité de cette dernière.

Pour la femme Algérienne être entrepreneure nécessite du courage et la résistances dans un contexte socioculturel qui la bloque, c'est pour cela il est important d'impliquer le milieu environnementale, elle a besoin d'avoir des ressources telles que des compétences techniques spécifiques, et/ou un réseau c'est-à-dire la famille car lorsque en valorise fortement la création d'entreprise en résultera une perception positive réellement le soutien de ses proches seront bien des éléments réconfortant.

D'après le cumule des informations théoriques on va s'intéresser au capital social comme étant un facteur vecteur et qui fait d'elle une femme révolutionnaire. Pour cela notre problématique s'appuie sur une question centrale suivante :

Quel est l'impact du capital social dans la création de l'entreprise féminin chez les femmes AKBOUCIENNES ?

Les sous questions :

Quel est l'impact du réseau social dans la création d'entreprise ?

Quel est le rôle du capital personnel, les formations, les expériences de ces femmes dans la création d'entreprise ?

4. Les hypothèses :

Pour répondre à notre question principale deux hypothèses sont dégagé comme réponses provisoire à notre question de problématique :

¹ Djadda M., Aithemouda K. (2017). Le rôle du capital social et personnel dans la création d'entreprise, Journal d'études. Dans la sociologie des organisations, P.1-18

- **Première hypothèse :**

Le réseau social vecteur dans la création d'entreprise féminine.

- **Deuxième hypothèse :**

Les connaissances acquises à travers les formations poursuivies et les expériences professionnelles on permet la concrétisation des projets des femmes créatrices des PME.

5. Définitions des Concepts :

5.1 L'entrepreneur : « *L'entrepreneur est un homme dont les horizons économiques sont vastes et dont l'énergie est suffisante pour bousculer la propension à la routine et réaliser des innovations* »¹

L'entrepreneur est une personne physique et morale qui prend des risques et des décisions à son intérêt et créer des emplois, en outre lutte à réduire le taux de chômage et qui participe dans l'innovation de l'économie du pays en particulier.

5.2 L'entrepreneuriat : Le terme de l'entrepreneuriat « a été défini la première fois à la Harvard school par le professeur Howard Stevenson. Sa définition est la suivante :

L'entrepreneuriat est la poursuite d'une opportunité au-delà des ressources que vous contrôlez .La poursuite implique que certaine détermination et concentration dans l'effort .Cela signifie que l'entrepreneur perçoit des opportunités mais il a besoin d'avoir des ressources telles que des compétences techniques spécifiques, ou un réseau c'est-à-dire la famille dans laquelle il est né ou ses collègues qui lui permettent de voir ses différentes opportunités. Donc l'entrepreneuriat est un champ d'entrepreneur qui lui permettre d'exposer et de planifiés son rêve et de réaliser quelque chose de nouveau et dans lequel il doit exercer tous ces capacités et ces compétences et l'ensemble de ses expériences personnelle sous forme d'une entreprise. ²

5.3 Femme entrepreneure :

Selon Lavoie(1988) : « L'entrepreneuriat : la femme qui, seule ou avec un ou des partenaires a fondé a acheté au accepté en héritage une entreprise qui assume les responsabilités financière et sociales et qui participe activement à ça gestion courante ». ³

L'observation de l'entrepreneuriat féminine **FUDICIAL** la définit comme « *Des femmes passionnées et déterminées qui ont choisi de créer leur entreprise ou travailler à leur compte pour avoir le contrôle sur les décisions, et gérer leur temps avec un sentiment de flexibilité, exploiter au maximum leurs capacités et les compétences avec un objectif*

¹Bensedik A., Ouchallal K.(2009). La dimension psychologique dans la réussite entrepreneuriale. *Les cahiers du Cread*, 90 :p.1-26.

² L'entrepreneuriat, Repéré à

<https://worshippersappearance.wordpress.com/entrepreneuriat/?fbclid=IwAR3qsxZIDnfukAH8JCvjIWHKfztDbzYf5ji8GR73OkGMvA-LE5dWIXjtw44>, consulté le 06/07/2020 .

³ LAVOIE « Etude des besoins des entrepreneuses propriétaire de micro entreprise privées ou travailleuses autonomes de la ville de Longueuil » Collège condition féminine CLD Longueuil, Société Conseil BPS inc, janvier 2004, p10

personnel de se réaliser à travers ce projet de vie ¹». C'est-à-dire le mot entrepreneur avec un « e » à la fin désigne que la femme est une personne autonome qui contrôle, décide gère une entreprise. Femme créatrice d'une entreprise de qualité innovante.

5.4 L'action entrepreneuriale : est mise au centre de la réflexion. L'entrepreneur accomplit certain nombre d'action spécifique le distinguant des autres telles que détecter des opportunités, élaborer une stratégie, innover ...etc.

5.6 Petites et moyennes entreprises (PME) : la définition adoptée par l'OCDEI est basé sur trois critères (les effectifs, le chiffre d'affaires, et l'indépendance de l'entreprise) « la moyenne entreprise est définie comme une entreprise employant de 50 à 250 personnes et dont le chiffre d'affaires est compris entre 200 millions et 2 milliard de Dinars.

La petite entreprise est définie comme une entreprise employant de 10 à 49 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 200 millions de Dinars et dont le total du bilan n'excède pas 100 millions de Dinars. La très petite entreprise (TPM) à la micro-entreprise, y est définie comme une entreprise employant de 1 à 9 employés et réalisent un chiffre d'affaires annuel inférieur à 20 Millions et dont le total du bilan n'excède pas 10 millions de Dinars ».²

5.7 Capital social : pour Pierre Bourdieu (1980) le capital social, lié à l'appartenance à un réseau durable, joue un rôle de démultiplicateur pour créer un capital symbolique dans les différents champs sociaux : l'école, les médias, l'art, le langage, la science, l'habitat, internet ... voir par exemple Bourdieu (1982) sur le langage.

Le capital social est ici définie comme « l'ensemble des ressources réelles et potentielles liées à la possession d'un réseau durable de la relation plus ou moins institutionnalisées de connaissances et de reconnaissances mutuelles »³

5.8 Le capital humain : C'est l'ensemble des connaissances, des qualifications des expériences, de savoir-faire qu'un individu acquies durant tout au long de sa vie et qu'on doit le cultiver pour un investissement en contre il lui permet de produire des biens et des services.

En effet, la notion fut inaugurée vers le milieu des années 60 par Gary Becker, il définit le capital humain comme « un stock de ressources productives incorporés aux individus eux-mêmes ; *« constitué d'éléments aussi divers que le niveau d'éducation, de formation et d'expérience professionnelle, l'état de santé ou la connaissance du système économique »*.⁴

6. La technique et la méthode utilisée :

Pour mener notre recherche à bon port et d'avoir des résultats fiables, il nous a été obligé de choisir la méthode et la technique la plus adéquate :

¹LAVOIE, Ibid., p33.

² Lois n°17-01d du 11 Rabie Ethani 1438 correspondant au 10 Janvier 2017, art.5 fixant la liste des hautes responsabilités de l'état et des fonctions politiques dont l'accès requiert la nationalité algériennes. :p.1-6.

³Bourdieu .P. (1980). Actes de la recherche en Science Social, le *capital social*, 31 P. 2-3.

⁴ Patrick Bouvard. (2011). Qu'est-ce-que le capital humain ? , URL <https://www.fr.adp.com/rhinfo/2011/quest-ce-que-le-capital-humain/>, consulté le 25/08/2020.

6.1 La méthode utilisée :

Le choix de la méthode s'est fait par rapport à la nature du thème de recherche et sur la problématique posé et les objectifs visés par le chercheur. Donc le cadre du présent travail nous avons estimé l'usage de la méthode **qualitative**, elle nous a permis de décrire et de mieux comprendre le rôle du capital social durant la création des PME féminin dans la région d'AKBOU, à comprendre l'origine et la nature de création, et quelle sont les motivations de ses femmes ainsi les freins qui bloque la femme à entreprendre et quel est le rôle des facteurs sociaux culturelle, quel sont les moyennes mise en œuvre pour la réalisation de leurs projet... etc. C'est pour cela il est difficile d'utilisé la méthode quantitative puisque nous ne possédons pas la liste de toutes les femmes entrepreneur d'AKBOU. Donc on a dû se référer à la démarche qualitative ce choix se justifie par le manque des études sociologiques et l'absence d'un cadrage théorique sur l'entreprenariat féminin en Algérie.

6.2 La technique utilisée :

Après avoir choisi la méthode qualitative comme la démarche la plus adéquate à notre thème de recherche, il est claire que c'est l'entretien qui s'impose comme techniques de collecte d'informations et plus précisément l'entretien non –directif, qui nous permettra de rendre en contacte directe avec nous enquêtées, avoir le maximum d'informations et puis une Précision et une profondeur dans la qualité des réponses et ce grâce à la liberté enquêtes.

6.3 La présentation du guide d'entretien :

Notre guide d'entretien contient une série de questions que nous avons réparties en (05) axes :

- **Axe N° 01** : consacré aux caractéristiques individuelles des femmes entrepreneures d'AKBOU.
- **Axe N° 02** : consacré aux coordonnées de l'entreprise.
- **Axe N° 03** : consacré au capital social des femmes entrepreneures d'AKBOU et leurs idées de création.
- **Axe N° 04** : consacré au capital personnel des femmes entrepreneures d'AKBOU.
- **Axe N°05** : consacré à la gestion de l'entreprise et les obstacles rencontrés.

6.4 Le choix des enquêtées à interrogées :

Dans notre enquête nous avons opté a utilisé la technique de boule de neige pour le choix de nos enquêtés, à chaque rendez-vous avec l'une de nos enquêtées, on lui demande si elle peut nous orienter ver d'autre femmes entrepreneure pourvoir nombre d'échantillon suffisant pour effectuer notre thématique, car il y a un manque d'informations personnelles concernant les entrepreneures de la région d'AKBOU. Mais malheureusement on n'a pas pu réaliser notre entretien car la crise sanitaire du pays et la propagation du virus (covid 19) la conséquence est la suspension de notre stage pratique, malgré plusieurs essais de les rejoindre sur les réseaux sociaux et les appels téléphoniques les enquêtées ne répondaient pas, notre recherche est purement théorique.

7. Les études antérieures :

Nous sommes basés, pour la réalisation de cette recherche sur des études qui ont été faites sur la même thématique.

Première étude : « l'entrepreneuriat féminin » cas de wilaya d'Oran.

Auteur :

Un mémoire en vue d'obtention d'un magister en sciences commerciales option management des entreprises qui est intitulé « l'entrepreneuriat féminin » cas de wilaya d'Oran qui a été réalisé par Melle DIF Aicha.

La problématique :

La problématique de cette recherche s'est penchée sur l'effet des facteurs socioculturels sur l'indépendance des femmes algériennes, ainsi leur rôle et l'importance de ces facteurs dans la création des entreprises chez les femmes. La question posée par l'auteur est la suivante :

Qu'est-ce qui motive ou démotive la femme algérienne à entreprendre ?

La méthode adoptée

Melle DIF Aicha dans sa recherche du travail a opté une méthode d'enquête qui va lui permettre d'acquérir le maximum des données statistiques chiffrées actuelles sur le phénomène « étude quantitative » à partir des entretiens effectués auprès d'une population d'études qui est « Les jeunes femmes issues de milieu universitaire », et qui comptent se lancer dans la création d'entreprise. La constitution de l'échantillon a été faite sur la base d'une liste de 20 femmes entrepreneures, mise à leur disposition par l'organisme de création de Micro-Entreprise ANSEJ.

Objectif :

L'objectif de cette recherche c'est de savoir et de découvrir l'impact des facteurs socioculturels dans la création des micro-entreprises chez les femmes algériennes et de traiter la problématique de l'intention entrepreneuriale des jeunes femmes universitaires oranaises.

Deuxième étude : « l'entrepreneuriat féminin au Maroc, une approche par le réseau personnel ».

Auteur :

Un mémoire en vue d'obtention d'un doctorat en sciences de gestion, qui est intitulé « l'entrepreneuriat féminin au Maroc, une approche par le réseau personnel », présenté et soutenu publiquement le 15 décembre 2016 par « madame Fatima Ezzahar Rachidi ép. Khalid ».

La problématique :

La problématique de cette recherche s'est focalisée sur la place et l'importance du réseau personnelle dans la construction des entreprises chez les femmes Marciennes, et de mettre en évidence les quatre préoccupations principales des entrepreneures qui sont le financement, l'amélioration des compétences par la formation, l'intégration difficile au réseau d'affaires et, finalement la conciliation entre le travail et la famille.

La question principale de cette auteure est :

Quelles (s) est (sont) la (les) configuration (s) du réseau personnelle qui permet (tant) à la femme entrepreneure d'accéder à la création et à la gestion de son entreprise ?

La méthode adoptée :

Madame Fatima Azzahar dans son travail a opté pour une méthode quantitative qui lui permet de recueillir le maximum de données chiffrées qui est généralement utilisée pour compléter la méthode qualitative, à partir d'une technique de recherche qui est « le questionnaire » effectués auprès d'une technique qui est « le questionnaire » effectués auprès d'une « population d'étude » qui est « 135 femmes entrepreneures investies totalement dans la vie de l'organisation impulsée soit des suites d'une création, une reprise ou même une succession »

Objectif :

L'objectif de la recherche c'est de définir en premier lieu les ressources auxquelles accède l'entrepreneure par le biais de son réseau personnelle aussi d'avoir identifié les caractéristiques du réseau personnel qui aussi d'avoir identifié les caractéristiques du réseau personnel qui donnent le meilleur accès aux ressources rationnelles à la fin c'est de faire identifier les pratiques éventuelles des représentations sociales liées au genre.

Troisième étude : « l'entrepreneuriat féminin et son accompagnement : cas de la wilaya de TIZI-OUZOU »

. L'auteur :

Un mémoire en vue d'obtention du diplôme de magister en science économique, option gestion des entreprises qui est intitulé « l'entrepreneuriat féminin et son accompagnement : cas de la wilaya de TIZI-OUZOU » présentés par Melle BOUGHANEM Farida au 28/02 /2008 à l'université de Mouloud Mammeri

Problématique :

La problématique de cette recherche s'est focalisée sur le rôle et la place des accompagnements et l'ensemble des dispositions dans le processus de création des entreprises chez les femmes algériennes, d'autre part à ce que les entrepreneures algériennes ont besoin de ces aides ou reste que des facteurs secondaires durant leur création, la question principale posée par l'auteur est : les femmes entrepreneures en Algérie ont-elles besoin ou non de

dispositifs d'appui et d'accompagnent à la création qui leur soient spécifiques ? Ou aux contraires, s'accommodent elles (et dans quelle mesure ?) Des dispositifs génériques existant ?

La méthodologie :

Dans ce travail de recherche Bouganeme Farida, a opté une méthode la plus adéquate à la recherche à fin d'acquérir un maximum de données « enquête de terrain » à partir d'une technique de recherche qui est « le questionnaire » s'effectué auprès d'une population d'étude « les femmes entrepreneures » ciblé partir des données de l'ANSEJ et cette technique permettant d'avoir un échantillon représentative qui touche l'ensemble des région de TIZI OUZOU , et le choix d'échantillonnage est choisir à partir d'une méthode par quotas avec un taux de sondage 10%.

Objectif :

L'objectif de la recherche c'est d'avoir le phénomène de l'entrepreneuriat féminin comme un objet d'étude spécifique en Algérie, ainsi de développer ce phénomène dans le pays et de donner plus de chance et d'opportunités à la femme a s'aventuriers dans ce domaine et d'avoir une certain égalité avec l'homme concernant les aides de l'ensemble de dispositif et d'accompagnement (ANSEJ, CNAS...).

CHAPITRE 02

Préambule :

L'Algérie a connu une transition économique très importante en raison du passage de l'économie administrée à l'économie de marché à partir de la fin des années 80. Ces changements modifiaient les rapports économique, sociaux et culturels. Le champ de l'entrepreneuriat était un facteur de développement économique et qui détermine des opportunités d'affaires et aussi sert à construire des postes du travail afin de diminuer le taux du chômage en outre participe dans le développement durable et la réalisation de la richesse du pays.

1. Genèse de développement des PME en Algérie

La majorité des PME en Algérie sont nées à partir de la fin des années 1980. La PME avant cette date n'a joué qu'un rôle secondaire. On peut distinguer trois périodes de l'évolution de la PME depuis l'indépendance.

1.1 La période 1962-1982

A la veille de l'indépendance, la plupart des PME qui existaient, étaient aux mains des colons. Juste après l'indépendance, ces entreprises ont été confiées à des Comités de gestion après le départ de leurs propriétaires étrangers ; elles furent intégrées à partir de 1967 dans des sociétés nationales.

Le premier Code des Investissements qui a été promulgué en 1963 n'a pas eu d'effets notables sur le développement du secteur des PME, et ce, malgré les garanties et les avantages qui comptait accorder aux investisseurs nationaux et étrangers.

Cette période est caractérisée également par l'adoption d'une économie planifiée à prédominance publique et d'une industrialisation basée sur des industries de biens d'équipements et des produits intermédiaires.

Le nouveau Code des Investissements N° 66/284 qui a été promulgué le 15/09/1966 a essayé de faire jouer au secteur privé son rôle dans le développement économique tout en prévoyant une place prédominante pour le secteur public sur les secteurs stratégiques de l'économie. Ce code a obligé les entrepreneurs privés d'obtenir l'agrément de leurs projets auprès de la Commission Nationale des Investissements (CNI). La complexité des procédures d'obtention d'agrément ont fait dissoudre la CNI en 1981.

A vrai dire, la PME a été considérée durant toute cette période comme « appoint » au secteur public, car toutes les politiques sont concentrées sur le développement de ce dernier laissant emmarger le secteur privé se débrouiller comme il peut. De ce fait, le promoteur privé a investi des créneaux qui nécessitent peu une maîtrise de la technologie et une présence d'une main d'œuvre qualifiée ; à savoir le commerce et les services.

Une fiscalité lourde, une législation du travail rude et la fermeture du commerce extérieure, telles étaient les principaux blocages de cette période pour l'émancipation de la PME privée.¹

1.2 La période 1982-1988

Durant cette période, de grandes réformes ont été amorcées sous toujours le système de l'économie administrée. Les deux plans quinquennaux (1980/1984) et (1985/1989) sont l'exemple de ces réformes entamées en faveur du secteur privé. Il y a eu parallèlement une promulgation d'un nouveau cadre législatif et réglementaire relatif à l'investissement privé (loi du 21/08/1982) qui a dicté un ensemble de mesures favorables aux PME telles que : Le droit de transfert nécessaire pour l'acquisition des équipements et dans certains cas des matières premières.

- L'accès, même limité, aux autorisations globales d'importations (A.G.I) ainsi qu'au système des importations sans paiement. (CNES, 2002).

Cette période est caractérisée également par certains obstacles aux PME tels que :

- Le financement par les banques ne dépasse pas 30 % du montant total de l'investissement ; Les montants investis sont limités à 30 millions de DA pour la société à responsabilité limitée(SARL) ou par actions et 10 millions de DA pour l'entreprise individuelle ou au nom collectif ;

- L'interdiction de posséder plusieurs affaires.²

1.3 A partir de 1988

L'Algérie a connu à partir de 1988 une phase de transition vers l'économie de marché, c'est ce qui l'a conduit à établir des relations avec les institutions internationales tels que le FMI et la Banque Mondiale pour atténuer la crise de sa dette extérieure d'une part, et à l'application d'un régime de politique monétaire, financière, économique et commerciale d'une autre part qui lui a dicté la privatisation de nombreuses entreprises publiques, et a contribué au développement des petites et moyennes entreprises dans certaines activités de l'économie.

Ces activités concernent la transformation des métaux ainsi que les petites industries mécaniques et électroniques. Les changements d'orientation de la politique économique et l'adoption des plans d'ajustement structurel avaient définitivement scellé le passage de l'économie vers l'organisation marchande. L'État a mis en place un nouveau cadre législatif et plusieurs réformes liées aux programmes de redressement économique, au système juridique pour le développement de l'investissement et la promotion des petites et moyennes entreprises telles que le nouveau code d'Investissement qui a été promulgué le 05/10/1993 relatif à la promotion de l'investissement Ce code a eu pour objectifs, la promotion de l'investissement, l'égalité entre les promoteurs nationaux privés et étrangers, remplacement de l'agrément obligatoire par une simple déclaration pour investir auprès des institutions administratives concernées, réduction des délais d'études de dossiers, le renforcement des garanties...³

¹ Sekiou Anwar, et all.(2017).Entrepreneuriat en Algérie Réalité et Perspective , https://www.researchgate.net/publication/316554774_Entrepreneurship_in_Algeria_reality_perspectives_-_Tlemcen_study_case ,consulté le16 /05/2020.

² Sekiou Anwar, et all.Ibid , p291.

³ Sekiou Anwar, et all.Idem.p291,292.

2. Présentation de la population des PME en Algérie :

La récession économique des années 80 due essentiellement à la chute des prix du pétrole¹ et la montée de la contestation sociale, ont poussé les pouvoirs publics algériens à se lancer dans un long processus de réformes économiques, visant à libéraliser l'économie du pays, en se tournant davantage au secteur privé, jusque -là marginalisé au profit des grandes entreprises publiques. Des réformes amorcées en 1989 et qui ont donné à la PME et à l'initiative privée une place importante dans le développement et la modernisation économique. Une volonté qui s'est traduite par une augmentation importante du nombre des PME privées.

Le tableau suivant permet de chiffrer l'évolution de cette entité, qui constitue la forme d'organisation d'entreprise la plus répandue au monde, aussi bien dans les économies développées, émergentes ou en voie de développement.¹

Tableau N° 01 : Evolution du nombre des PME privée 2004 – 2019

Année	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2019
Nombre pme privée	225449	245842	269806	293346	392013	408155	618515	658737	1171945

Source: établi par l'auteur à partir des bulletins d'information annuels du ministère de la PME.

Depuis 1993 avec l'adoption d'un nouveau code d'investissement qui se voulait être la pierre angulaire d'une nouvelle politique économique d'ouverture et de promotion de l'investissement, le parc des entreprises privées connaît une croissance continue, pour atteindre en 2011 le nombre de 658737 PME privées.

Les statistiques démontrent que près de 75% des PME recensées en 2005 ont été créés après ce nouveau code et que plus de 35% ont été créés durant les années 2000 à 2005. En 2001, les pouvoirs publics ont renforcé les dispositions relatives au développement des investissements productifs par une nouvelle loi d'orientation sur la PME, visant la promotion de l'entrepreneuriat (adoptée en mois de décembre). Ainsi le nombre des PME a considérablement accru pour atteindre 245 842 PME en 2005, soit une évolution de 9% par rapport à 2004, pour passer à 658737 PME en fin 2011.²

À la fin du 1er semestre de l'année 2019, les PME en Algérie, constituent une grande partie du tissu économique avec 1 171 945 entreprises. La majorité des PME activent principalement dans les services, l'Artisanat et le BTPH, alors que seulement 8,71% sont des PME à caractère industriel ; En Outre, le tissu des

PME souffre d'une répartition géographique inégalitaire, puisque la plupart des PME se concentrent dans le nord du pays avec une part de 70%. A cet effet, le développement de la PME constitue l'un des grands axes de la stratégie industrielle du gouvernement, qui se base sur une politique de substitution à l'importation et un développement d'une production à

¹Karim. SI LEKHAL ; et all.« Les PME en Algérie : Etat des lieux, contraintes et perspectives ».2013

²,Sekiou Anwar, et all. .Op.cit. .p31

haute intensité technologique. Mais l'enjeu est tellement énorme qu'il y va de toute l'économie nationale, pour faire émerger un climat d'affaires favorable où la PME, notamment les entreprises privées, jouera son rôle d'acteur principal dans la construction d'une économie moderne et diversifiée.¹

La PME algérienne embryonnaire en dans les années 70, connaît aujourd'hui avec l'artisanat une sérieuse dynamique, grâce à la volonté de l'Etat de moderniser le secteur économique, qui s'est faite cette fois-ci non pas par les grandes entreprises publiques, - privatisées et restructurées en PME privées -, mais essentiellement par l'émergence des entreprises privées. L'augmentation du nombre des opérateurs privés et des artisans résulte principalement des mesures d'aides incitatives pour les PME et des programmes publics d'appuis dédiés au développement de cette catégorie d'entreprise. Quant aux PME publiques, elles ne représentent qu'une petite tranche de la population des PME et des TPE, soit près de 2 % du total des entreprises. Durant cette dernière décennie leur nombre n'a pas cessé de reculer, pour passer de 778 PME en 2004 à quelques 626 en 2008, et à 591 en 2009, soit un taux de diminution de 24%. Et les effectifs quant à eux, sont passés de 52 786 en 2008 à 51 635 employés en fin de 2009. Une diminution en nombre causée, en grand mesure, par la transition d'une économie planifiée où l'Etat est le principal régulateur à un système plus ouvert où il joue le rôle d'accompagnateur, marqué par la restructuration et la réorganisation du secteur public, dont la privatisation des grandes compagnies dites « nationales » est un élément fondamental.²

La répartition selon les secteurs d'activités des PME créées correspond aux besoins de l'économie algérienne en transformation vers une économie d'initiatives privées. Les projets d'investissements se sont orientés davantage vers des secteurs de services, du bâtiment et des travaux publics. Ce choix s'explique principalement par la conjoncture économique actuelle, marquée par une embellie des finances publiques, qui a permis le lancement de trois plans quinquennaux pour la consolidation de la croissance économique nationale. Les entreprises du secteur du bâtiment et des travaux publics (BTP) ont connu un nombre important d'investissements, pour atteindre 122 238 unités en 2009, alors que leur nombre n'était que de 90 702 PME en 2006, soit un taux de croissance de 34,77%. Une évolution qui résulte en grande partie de la sous-traitance des projets des grandes infrastructures initiés par l'Etat depuis les années 2000 (autoroutes Est-Ouest, routes, programme de 2 millions de logements, nouveaux barrages...) mais aussi il faut souligner la rentabilité de ce secteur, comme appât pour les nouveaux promoteurs.

Tout comme le secteur du BTP, le domaine des petits commerces et de la distribution a aussi enregistré des progrès, pour passer de 46 641 unités en 2006 à 60 138 entreprises en 2009, soit 13 497 nouvelles PME sur la période de 2006 - 2009, avec un taux de croissance de 8,26 % par rapport à 2008. On trouve aussi parmi les secteurs porteurs celui des transports et communications, avec 3 345 nouvelles créations, pour atteindre un nombre total de 30 871

¹ Bulletins d'information statistique de la PME, n°35, 2019, direction générale de la veille stratégique des études et des systèmes d'information, consulté le 31/06/2020.

² Karim. SI LEKHAL , et all, Op.cit.P.31.

Chapitre 2 : PME, et l'Entrepreneuriat en Algérie

PME en 2009, soit un taux d'évolution de 6,88 % par rapport à 2008. Il est suivi des services fournis aux ménages qui ont connu une croissance annuelle de 1 860 nouvelles créations en 2009, pour atteindre un total de 24 108 PME, soit un taux de + 7,01 % par rapport à 2008 ; les services fournis aux entreprises avec un total de 20 908 unités en 2009, soit + 5,57% par rapport à l'année précédente et le secteur de l'industrie alimentaire avec ces 634 nouvelles unités, pour arriver à un total de 17 679 entreprises à la fin de l'année 2009 ¹, la population globale des PME s'élève en 2019 à 1171945 entités dont plus de 56% sont constituées de personnes morales, parmi lesquelles on recense 244 Entreprises Publiques Economiques (EPE). Le reste est composé de personnes physiques (44%) dont 21% de professions libérales et 23% d'activités artisanales.²

Tableau 1 Population globale des PME à fin S1/2019

Tableau 1 Population globale des PME à fin S1/2019

	Type des PME	Nombre de PME	Part (%)
1		PME privées	
	Personnes morales *	659 573	56,28
	Personnes physiques**	512128	43,70
	dont profession libérales	243759	20,80
	Dont activités artisanales	268369	22,90
	S/Total 1	1 171 701	99,98
2		PME publiques ***	
	Personnes morales	244	0,02
	S/Total 2	244	0,02
	Total	171 945	100,00

Source :

CNAS*

Casons**

ECOFIE***

¹Karim. SI LEKHAL , et all,Op.cit.pp33.34

²Bulletins d'information statistique de la PME. Op.cit. .p.7

3. LA NOTION D'ENTREPRENEUR : une approche multidisciplinaire

Il existe plusieurs théories qui sont liées à l'entrepreneur chacune d'elle s'appuyant sur un aspect particulier de l'entrepreneur ;

3.1 Les économistes :

Pour Cantillon (1755) et Say (1803), l'entrepreneur est un preneur de risque puisqu'il investit son argent. Cantillon (cité par Fillion, 1997) précise que l'entrepreneur achète (champ de l'entrepreneuriat, historique, évolution, tendances) une matière première à un prix certain pour la transformer et la revendre à un prix incertain. C'est donc quelqu'un qui sait saisir une opportunité en vue de réaliser un profit, mais qui doit en assurer les risques.

Say fera une différence entre l'entrepreneur et le capitaliste et associera le premier nommé à l'innovation en le voyant comme un agent de changement. Schumpeter (1928) à son tour, insistera sur l'aspect fortement innovateur de l'entrepreneur : « l'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la perception et l'exploitation de nouvelles opportunités dans le domaine de l'entreprise... ». De nouvelles combinaisons de ressources lui permettent de mettre en œuvre et réaliser ses idées. Il démontre que l'entrepreneur participe de façon très importante au développement économique.

Bien d'autres auteurs ont repris ces thèmes par la suite et leur lecture nous autorise déjà à repérer quelques mots clés déterminant l'acte d'entreprendre : prise de risque, incertitude, opportunité, innovation, combinaisons nouvelles de ressources, développement économique.¹

3.2 Les psychologues et spécialistes du comportement humain

Les travaux de David C. Mc Clelland (1961) ont essayé de faire comprendre le système de valeurs et les motivations de l'entrepreneur. Mc Clelland a révélé deux dimensions essentielles qui détermineraient un comportement d'entrepreneur : le besoin d'accomplissement et le besoin de puissance ; le besoin d'accomplissement pousse un individu à être responsable de la solution de ses problèmes et en conséquence à se fixer lui-même les objectifs aptes à l'épanouir. Le besoin de puissance, moins étudié, passerait par une volonté plus ou moins explicite d'occuper une place prédominante dans un système.

Michel Palmer (1987) indique que les personnes ayant un fort besoin d'accomplissement comparées à celles qui ont une faible motivation sur ce plan, sont caractérisées par la préférence pour des tâches présentant un risque qui les implique, un travail plus dense dans des occupations qui requièrent une certaine force mentale.

Meyer Friedman et Ray H. Roseman (1974) reprennent en partie des positions de Mac Clelland en isolant le « facteur A » propice à la création d'entreprises : le facteur A est « un

¹ACADEMIA.edu, cadres et entrepreneuriat. 2003 .URL :

https://www.academia.edu/983393/NOUVEAUX_MOD%C3%88LES_DORGANISATION_ET_TRANSFORMATIONS_DE_LA_FONCTION_DENCADREMENT_DANS_LES_ORGANISATIONS_MUNICIPALES , consulté le 1 /07 /2020

ensemble complexe d'actions et d'émotions qui peut être observé chez toute personne vivant de façon constante et agressive un combat personnel pour réaliser de plus en plus de choses en moins en moins de temps ».

Dans une étude de 1992 « Faire le pas, recherche sur les créateurs d'entreprises » Paul Rasse et Denis Parisot font apparaître trois valeurs clés que nous retrouvons souvent à la lumière de l'observation pratique au sein du Centre des Entrepreneurs d'E.M.LYON : Volonté de s'exprimer et de se réaliser ; Besoin d'indépendance et de liberté ; Le goût d'entreprendre et de diriger.

Nous concluons avec L.J. Fillion (1997) en disant que l'entrepreneur, homme social, est un produit de son milieu. Plusieurs auteurs ont montré que les entrepreneurs reflètent les caractéristiques du temps et du lieu où ils ont évolué (Ellis 1983, Gibb et Ritchie 1981). En ce sens, les cultures, les besoins, les habitudes d'une région façonnent les comportements. L'approche par les traits est centrée sur l'individu entrepreneur, les « gestionnaires » viendront compléter cette vision en intégrant l'environnement et surtout l'organisation.¹

3.3 Les gestionnaires

Dans un article publié en 1989 (whatis an entrepreneur ? is the wrong question) Gartner conscient de l'insuffisance de l'approche par les traits, se propose d'étudier ce que fait l'entrepreneur et met l'accent sur la création d'une organisation, résultat de multiples influences intervenant dans un processus complexe. « La recherche sur l'entrepreneur devrait se focaliser sur ce que fait l'entrepreneur et non ce qu'il est ».

L'entrepreneur : Selon Michel Coster et Hugues Silvestre ,l'entrepreneur est au cœur du phénomène entrepreneurial et sa volonté d'entreprendre repose sur l'envie d'imaginer, réaliser et développer un projet en disposant d'une marge de manœuvre maximum pour mettre en œuvre sa "vision du monde" dans le système de valeurs qui est le sien. Le désir premier est donc d'imprimer le projet de sa marque afin qu'il se reconnaisse à travers l'entreprise née de son imagination, l'appropriation symbolique du projet est alors possible, le porteur trouve un sens à ses actions et pourra s'engager passionnément dans la réalisation quotidienne de son "œuvre". Entreprendre est donc par essence un acte de création, et l'aventure créative est avant tout solitaire..., et intéressante si elle est "challengeant" donc risquée. Elle s'inscrit cependant dans un contexte économique qui soumet l'entreprise à des lois de pérennité rentabilité-développement qui vont souvent obliger l'entrepreneur à ouvrir son projet à d'autres en craignant fort de voir "sa création" lui échapper, entraînant éventuellement son désengagement total ou partiel. Une grande partie du comportement entrepreneurial d'un individu se joue dans sa capacité à résoudre le dilemme prise de risque/réduction de la tension/risque calculé matérialisée par le passage du "je" au "nous". C'est au prix de cet arbitrage conscient, harmonieux et accepté entre logique personnelle et logique économique

¹ACADEMIA.edu Op.Cit.P.7-8

qu'une personne construira une adéquation homme/projet et remplira sa fonction d'entrepreneur.¹

4. Les paradigmes de l'entrepreneuriat

Un paradigme est une « construction théorique faisant l'objet d'une adhésion d'une partie suffisamment significative des chercheurs qui, au sein de la communauté ainsi constituée, partage le point de vue proposé par le paradigme. Par la construction théorique, on peut dans un premier temps entendre : concepts, modèle, théorie ou tout autre qualificatif résultant d'une intellectualisation d'un projet ou d'une notion ».²

4.1 Le paradigme de l'opportunité d'affaire :

Cette perspective définit l'entrepreneuriat comme la capacité à créer ou à repérer des opportunités et à les exploiter. Shane et Venkatraman(2000) précisent que l'entrepreneuriat ne requiert pas systématiquement la création d'une nouvelle organisation, mais l'acceptation qu'ils ont de cette dernière manifestation se réduit au sens classique de la création d'une entreprise. La détection des opportunités provient souvent d'une recherche plus ou moins explicite d'informations. Ces dernières conduisent à la construction d'une opportunité, ou plutôt la mise au point plus au moins avancée d'une idée qui quelle peut éventuellement être une opportunité d'affaires.

Au total, ce paradigme s'intéresse aux sources des opportunités, au processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation de celle-ci, ainsi qu'aux individus qui les découvrent, les évaluent et les exploitent.³

4.2 La création d'organisation :

Ce courant de pensée définit l'entrepreneuriat comme la création d'une Organisation par une ou plusieurs personnes (Gartner, 1990). La notion D'organisation ne s'y réduit pas à celle d'entreprise.⁴

4.3 Le paradigme de l'innovation

Dans la lignée des travaux de Schumpeter (*cf.* chapitre 3, sur l'entrepreneuriat et l'économie), ce courant accorde une importance capitale à l'innovation dans la définition de l'entrepreneuriat, l'innovation permettrait également de différencier les entrepreneurs des propriétaires-dirigeants des PME. L'innovation peut prendre de nombreuses formes différentes (nouveaux produits ou services, nouvelles sources de matières premières, nouvelles méthodes de production, de distribution ou de vente, nouveaux marchés, nouvelle organisation...), mais c'est elle qui constituerait le fondement de l'entrepreneuriat.

¹ACADEMIA.edu.Op.Cit.P.9.

² Verstraete thierry ,et all. (2004). Quatre paradigmes pour cerner le domaine de recherche en entrepreneuriat, 7^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Association Internationale de Recherche en Entrepreneuriat et PME. Montpellier.PP1-14.

³Janssen, Frank. *Entreprendre.* (2016) .2e édition. France : Beoch supérieur,p 464.

⁴Verstraete thierry,et all. Op.Cit.p32.

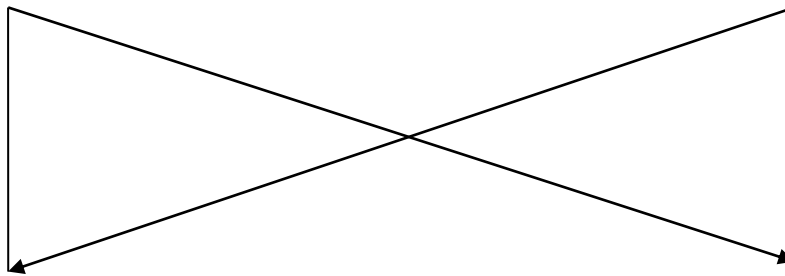
L'innovation peut prendre de nombreuses formes différentes (nouveaux produits ou services, nouvelles sources de matières premières, nouvelles méthodes de production, de distribution ou de vente, nouveaux marchés, nouvelle organisation...), mais c'est elle qui constituerait le fondement de l'entrepreneuriat.¹

4.4 Le paradigme de la création de la valeur :

Ce courant de pensée définit l'entrepreneuriat comme un phénomène ou un processus créant de la valeur, qu'elle soit économique ou social. L'entrepreneuriat est souvent considéré comme créateur de richesse et d'emplois pour la nation, la création de valeur a été empiriquement identifiée comme un thème situé au cœur de l'entrepreneuriat par Bruyat(1993) :l'objet scientifique étudié dans le champ de l'entrepreneur-ship est la dialogique individu/création de la valeur ».pour cet auteur, le champ de l'entrepreneuriat s'ancre dans la relation liant un individu et la valeur nouvelle que ce dernier crée ou peut créer.

Autrement dit, la valeur réalisée par un projet ne sera créée qu'avec l'intervention de l'individu et ce dernier ne sera pas qualifié d'entrepreneur tant que la création de valeur n'a pas eu lieu.²

Paradigme d'opportunité=====création organisationnelle



Paradigme d'innovation=====Paradigme de création de valeur

Figure 1 : Représentation de quatre paradigmes de l'entrepreneuriat et de leurs liens³

Source:VERSTAETE. T., & FAYOLLE. A. 2005. P44].

- **Liens 1** : pour exploiter une opportunité d'affaires, il convient, d'une façon ou d'une autre, de s'organiser les ressources diverses se cristallisent en une organisation,
- **Liens2** :L'organisation ne peut exister durablement (et l'entrepreneur conserve son statut par rapport à cette organisation-là) sans fournir à ses parties prenantes la valeur qu'elles attendent et dont elle tire les ressources nécessaire à son fonctionnement,

¹ Verstraete thierry,et all.Op.Cit.p33.

²Janssen, Frank, Op.Cit.p33.

³ Verstraete thierry et all.Op.cit.p16.

- **Liens3** :Lorsque la valeur apportée est importante, une innovation en est souvent à l'origine, qu'elle soit organisationnelle technique ou commerciale .moins radicalement, si l'on rapproche innovation et nouveauté ,l'organisation naissant du phénomène entrepreneurial est nouvelle (même si elle s'appuie sur une entité préexistante), la valeur apportée est donc nouvelle (nouvelle parce que venant d'une nouvelle organisation, ou plus radicalement cette fois-ci par ce résultat d'une offre originale).
- **Liens4** :une innovation peut correspondre à la construction d'une opportunité mise sur le marché(on peut voir l'innovation aussi comme un processus de socialisation d'une nouvelle technique, organisation ou façon de commencer), à la fourniture d'un nouveau produit ou service,(nouveau radical ou nouveauté pour la population localement servie), à l'apparition d'une organisation nouvelle au sein du marché ou du secteur.
- **Liens5** : toute exploitation d'une innovation, à l'instar d'une opportunité, appelle une organisation et l'existence de celle-ci favorise les interactions créatives nécessaires à l'innovation.
- **Liens6** : une opportunité n'est exploitée que si elle est perçue comme susceptible de dégager de la valeur au moins pour celui qui l'a identifiée (l'identification peut renvoyer à la détection, à la construction ou à la combinaison des deux).¹

5. Les organes de promotions et d'accompagnement à la création d'entreprise :

Le nombre de femmes en Algérie a connu une évolution remarquable du fait de l'existence de nombreux programmes de soutien à l'entrepreneuriat en Algérie sensées apporté un appui public d'aide et de soutien à la création d'entreprise.

- **ANGEM :**

Créée en 2004, l'Agence représente un autre outil de lutte contre le chômage et la fragilité sociale grandissante, dont l'objectif est de soutenir le développement des capacités individuelles des citoyens à s'auto-prendre en charge, en créant leur propre activité économique. Elle est représentée sur l'ensemble du territoire national par un réseau de 49 agences de wilayas, assistées par des antennes d'accompagnement dans 85% des Daïras. Elle a repris le portefeuille des crédits accordés par l'Agence de Développement Social. Depuis 2005, les microcrédits inférieurs à 30 000 DA sont décaissés directement par l'Agence. Pour les montants considérables, l'ANGEM a signé des conventions avec les banques publiques (BNA, BADR, BDL, BEA, CPA).²

¹ Verstraete thierry, Op.Cit. p17

²Karim Si Lekhla., Et all.Op.Cit .p .44.

- **(ANDI) :**

Cette agence a été créée en 2001, c'est un établissement public à caractère administratif pour fournir des services aux investisseurs nationaux et étrangers, elle est sous la tutelle du chef de gouvernement, elle a comme but principal la simplification des procédures et des formalités pour la création d'entreprise.¹

- **ANSEJ :**

C'est un dispositif qui permet aux jeunes chômeurs (19 à 35 - 40 ans) de créer leur propre emploi et de réaliser leur projet professionnel, selon leurs qualifications, en étroite collaboration avec les banques publiques. Mise en place en 1997, il appuie les créations et le financement des micro entreprises mais aussi leur expansion. Considéré comme le plus important dispositif de lutte contre le chômage en Algérie, avec la création de 274 741 emplois permanents en 2008. Or son taux de réalisation dans les projets ne dépasse pas les 56 % dans ces meilleures cas, et l'ensemble des projets financés est d'environ un tiers seulement par rapport à l'ensemble des projets retenus. Il y a donc une forte déperdition entre le nombre de projets retenus et le nombre d'investissements réalisés. Une carence à combler et des ajustements impératifs à apporter à ce dispositif d'insertion des jeunes chômeurs, qui compte pas moins de 53 agences à travers le territoire national, afin d'améliorer ses résultats et son efficacité.²

- **CNAC :**

A partir de 2004 et dans le cadre de la politique nationale de lutte contre le chômage et la précarité, la CNAC a mis en œuvre un dispositif de soutien à la création de l'activité économique, par un appui financier aux chômeurs de 30 à 50 ans, en offrant plusieurs avantages, pour un montant d'investissement pouvant atteindre 10 millions de DA, la possibilité d'extension de la capacité de production des biens et des services pour les entrepreneurs déjà en activité. Concernant les risques de crédits,

L'organisme accompagne les banques partenaires par un fonds de garantie couvrant 70% du montant du crédit accordé. Le dispositif inclut un système de bonification des taux d'intérêts, la réduction des droits de douanes, des exonérations fiscales et dans le souci de préserver les nouvelles TPE un service d'accompagnement et de formation des dirigeants-chômeurs est assuré par les équipes conseillères de la Caisse.³

¹ Décret exécutif n°01-282 du 24 septembre 2001 portant attribution, organisation et fonctionnement de l'agence nationale de développement de l'Investissement.

² Karim Si Lekhla., Et al. Op-Cit.. p.44

³ Décret exécutif n°94-188 du 6 juillet 1994 portant statut de la caisse nationale d'assurance chômage.

6. Le rôle de l'entrepreneuriat dans la croissance économique et social :

Pour une économie en croissance, une entreprise est un levier très important. La création de nouvelles entreprises est un moteur clé de la croissance économique et contribue à la revitalisation de l'économie. De plus, la présence de cette dernière est affectée par un impact économique intervient pour faciliter et faciliter la communication entre des acteurs dont les préférences et la disponibilité des ressources ne sont pas les mêmes. D'un autre côté, ils jouent un rôle important dans la reconstruction de la base commerciale des entreprises, ce qui est important pour le développement économique et la création d'emplois. D'autre part, l'esprit d'entreprise peut être un outil contre le chômage et l'insécurité des jeunes.

Conclusion :

Ce chapitre vise à montrer les éléments essentiels qui contribuent à la création des PME en Algérie. Nous avons énumérer, par la suite les différents programmes et les mesures d'aide dédiées au développement des PME.

CHAPITRE 03

Préambule :

L'étude de la femme entrepreneur considère une sorte d'action pour s'échapper de la culture de soumission et de compréhension de leurs spécificité socioculturelles est nécessaire. A ce stade nous allons voir est-ce –que l'environnement Algérien facilite et encourage à créer sa propre entreprise.

1.1 L'apparition de concept d'entrepreneuriat féminin :

L'entrepreneuriat féminin, est situé dans les problématiques du développement du travail féminin et de l'entrepreneuriat (Anne Gillet, 2003).La féminisation de l'entrepreneuriat est née avec l'apparition de la théorie du genre .Ainsi la question de la femme entrepreneure a fait l'objet de beaucoup d'attention de la part des chercheurs et des médias. ¹

1.2 Théorie du genre :

“L'approche- genre

‘suppose d'examiner les déférente opportunité offertes aux hommes et aux femmes, les rôle qui leur sont assignés socialement et les relations qui existent entre eux .Il s'agit de composantes fondamentales qui influent sur le processus de développement de la société et sur l'aboutissement des politiques ,des programmes et des projets des organismes nationaux et internationaux. Avec cette nouvelle vision, chaque individu joue un rôle spécifique dans le développement économique et social qu'il soit homme à la femme.²

1.3 Bref historique :

- En 1970, l'approche viser le bien être de la femme (FED) avec cette approche où les femmes sont des bénéficiaire passives de l'aide et non des actrices du développement .Cette approche a mis l'accent sur le rôle reproductif : mères, épouses, elle opte pour l'allègement des tâches dans le cadre de leurs rôle sociaux.
- En 1975 dans la conférence de Mexico, que les femmes sont vues comme des actrices des économies et de la société, leur rôle productif est pris en compte cette nouvelle approche nommé (IFD) ³«**Vise a intégrer les femmes dans le processus en suscitant leur participation aux projets de développement et en créant des projets spécifiques pour les femmes afin d'améliorer leurs condition de vie**»⁴.Cette approche se traduit par des stratégies innovantes telle que l'accès aux Microcrédit .Malgré ses stratégies cette approche n'a pas améliorer la situation des femmes, du fait qu'elle négligeait les obstacles liés de pouvoir de conflit de relation entre les sexes.

¹ Dif A. (2010).L'entrepreneuriat Féminin. Mémoire de magister : Mangement des entreprises, Universitéd'Oran2, p187.

² Ibid. p15.

³ Dif A.Idem. p16.

⁴ Difa. A.Ibid.p16.

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

- En 1990, l'approche (GED) globale du développement ¹tient en compte l'ensemble des rapports sociaux dans une communauté donnée et plus précisément, les rapports entre hommes /femmes et vise à les transformer vers des rapports plus égalitaire en vue d'un développement humain durable. ²
- En Algérie, en juin 1993c'était la naissance de SEVE une volonté de chef d'entreprise et dirigeante de participer au développement économique du pays et de donner une place aux femmes ayant choisit un parcours atypique celui d'entreprendre et d'investir.

2. Le profile de la femme entrepreneure en Algérie :

Anne Gillet (2003), propose une première classification socioprofessionnelle de la femme chef d'entreprise algérienne, à savoir :³

- **Femme issue d'une « construction familiale »** : Ce sont des femmes qui ont suivi peu d'études et qui ont travaillé dès leur jeune âge, elles ont un parcours « atypique ». D'autre ont créé leurs entreprises à un âge jeune avec l'aide de la famille et un capital élevé de départ.
- **Femme héritière d'entreprise « Héritage entrepreneurial d'entreprise »** : Il s'agit de femmes d'un certain âge, qui héritent de leurs maris et qui reprennent avec succès et compétence la direction de l'entreprise. Elles n'ont généralement pas suivi d'études. D'autre qui sont jeune héritières de leur père et qui ont fait des études universitaires poussées arrivent à développer des pratiques de travail nouvelles.
- **Jeune femmes créatrice d'entreprise soutenu d'un réseau familial « Tradition familiale entrepreneuriale »** : Ce sont des jeunes femmes qui se lancent dans la création d'entreprise dont le niveau d'études se situe au baccalauréat. L'aide leur vient de la part du père et/ou du mari qui ont déjà une entreprise. Ces jeunes femmes créeront leurs entreprise à partir des ressources financière personnelles et familiales (grâce aux réseaux sociaux).
- **Femme issue du milieu universitaire « Un aboutissement logique des études »** : Certaines professions comme professions libérales sont un aboutissement logique de fin de parcours universitaire. Elle implique la création d'entreprises avec quelques salariées (cabinet d'étude ou juridique). Les jeunes femmes qui créent ces activités recourent à des économies personnelles ou à l'aide de la famille.
- **Femme innovatrice** : Ces femmes chefs d'entreprises développent des idées de produits ou de services nouveaux, qui accompagnent et facilitent les évolutions des femmes en Algérie. Anne Gillet, cite l'exemple de celles qui ont développé l'idée originale de rendre service aux femmes qui travaillent et n'ont plus le temps de préparer tous les repas selon un mode traditionnel.

¹ Difa. A.Op.Cit.p16.

² Ibid.p16

³ Idem.pp 33-34.

- **Femme issue du milieu professionnel** : Ce sont les femmes qui ont eu un parcours professionnel comme « ouvrières » dans une entreprise, et qui décident de créer dans le même domaine professionnel (habits traditionnels) ou celles qui ont eu un parcours d'études poussées (en économie et gestion) puis occupent un poste de cadre dans une administration commerciale. Anne Gillet précise que le choix de la création est le fruit de l'exercice d'un métier, d'une conviction sociale et des opportunités locales (ateliers de tricot artisanal).

3- Les caractéristiques de la femme entrepreneur :

Se forge à travers plusieurs éléments : Son éducation dans un milieu, ses origines sociales, sa situation familiale, les motivations qui sont à l'origine de la décision d'entreprendre, l'âge de cette dernière.

❖ **L'âge** : l'importance de cette variable réside dans son influence sur le parcours entrepreneurial des femmes. Ainsi Liles (1974) avait conclu que la maturité d'entreprendre pour les femmes est atteinte entre 25 ans et 45 ans. Il décrit cette situation comme étant « la période du libre choix où l'on a confiance en soi et où l'on dispose d'une base financière suffisante tandis que les contraintes familiales sont moindres.

❖ **Le niveau d'éducation et de formation** : L'importance du niveau d'instruction qui est fortement corrélé au processus d'acquisition du statut d'entrepreneur et le type de création. En effet, les femmes ayant un niveau de formation moins élevé sont généralement dans un processus de création. En effet, les femmes ayant un niveau de formation moins élevé sont généralement dans un processus de création par nécessité alors que celles ayant un niveau de diplôme plus élevé sont plus souvent dans des processus de création volontaires avec l'idée de saisir des opportunités.

❖ **La situation familiale** : Les femmes de par son rôle perçu comme naturel et sa responsabilité sociale, qui consiste à assurer les charges familiales, la question d'assurer l'équilibre entre vie familiale et vie professionnelle ceci rend légitime ou plutôt nécessaire d'analyser leur situation familiale, à travers le statut matrimonial, le nombre d'enfant à charge, la répartition du temps entre famille et travail, etc. Ainsi, le statut matrimonial joue un rôle déterminant dans l'acte d'entreprendre, dans la mesure où les femmes célibataires n'envisagent pas leur carrière entrepreneuriale de la même manière que les femmes mariées où celle ayant des enfants à charge. Dans la mesure où le mari peut constituer soit un frein soit un stimulateur pour la création d'entreprise.

❖ **L'expérience antérieure** : Sur ce point, la communauté des chercheurs semble être en accord sur le fait que de grandes différences existent entre les hommes et les femmes entrepreneures. En effet, plusieurs recherches ont montré que ces dernières semblent souvent moins qualifiées que les hommes, possèdent moins d'expérience professionnelle en gestion d'entreprise et dans le secteur d'activité dans lequel elles se lancent, et manquent de compétences au niveau financier, managérial et entrepreneurial.¹

4. Les facteurs influençant l'entrepreneuriat des femmes en Algérie :

Selon les sociologues, les structures professionnelles, familiales et relatives à la vie sociale, influencent l'accessibilité des femmes aux emplois (Aldirsh 1989). D'autre part, la capacité d'accueil de la participation des femmes dans le domaine de l'entrepreneuriat est en rapport avec les exigences et les valeurs culturelles de leur société qui sont différentes d'un pays à l'autre.

La présence de ces écarts de structures sociales, entre les pays développés et ceux en voie de développement, justifie la nécessité de les étudier en relation avec la création d'entreprises par les femmes. Gnyawali et Fogel (1994) envisagent « l'environnement entrepreneurial » comme un amalgame des facteurs qui jouent un rôle important dans le développement de l'entrepreneuriat : les facteurs macroéconomiques, culturels, sociopolitiques ont un rôle au niveau de la tendance et du potentiel des individus, quant au choix des activités entrepreneuriales et de l'accès aux moyens et aux services encourageant le processus de lancement dans les affaires.²

Les facteurs d'ordre économique :

Un facteur important qui pousse de nombreuses femmes à créer une entreprise ou du moins à exploiter une activité économique. En effet, un grand nombre de femmes de milieux défavorisés décident d'exploiter leur savoir-faire en échange de revenus afin d'améliorer les conditions de vie de leurs familles.

L'accès au financement constitue un autre facteur économique qui peut encourager ou inhiber l'entrepreneuriat des femmes. Les entreprises féminines sont généralement de petite taille et disposent de peu de moyens pour favoriser leur expansion. Elles dépendent surtout de l'autofinancement ou du financement familial. En principe, aucune loi ne limite l'accès au crédit des femmes ; les institutions financières offrent des services à l'ensemble de la population sans discrimination.³

¹ ADJOUT S., ARABI Kh : Les femmes entrepreneures : Caractéristiques personnelles et trajectoires socioprofessionnelles, cas de la wilaya de Bejaia . [PDF](2014), URL http://me.univ-biskra.dz/images/me_seminaire/2014/pdf_fr/smf214.pdf , consulté le 22/07/2020

² Boughanem.F.Op.Cit p.212

³ Boughanem.Ibid. p83.

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

Les facteurs d'influence sociaux culturels :

Les principaux facteurs socioculturels identifiés au cours de notre étude de la littérature sont les normes sociales (les coutumes, le regard de la société à l'égard de l'entrepreneuriat féminin, les modèles présents dans la famille, chez les amis et les proches), les conflits dans le travail et la famille et les catalyseurs sociaux. En Algérie la répartition sexuelle des rôles ne favorisent pas toujours, pour les femmes, la disponibilité nécessaire à la conduite d'une entreprise. la conciliation des rôles liés à la production et à la reproduction et l'absence de service et de technologies appropriées pour alléger les corvées des femmes constituent des obstacles importants au développement de l'entrepreneuriat féminin.

Les stéréotypes le concept de bonne réputation des femmes, et par extension de leur famille, est également une valeur centrale dans la société algérienne.

Ce concept et ses diverses facettes a un impact sur ce qui est considéré comme étant une attitude ou une activité respectable ou acceptable pour une femme, dans certains milieux les femmes ne sont pas encouragées à s'investir dans des activités qui demandent de fréquents déplacements ou de nombreux contacts avec des hommes ou dans un environnement d'hommes.¹

Les facteurs d'ordre juridique :

Bien que des changements soient survenus au courant des dernières années, la législation algérienne demeure discriminatoire à l'égard des femmes. Le code de la famille qui régit le statut de mineur pour la durée de sa vie : elle est sous l'autorité et dépend de son père avant le mariage, et de son mari une fois mariée .L'homme agit en tant que chef de famille, la femme n'est aucunement obligée d'y contribuer par contre, elle a un devoir d'obéissance envers son mari et est responsable des taches d'entretien domestique.

Dans les faits, les femmes sont de plus en plus nombreuses à travailler et elles utilisent une bonne partie de leurs revenus pour l'entretien des enfants, l'amélioration de l'habit, les soins de santé et l'éducation. Lors du mariage, la séparation des biens est la norme : »les époux sont libre de gérer leurs biens comme ils entendent, la femme à l'entière liberté d'administrer et de disposer de ses biens sans aucun pouvoir sur les biens de son épouse ». ²

La scolarisation des filles :

Malgré les efforts entrepris depuis quelques années pour encourager la scolarisation des enfants des deux sexes, force est de constater que les petites filles (notamment des certaines des régions rurales) n'accèdent pas à la scolarisation de la même façon que les garçons. Les raisons sont d'autant d'ordre structurel (absence d'infrastructures, pauvreté ...).

¹Boughanem.F. Op.Cit.p84.

²Ibid.p87.

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

La formation professionnelle :

On remarque que les filles s'inscrivent de plus en plus dans des programmes de formation professionnelle, mais elles demeurent encore largement minoritaires. En 2000, elle représentait 43% des effectifs du système de la formation professionnelle, les filières de la formation offertes aux filles contribuent à renforcer la position des femmes dans les secteurs « traditionnellement » féminin. Principalement formée dans la filière de l'artisanat, de la santé.¹

3-L'intérêt pour l'entrepreneuriat féminin :

L'évolution des facteurs sociologiques encourage les femmes à pénétrer le monde du travail. Depuis la Seconde guerre mondiale, l'influence des femmes n'a fait qu'augmenter sur le marché du travail occidental, motivées en partie par leur besoin d'indépendance financière et d'auto-suffisance. Il faut y ajouter aussi l'incapacité d'une seule paie à répondre aux besoins financiers de nombreuses familles de la classe moyenne, la croissance du taux de divorces et l'augmentation du nombre de femmes vivant seules.

De plus, les valeurs et les attitudes envers le travail payé ont changé, ce qui encourage les femmes en sécurité financière à chercher néanmoins leur épanouissement à l'extérieur du foyer.

Les premiers travaux en entrepreneuriat avaient été centrés principalement sur les entrepreneurs masculins en raison de la représentativité de cette catégorie au regard de sa proportion. C'est seulement à partir de la fin des années 1970 que l'entrepreneuriat féminin a commencé à émerger, commençant par l'étude des caractéristiques psychologiques et sociologiques des femmes entrepreneurs.

L'entrepreneuriat au féminin peut être considéré comme un champ d'étude autonome. En général, les chercheurs semblent devenus plus conscients de la sensibilité des différences entre les sexes, et le genre devient de plus en plus employé comme une variable de contrôle. Il ne s'agit plus de s'intéresser au sexe de l'individu mais à sa manière de diriger son entreprise.²

Conclusion :

Dans ce chapitre, nous avons étudié l'aspect et la place de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, Cependant l'intention à la création d'entreprise comme étant les résultats push « nécessité ou l'insatisfaction de la femme et/ou pull par l'opportunité qui selon elles le privilège de créer une entreprise et de la gérer. Il s'agit aussi tout particulièrement d'analyser les réalités de l'environnement socioéconomique, dans lequel évoluent nos entrepreneurs, de cerner de près leurs caractéristiques et les obstacles qui entravent leur essor effectif.

¹Boughanem.F.Op.Cit .p88.

² Himrane.M. (2017).La place de l'entrepreneuriat féminin dans la sphère économiques. *Journal de la génération des droits de l'homme*, N°18, p117.

CHAPITRE 04

Préambule :

Ce chapitre est divisé en cinq grands titres qui vont illustrer le capital social des femmes entrepreneurs sous ses différents angles, ses dimensions et aspects .En outre, leur capital humain à savoir la notion du capital humain, son développement et leurs formations. Et nous terminerons par les facteurs de profile de l'entrepreneur féminin en Algérie, facteurs de motivation au final les freins qui bloquent ses dernières.

1. Les dimensions et la notion du capital social :

Une autre approche a été proposée par Nahapiet et Ghosal (1998) et donne une définition multidimensionnelle du capital social: structurelle, relationnelle et cognitive¹.

- **La dimension structurelle** : concerne la morphologie des réseaux et analyse l'ensemble des connexions entre les acteurs, la densité, la hiérarchie et la connectivité des liens.
- **La dimension relationnelle** : fait référence à l'amitié, à la confiance, aux obligations, aux normes et à l'identification, cette dimension a trait aux contenus des relations, ce que les réseaux véhiculent et les normes qui les régissent.
- **La dimension cognitive** : à travers les représentations et les interprétations courantes qui permettent une compréhension commune de la façon appropriée d'agir, en fournissant un ensemble de normes acceptables et un système de signification partagée. Ce capital cognitive permet la compréhension des objectifs collectifs, fournit un langage commun et une vision partagée dans l'interaction et l'échange des connaissances. »²
- **La dimension structurelle** : La dimension cognitive la dimension relationnelle caractéristiques les liens du réseau la configuration du réseau la stabilité du réseau la transférabilité du réseau le langage et les codes les récits la culture les buts la confiance les normes les obligations l'identification.³

Sociologue chevronné, Coleman s'intéresse à l'étude de l'action individuelle en tant que déterminent des structures sociales .Il considère le capital social par sa fonction , « ce n'est pas une entité unique, mais une variété d'entités différentes qui ont deux caractéristiques en commun :elles constituent toutes un aspect de la structure social et elles facilitent certaines actions d'individus présent au sein de la structures » Comme les autres types de capitaux(par ex :capital financier),le capital social est productif ,rendant possible l'accomplissement de certains buts, accomplissement qui serait impossible en son absence ».⁴

¹ Rachdi F. 2016.l'ENTREPRENARIAT Féminine AU Maroc : Une approche par le réseau personnel. Thèse de doctorat : science de gestion. Institut Supérieur de commerce et d'administration des entreprises,p.1-303 .

² Ibid. p64.

³Idem.p64.

⁴Ibid. p63.

2. Le rôle de la famille et l'entourage dans la phase de création d'entreprise :

L'Entrepreneuriat étant avant tout une façon d'être, un style de vie, il importe de mieux cerner les facteurs du environnement immédiat, il faut comprendre la famille, les amis, les réseaux d'information. Qui peuvent en influencer l'attraction ou encore mieux, la désirabilité. Les facteurs sociaux et culturels affectent Directement la désirabilité perçue d'un comportement donné ou d'une action. Ainsi lorsque le milieu valorise fortement la création d'entreprise, il en résultera une perception positive de cette activité chez les personnes qui composent ce milieu.¹

➤ La famille

La famille définie comme « une communauté de personnes réunies par des liens de parenté » est un déterminant important de l'entrepreneuriat féminin en particulier dans un contexte socioculturel comme celui de l'Algérie. En effet la femme entrepreneur est le fruit de son milieu (famille, école, entreprises, groupes sociaux...) ; elle évolue dans des conditions sociales dont l'influence de l'entourage semble être importante.

Les parents, les frères, le conjoint, l'entourage familial, les amis et le tissu associatif avec des entrepreneurs d'envergure locale ou nationale, sont tous des acteurs déterminants à la naissance et au développement de l'esprit créatif chez la femme. L'esprit d'entreprise est de ce fait alimenté par l'esprit familial. Si on se réfère à la théorie des couches de Gibb (1988), les influences du réseau d'appui sont hiérarchisées selon la proximité du lien avec le propriétaire-dirigeant.

Les différentes sphères composant le réseau de support du dirigeant de PME sont : la famille, les amis ; les proches collaborateurs ; les conseillers experts ; les contacts commerciaux (clients, fournisseurs,...) ; le réseau professionnel. Pensent que les couches les plus proches auront le plus d'influence.

La famille représente ainsi l'influence la plus importante pour les femmes entrepreneures. Elle a été pour longtemps l'école dans laquelle l'entrepreneur a appris les premières instructions d'entreprendre. Torres et al. (2006) indiquent que la famille constitue une ressource stratégique lorsque le dirigeant déclare l'utiliser comme une source principale de travail. Il est évident que l'entrepreneur est influencé par les valeurs culturelles et les croyances partagées par les membres de sa famille. Les entrepreneurs ne sont pas des acteurs atomistiques ; ils sont intégrés dans leur ménage et le contexte familial dont l'impact est plus important sur les femmes que sur leurs homologues hommes dans le processus entrepreneurial.²

¹ Cherif Z., Berrbah M., Chakroun M.: Le rôle de la famille et de l'entourage dans la création d'entreprise. [PDF], URLfile:///C:/Users/bi/Downloads/533eb3401e830%20(3).pdf, consulté le 26/07/2020.

² Ben Habib A., et all. 2015. Les déterminants de l'intention entrepreneuriale féminine en Algérie, cas des diplômés de l'enseignement supérieur. *Les cahiers du cread*, 110 :p.25

➤ Le rôle de l'entourage :

L'entrepreneur ne peut se limiter à œuvrer au sein de sa famille. L'influence de l'entourage semble être importante. Le créateur empruntera de son entourage la passion à certains métiers et les motivants pour y réussir. Il s'oriente alors vers forger les relations avec ceux qui l'intéressent : les fournisseurs, les clients, les techniciens et les experts (...). A la fin de ce stade, il forme son actif relationnel qui lui serve comme un guide dans la trajectoire entrepreneuriale.

L'aventure n'est pas à vivre seule. Le capital relationnel que le créateur a formé lui offre des compagnons dans son chemin. La recherche de l'aide de la société est guidée par la nature de l'activité, le secteur, les besoins et les attentes du créateur. L'entrepreneur ne peut être à lui seul le vecteur de l'acte d'entreprendre, le contexte social est principal. En plus, l'entrepreneur ne peut être considéré seulement selon ces perspectives économiques. Il faudra intégrer les variables sociales.

Cela mène à introduire le concept du capital social qui Selon Boutillier et Uzunidis, « le capital social est constitué par l'ensemble des relations que les individus ont élaborées. La capacité des individus à mobiliser ce réseau de relation dépend de l'importance de leurs réseaux financiers et culturels »

Ces deux même auteurs ajoutent dans le même contexte que le capital social de l'entrepreneur s'articule autour de trois axes : « un capital financier (ressources financières et canaux d'accès), une capitale connaissance (techniques, savoir-faire issu d'un apprentissage scolaire formalisé ou acquis un capital relations (institutionnelles ou informelles, avec la famille, les banques, autres entreprises ou Etat.

L'entrepreneur se voit toujours en quête de l'aide et du soutien social. Même la mission d'entreprendre lui a été déléguée par la société. Il ne se fait alors respecter que s'il se comporte d'une façon socialement admise.

Alors chacun doit à l'autre « la bonne conduite ». Le capital social dont l'entrepreneur en bénéficie se compose entre autres des amis, des camarades, des collègues, des voisins, L'ancien employeur figure dans ce paysage.

Le créateur peut lui faire recours. Les amis avec qui il partage la passion pour une activité ou un ancien rêve forment une aide valorisable. Dans un travail antérieur on a montré que « Les réseaux sociaux jouent un rôle primordial et pourront être plus importants que les réseaux institutionnels dans l'émergence du phénomène de la création » Le capital social de l'entrepreneur est caractérisé par la dualité du rôle ; un rôle financier et un rôle de réconfort. Il est semblable à celui de la famille. C'est évident que le capital social converge avec la culture sociétale vers une réussite entrepreneuriale.¹

¹ Cherif Z, Berrebah M, Wahbi M, Op.Cit .

3.L'importance du soutien du conjoint à l'entrepreneuriat féminin et à la femme :

« L'avenir de l'homme, c'est la femme. Elle est la couleur de son âme », disait « Aragon ». Et si l'homme était l'avenir de la femme entrepreneur ? Et surtout comment Les recherches pointent du doigt l'importance du conjoint. Gundry et Welsch (1994) comme Werbel et Danes (2010) rappellent que ce dernier est une partie prenante indéniable puisqu'il possède un véritable droit de décision sur l'engagement du capital initial, souvent issu des fonds de la famille ou des économies de l'entrepreneur mais qui est, avant tout, un membre du couple et de la famille. Ce soutien moral et affectif fourni par leurs maris aide la femme à gérer mieux le conflit travail-famille et que le support de ce dernier peut avoir un effet de performance de leur créativité en améliorant leur humeur positive,

Deux formes de soutien :

- ✓ **Affectif** : Comprend la compréhension emphatique et l'écoute, l'affirmation de l'affection, les conseils et le souci du bien-être.
- ✓ **Instrumental** : Il allège le fardeau des exigences familiales et permet aux individus de consacrer plus de temps à travailler.¹

4. Le capital humain dans la création de l'entrepreneuriat féminin :

4.1 Généralité de la notion du capital humain :

Le capital humain, selon la définition de l'OCDE, recouvre les connaissances, les qualifications, les compétences et les autres qualités d'un individu qui favorisent le bien-être personnel, social et économique. « Les connaissances, les qualifications, les compétences et caractéristiques individuelles qui facilitent la création de bien-être personnel, social et économique »²

Le capital humain peut se définir aussi comme un ensemble d'aptitudes, de connaissances et de qualifications possédées par chaque individu. Celles-ci sont, en partie, innées, héritées à la naissance (il s'agit des capacités intellectuelles transmises génétiquement); pour autre partie, elles sont acquises tout au long de la vie. Cette acquisition est coûteuse mais rapporte un flux de services productifs futurs. Il s'agit donc d'un investissement ; c'est pourquoi le nom de capital est donné à ce stock de connaissances.

Le capital humain constitue donc un bien immatériel qui peut faire progresser ou soutenir la productivité, l'innovation et l'employabilité. Il peut croître, se réduire ou devenir inutile. Il subit différentes influences et provient de différentes origines, notamment, mais pas seulement, d'un apprentissage organisé sous la forme de l'éducation et de la formation. Les quatre éléments (connaissances, qualifications, compétences et autres qualités personnelles) peuvent se combiner de différentes manières suivant les individus et suivant le contexte dans lequel ils sont utilisés³.

¹Nikina A.,Séverine L ,Lois M .(2012),Le rôle de la relation de couple et du soutien du conjoint dans l'entrepreneuriat féminin, *Revue de l'entrepreneuriat*,N°4 ,p.37-60 .

² Rezine O.(2015).Capital humain, éducation et croissance économique Thèse de Doctorat : science économique et de gestion, Université de Tlemcen Abou Bakr Belkaid,P.184.

³ Ibid.p27.

5. Comment le capital humain se développera ?

L'acquisition de connaissances et de qualifications se déroule au long de la vie non pas seulement de la formation à l'âge adulte, mais aussi celle de la formation à tous les stades de la vie, et notamment le fait « d'apprendre à apprendre » dans les établissements scolaires et autres établissements d'enseignement formel dans toutes les facettes de la vie ainsi dans cette boucle de la vie Le capital humain se développe en diverses occasions à travers ¹: l'acquisition des connaissances au sein de la famille ;

- **Les activités formelles** d'enseignement et de formation ;

- **La formation sur le lieu de travail** et les connaissances acquises dans la vie professionnelle ; Les acquis informels.

- **Le « capital humain »** a souvent été défini comme le savoir que les personnes acquièrent au cours de leur vie², il peut être schématiquement défini comme un ensemble de connaissances et de routines portées par les cerveaux, Plusieurs items peuvent être intégrés ici: la connaissance tacite. Plus ce savoir est tacite plutôt qu'explicite, plus il est difficile de le transmettre et de le partager Lundvall et Johnson (1994) classent le savoir en quatre catégories :

- **Le savoir quoi** : désigne la connaissance de « faits » ;
- **Le savoir pourquoi** : désigne la connaissance de principes et de lois auxquels la nature, l'intelligence humaine et la société.
- **Le savoir comment** : désigne les qualifications (autrement dit, les aptitudes à effectuer des tâches).

- **Le savoir qui** : désigne l'aptitude à coopérer et à communiquer avec différents types de personnes et de spécialistes. Le savoir peut prendre différentes formes selon son degré d'organisation et la façon dont il est incarné dans les produits ou les processus.

A la différence du capital physique, le capital humain est le propre des individus.

Le capital humain se développe par son utilisation et l'expérience, à la fois dans l'emploi et en dehors de celui-ci, ainsi que grâce à l'acquisition de connaissances informelles et formelles, mais il tend également à se déprécier s'il n'est pas utilisé. Certaines qualifications vont perdre en importance avec le temps et ce processus explique en partie la baisse du capital humain mesuré (ou du moins du surcroît de revenus du travail lié à un niveau donné de formation) au-delà d'un certain âge (Mincer, 1974). Ainsi, on ne saurait concevoir le capital humain comme un ensemble homogène et statique de qualifications ou de compétences acquises une fois pour toutes.³

¹.NikinaA.,SéverineL.,Lois M ., .Op-Cit ,p29.

²,Ibid.,p30.

³Rezine O, Op.cit., p30.

6. Les types de formations des femmes entrepreneures :

La théorie du capital humain souligne, que l'investissement en capital humain accroît la productivité des salariés et donc la rentabilité de l'entreprise. Cet investissement passe essentiellement par la formation et Gary Becker en distingue deux sortes :

Formation générale, acquise dans le système éducatif, augmente la productivité de l'agent dans toute entreprise puisqu'elle reste attachée au travailleur qui peut la faire valoir sur l'ensemble du marché du travail. *Les entreprises sont donc peu encouragées à supporter les coûts de formation d'une personne puisque celle-ci risque de la faire prévaloir dans une autre entreprise prête à mieux la rémunérer. L'accord entre le travailleur et la firme consiste donc en l'achat par l'entreprise de la « force de travail », tandis que le travailleur achète sa formation.*

La formation spécifique augmente à l'inverse la productivité du travailleur dans l'entreprise qui l'a formé mais peu ou pas en dehors de celle-ci.

La firme n'accepte le financement de la formation que dans la mesure où elle estime avoir des chances de rentabiliser son investissement :

Le salaire qu'elle versera à l'issue de la période de formation sera supérieur au salaire du travailleur pour des emplois situés à l'extérieur de l'entreprise de façon à l'inciter à rester en son sein mais inférieur à sa productivité en valeur, la différence avec le salaire versé représentant la rémunération de l'investissement en capital spécifique de l'entreprise.

La valeur de l'investissement dans une formation spécifique est perdue lorsque le contrat de travail est interrompu. Elle ne peut être renouvelée qu'au prix de nouveaux investissements. Cette distinction entre formation générale et formation spécifique présente un intérêt pour analyser les déterminants du « turnover » et pose les bases d'une réflexion sur les coûts de transaction. L'entreprise a donc intérêt à financer les formations spécifiques mais pas les formations générales car l'employé pourrait ensuite proposer son travail (devenu plus productif) dans une autre entreprise.¹

¹ Fraisse-d'Olimpio.S.(2009), Les fondements de la théorie du capital humain, repéré à <http://ses.ens-lyon.fr/articles/a-les-fondements-de-la-theorie-du-capital-humain-6830>, consulté le 28/09/2020.

7. les motivations des femmes entrepreneures Algérienne :

L'arrivée massive des femmes algériennes sur le marché du travail et dans une moindre mesure leur intégration dans le monde de l'entrepreneuriat, un monde exclusivement masculin au cours des années 80, est révélatrice de changements en profondeur dans la société traditionnelle algérienne¹

Les facteurs internes :

Le besoin de la femme d'une certaine autonomie « autonomie financière » vis-à-vis de leurs pourvoyeurs financiers, affirmation du soi, d'indépendance, être ambitieuse amenées à entreprendre dans la mesure où elles chercheraient à créer une entreprise dans leurs domaines de compétences spécifiques (l'artisanat par exemple) et cherche, désormais, à être son propre patron et à gagner autrement sa vie créée son projet dans l'intention d'avoir plus de bénéfice en mettant en place un projet qui tirera partie des opportunités disponibles dans leurs environnements, et de sa volonté de transcender la barrière socioculturelle motivent les femmes pour affranchir le domaine entrepreneurial, les facteurs internes²

Les facteurs externes :

Insatisfaction dans l'emploi, défaillance du marché de l'emploi qui n'intègre pas certaines activités, l'entrepreneuriat est vu comme un moyen de rupture avec la situation d'inactivité (sortir du chômage) ou de marginalisation dont elles peuvent être victimes, surtout avec l'instabilité du marché de l'emploi en Algérie et la qualité des emplois précaires proposés. La possibilité des femmes de faire face aux besoins de sa famille encourage la femme d'être entrepreneure.³

8. Les freins à l'entrepreneuriat féminin en Algérie

Nombreuses sont les entraves qui heurtent les femmes entrepreneures algériennes dans leur quête entrepreneuriale à savoir⁴:

Sur le plan individuel :

En effet, il arrive que les femmes manquent de confiance en elles ou même qu'elles aient une image négative d'elles. Ce facteur psychologique n'est pas à négliger en ce qui concerne la femme. En plus, les femmes éprouvent des difficultés à concilier leurs rôles familiaux et les contraintes de temps qu'implique l'exercice de l'activité économique. soulignait Nicole Ameline, qu'il n'y a pas plus difficile à résoudre comme les obstacles invisibles de l'ordre psychologique. Une femme aura plus tendance qu'un homme à croire qu'elle n'est pas capable de relever telle ou telle défis.⁵

¹Makhlouf Y.,souidi R :Les motivations et freins à l'entrepreneuriat féminin en Algérie.[PDF](28 /2019),URL file:///C:/Users/bi/Downloads/Les%20motivations%20et%20freins%20%C3%A0%20l'entrepreneuriat%20f%C3%A9minin%20en%20Alg%C3%A9rie.pdf,consulté le 27/07/2020 .

² Makhlouf .Y. Op.Cit,p651

³ Ibid.,p652

⁴ Idem.p653.

⁵Ibid. p654.

Chapitre 4 : Le rôle du capital social dans la création des PME féminine

Sur le plan social :

Les femmes entrepreneures algériennes ont encore du mal à transcender certaines contraintes d'ordre socioculturel. La femme se trouve devant des stéréotypes et des représentations qui lui imposent un rôle social inévitable et

Prioritaire, celui de mère ou d'épouse et de conciliation entre vie privée et professionnelle.

L'idéologie patriarcale n'encourage pas les femmes à participer pleinement à la vie socioéconomique et publique. Celles-ci sont perçues comme préservatrices des valeurs et de l'honneur de leurs familles. Cette mentalité lègue aux femmes algériennes un statut de « mineur » vis-à-vis de leurs droits. En effet, le phénomène de socialisation (éducation reçue, religion...) de la femme algérienne a fait que l'homme soit le pourvoyeur de la famille et le responsable sur la sécurité et les actes de la femme (n'oublions pas que la société algérienne est une société patriarcale). Résultat, cette dernière, a toujours besoin de l'autorisation d'un tuteur mâle (père, frère, mari...) pour tout acte social ou économique (déplacement d'une région à une autre, usage des ressources pour développer une activité...).¹

Sur le plan économique :

Par peur du risque, par leur manque de gages et/ou d'expérience dans le domaine des finances et de gestion, par la faiblesse de leur réseau relationnel ou encore par des convictions religieuses, les femmes entrepreneures algériennes sont relativement réticentes envers le financement externe. Elles sont amenées alors, à investir de faibles montants au démarrage et à avoir principalement recours à l'épargne personnelle, ou à des prêts informels auprès de leur entourage, plutôt qu'à des prêts bancaires.

La contrainte du financement est intimement liée à celle des lenteurs administratives, des méandres bureaucratiques ainsi qu'à celle des charges fiscales. Ces sous-difficultés, accentuées par le manque de transparence et la rigidité du cadre juridique dissuade les entrepreneures algériennes de sortir des activités parallèles.

Les entraves vont de la difficulté d'accéder à un financement, hormis informel, à celle de trouver un foncier, d'intégrer un marché, de trouver l'information en temps voulu passant par l'absence de culture entrepreneuriale, la prédominance de la culture salariale et/ ou la culture de l'informel et l'éviction du fisc; l'absence d'enseignements de l'entrepreneuriat dans le secteur de l'éducation; le manque de sensibilisation à la dimension genre.²

¹Makhlouf Y.souidi.Op-Cit .p.654

² Ibid.p652.

Conclusion :

Dans ce chapitre on conclut l'importance du capital social et personnelle dans le processus de création des PME féminin, Elle ne dépend pas seulement d'investissement économique mais aussi de la nécessité de mobilisation des liens sociaux, des réseaux. D'autre coté, on a cité les entraves qui bloques les femmes à entreprendre ainsi les facteurs qui motives cette dernière.

Conclusion générale

Conclusion général :

Notre recherche visait principalement de répondre à la question suivante : Quel-est l'impact du capital social dans la création de l'entreprise féminine ?

D'après les études antérieures et la recherche théorique sur l'entrepreneuriat féminine nous avons pu entrevoir :

L'entrepreneuriat dans sa généralité a connu plusieurs définitions dont ce dernier reste un concept multidimensionnel à travers nos études faites aussi, nous retenons que les PME ont connu des grandes évolutions et de son développement en Algérie particulièrement.

En fait, plusieurs études ont été consacrées à ce phénomène entrepreneurial dont les chercheurs ont étudiés les motivations de ces femmes, leurs caractéristiques personnelles, leur relation avec l'environnement, les modes de gestion de leurs entreprises, les facteurs qui influent les femmes entrepreneures algérienne ainsi l'impact des représentations sociale et de leur environnement socioculturels à la difficulté de concilier exigences professionnelles et responsabilités familiales, à leur accès limité au financement, et à l'accès à une formation spécifique.

Dans le modèle traditionnel Algérien, le système patriarcal était le plus dominé ou la position de la femme au sein de la famille était limitée .Dans ce contexte nous voulons voir qu'elle était l'importance de rôle du capital social dans la phase de création d'entreprise pour les femmes algérienne.

Pour conclure, le présent travail est fait de démontré que les femmes se veulent aujourd'hui actrices de leur propre changement, les motivations de cette dernière de prouver leur compétences, leur autonomie, et quelle sont parties loin de sa de donner une nouvelle position de la femme traditionnelle.

Vu la situation actuelle liée au coronavirus et pour des raisons de sécurité et de stopper la propagation du virus, et le confinement drastique qui a nécessité la fermeture de certaines entreprises malheureusement notre stage pratique n'a pas été effectuée au sein des PME féminin AKBOUCIENNES .Pour cette raison on n'a pas eu l'occasion de découvrir le terrain ni de voir la réalité de l'impact de l'environnement sociale de ces femmes et a quels barrières sont confronté ses dernières , nous ne sommes pas permis de mieux apprécier les principaux facteurs expliquant la réussite entrepreneuriale particulièrement à la commune d'AKBOU , ni progresser nos connaissances des entrepreneurs algériens et de leurs profils ; et si vraiment l'Algérie favorise l'émergence et à la création de l'entrepreneuriat féminin .

Liste Bibliographique

La liste bibliographique

1. Abderrahmane Abdou et all, « l'entrepreneuriat féminin en Algérie », une réalité en construction, CREAD .Rostomia, Bouzaréah-Alger, P.42.
- 2 Bensedik A., Ouchallal K., (2009).La dimension psychologique dans la réussite entrepreneuriale. Les cahiers du Cread, 90 :
- 3 Boughanem., F. L'entrepreneuriat féminin et son accompagnement :cas de l'accompagnement par L'ANSEJ des femmes entrepreneures de la wilaya de Tizi-Ouzou , Mémoire de magester :Gestion des entreprises. Université de Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou.
- 4 Bourdieu P .(1980), Actes de la recherche en Science Social, le capital social,N° 31.
- 5 Djadda M., Aithemouda K., (2017).Le rôle du capital social et personnel dans la création d'entreprise, Journal d'études. Dans la sociologie des organisations, N°10
- 6 Janssen, Frank.(2016) . Entreprendre. 2e édition,France ,Beoch supérieur, P. 464.
- 7 Karim. SI LEKHAL ,Yusuf. KORICHI ; Ali. GABOUSSA « Les PME en Algérie : Etat des lieux, contraintes et perspectives ».2013
- 8 LAVOIE. (2004),« Etude des besoins des entrepreneuses propriétaire de micro entreprise privées ou travailleuses autonomes de la ville de Longueuil » Collège condition féminine CLD Longueuil, Société Conseil BPS inc.
- 9 Nikina A.,Séverine L.,Lois M .(2012) ,Le rôle de la relation de couple et du soutien du conjoint dans l'entrepreneuriat féminin, Revue de l'entrepreneuriat,N°4.
- 10 Verstraete thierry.,et all.(2004). Quatre paradigmes pour cerner le domaine de recherche en entrepreneuriat,7 ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME,Association Internationale de Recherche en Entrepreneuriat et PME. Montpellier.

Ressources électroniques :

1. ¹ ADJOUT S ., ARABI Kh : Les femmes entrepreneures : Caractéristiques personnelles et trajectoires socioprofessionnelles, cas de la wilaya de Bejaia . [PDF](2014),URL http://me.univ-biskra.dz/images/me_seminaire/2014/pdf_fr/smf214.pdf ,consulté le 22/07/2020
2. Belkacem B : Les femmes algériennes au Parlement : la question des quotas à l'épreuve des réformes politiques, [PDF] (10/2013), URL : <http://journals.openedition.org/ema/3196> DOI <https://doi.org/10.4000/ema.3196> , consulté 31 /08/2020.
3. Charfi Mohamed Amine. L'entrepreneuriat est un phénomène économique et social. Culture entrepreneuriale 1.Tunisie : IHEC Carthage, 2013/2014 cours, 4p, URL

<https://fr.slideshare.net/charfimacc/lentrepreneuriat-un-phnomne-conomique-et-social-complment-de-cours> ,consulté le 01/02/2020.

4. Fraisse-d'Olimpio.S.(2009),Les fondements de la théprrie du capital humain, URLL : <http://ses.ens-lyon.fr/articles/a-les-fondements-de-la-theorie-du-capital-humain-6830> , consulté le 28/09/2020.
5. L'entrepreneuriat, URL <https://worshippersappearance.wordpress.com/entrepreneuriat/?fbclid=IwAR3qsxZJDnfukAH8JCvjIWHKfZtDbzYf5jI8GR73OkGMvA-LE5dWIXjtw44>
6. Metaiche F : Le profil de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : Une étude exploratoire. [PDF](7/2018), URL <http://www.femme-entrepreneur.bf/wp-content/uploads/2018/07/femmes-entrepreneures-alg%C3%A9rie.pdf> ,consulté le 31/08/2020.
7. Patrick Bouvard., 2011. Qu'est-ce-que le capital humain ? , URL <https://www.fr.adp.com/rhinfo/2011/quest-ce-que-le-capital-humain/> ,consulté le 25/08/2020.
8. Sekiou Anwar, et all.(2017).Entrepreneuriat en Algérie Réalité et Perspective, https://www.researchgate.net/publication/316554774_Entrepreneurship_in_Algeria_reality_perspectives_-_Tlemcen_study_case ,consulté le 16 /05/2020

9 L'entrepreneuriat, URL

<https://worshippersappearance.wordpress.com/entrepreneuriat/?fbclid=IwAR3qsxZJDnfukAH8JCvjIWHKfZtDbzYf5jI8GR73OkGMvA-LE5dWIXjtw44>

Rapport et lois

1. Bulletins d'information statistique de la PME, n°35, 2019, direction générale de la veille strat
2. Décret exécutif n°01-282 du 24 septembre 2001 portant attribution, organisation et fonctionnement de l'agence nationale de développement de L'Investissement
3. Décret exécutif n°94-188 du 6 juillet 1994 portant statut de la caisse nationale d'assurance chômage.
-Lois n°17-01d du 11 Rabie Ethani 1438correspondant au 10 Janvier 2017,art.5 fixant la liste des hautes responsabilités de l'état et des fonctions politiques dont l'accès requiert la nationalité algériennes.

Annexes

Annexe n°1 : le guide d'entretien :

- **Les caractéristiques individuelles des femmes entrepreneures d'AKBOU :**
 1. Age ?
 2. Niveau d'instruction ?
 3. Situation matrimoniale (célibataire, mariée, divorcée, veuve) ? Quel est le nombre de vos enfants ?
 4. Profession de l'époux ?
 5. Profession des parents ?
 6. Avez-vous Dans votre entourage proche des personnes qui ont créés des entreprise ?quelle est leurs rapport vis-à-vis de votre projet ?
- **Les coordonnées de l'entreprise :**
 1. Date de création ?
 2. Activité de l'entreprise ?
 3. Le statut juridique de l'entreprise ?
 4. Le nombre de salariés ?
- **Le réseau social des femmes entrepreneures d'AKBOU :**
 1. comment la famille influence sur la création de l'entreprise ?
 2. Pourriez-vous nous expliquer le processus de création de votre entreprise ?
 3. Lors de la prise de décision d'entreprendre quelle était la réaction de votre conjoint ?
 4. Sentez-vous soutenue par votre entourage ?
 5. Avez-vous rencontrée des problèmes lors de la création ? si oui dit nous quel genre de problèmes ?
- **Le réseau personnel des femmes entrepreneures d'AKBOU :**
 1. Est-ce que la formation initiale est suffisante pour créer une entreprise ? si Oui dites-nous comment si non dites-nous pour quoi ?
 2. Le cumule de connaissances sont –elles un facteur clés de réussite ?
 3. Actuellement sentez-vous le besoin en formation ? pour quoi ?
 4. Est-ce que la réalisation de soi est-il-elle vraiment un secret de succès
- **La gestion de l'entreprise et les obstacles rencontrés :**
 1. Quel sont les procédures que vous prenez durant le recrutement ?
 2. Avez-vous rencontrés des freins et des obstacles durant la création de votre entrepris
 3. Avez-vous des difficultés durant la gestion de votre entreprise ?

L'impact du capital social dans la création des PME auprès des femmes entrepreneures activant dans la région d'AKBOU

Résumé

L'entrepreneuriat était réservé généralement aux hommes. Des contraintes culturelles, sociales, juridiques, politiques et économiques empêchaient les femmes d'investir des activités entrepreneuriales, cependant dans les années de crises, pour les jeune femmes l'entrepreneuriat s'inscrit dans leur lutte pour l'obtention de leurs libertés et leurs droits contre la culture de marginalisation cela peut être considéré comme une action pour s'échapper de la culture de soumission.

Abstract

Entrepreneurship was generally reserved for men. Cultural, social, legal, political and economic constraints prevented women from investing in entrepreneurial activities, however in years of crisis, for young women entrepreneurship is part of their struggle to obtain their freedoms and their rights. rights against the culture of marginalization this can be seen as an escape from the culture of submission.