



جامعة بجاية
Tasdawit n Bgayet
Université de Béjaïa

République algérienne démocratique et populaire

Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique

Université ABDERRAHMANE MIRA de Bejaia

Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion

Département : Sciences de Gestion

Mémoire

Présenté Pour l'Obtention Du **Diplôme** de **MASTER**

En : Entrepreneuriat

Spécialité : Sciences de Gestion

Thème

**Etude des déterminants de création
d'entreprises dans la wilaya de Bejaia**

Réalisé par :

- ❖ MOUSSI THIZIRI
- ❖ MAZOUZ DJIDA

Encadré par :

Mr. TAKABAIT DJAMAL

Membres de jury :

- ❖ M^{me} MAKHMOUKH SAKINA
- ❖ M^{me} MEZIANI HANANE

Promotion 2019

DEDICACES

CE MODESTE TRAVAIL EST DEDIES:

A mes très chers parent yama et vava eguaazizen felli :

Aucune dédicace ne saurait exprimer l'amour, l'estime et le respect que j'ai toujours eu pour vous, rien au monde ne vaut les efforts fournis jour et nuit pour mon bien .je vous dédie ce modeste travail en témoignage de mon profond amour, puisse dieu le tout puissant vous préserve et vous accorde beaucoup de santé, longue vie et bonheur.

Ce travail est le fruit de vos sacrifices que vous avez consentez pour mon éducation et ma formation .je vous aime énormément.

A mes très chères sœurs ;

Kahina, Noura, Soraya ;

Il n'a pas de terme assez fort pour d'écrire le profond respect de l'admiration que je vous porte, je vous remercie pour votre patience, et judicieux conseil je vous aime énormément.

A mes chers frères ;

Brahim, Mohamed, Moussa, Sofiane ;

Qui m'en soutenu moralement et financièrement, je vous souhaite un avenir plein de joie, de bonheur, de sérénité et beaucoup de réussite, je vous aime.

A mes nièce et neveux ;

Imane, amel, lahna, sara, younes, karim, youces, thanina, roza, amirouche , moussa ;

Que j'aime plus que tout le monde. Je vous souhait un avenir plein de joie, de bonheur, et beaucoup de réussite dans vos études, je vous aime atas atas.

A mes chers amis ;

Marcinesse, Lyna, Djida, Katia, Tassaadit, Silia ;

Pour tous les moments agréables qu'on a passé ensemble .je ne vous oublierai jamais pour avoir rempli ces cinq années d'étude de souvenir en tous genre pour avoir été là. Dans les bons comme dans le mauvais moment.

A ma binôme Djida ;

Je dédie ce travail qui n'est tout autre que le résultat d'un dur labeur que nous avons mené à deux et sans qui il n'aura jamais vu le jour, merci infiniment.

A mon futur mari Ghilas ;

De puis le jour où je t'ai connu, ma vie est comblée de bonheur. Ta présence m'inspire la sérénité et la tranquillité de l'âme

Merci pour tes encouragements, tu as toujours su trouver les mots qui conviennent pour me remonter la morale dans les moments pénibles, grâce à toi j'ai pu surmonter tout les difficultés.

Tu m'a aussi aidé à réaliser ce travail que j'espère sera témoignage de mon profond amour pour toi.

Que dieu nous bénisse, protège notre amour et nous aide à réaliser tout nos rêve partagés.

Et sans oublier ses frères et sœurs et leurs épouses :

Hakima mouloud, Marbouha Hamid, Nassima salem, Thiziri, Fares, Abdlouhab, Toufik. Ainsi que ma belle mère khira, et sans oublié mon très cher papa mouhoub qui nous a quitté, que dieu l'accueille dans son vaste paradis.

A toutes les personnes qui ont contribué à la réalisation de ce travail,

Veillez accepter tout mes remerciements et gratitude.

Dédicace

Je dédie ce travail à :

Mes chers parents que j'ai tant aimés avec beaucoup d'affection, afin de leur témoigner ma reconnaissance pour leur soutien moral et financier, pour leurs efforts et sacrifices qu'ils ont entrepris afin de me voir réussir :

Mes frères

A / moumen, sami et sans oublier mon cher frère qui nous a quitté que dieu l'accueille dans son vaste paradis

Mes sœurs

Lamia nacira

Ma chère binôme

Thiziri moussi et sa famille

A mes chères amies particulièrement

Thiziri, monia, samira, Lynda, Sarah fairouz, silia, hassiba, wafa

A mon oncle et mes tentes et ses enfants et sans oublier mon grand père

A mes nièces et neveu

Je dédie ce travail à tout la faculté SEGC, à tout ce que je connaisse de loins et de proche

A mon fiancé fahem

Merci pour tes encouragements, tu as toujours su trouver les mots qui conviennent pour me remonter la morale dans les moments pénibles, grâce à toi j'ai pu surmonter tout les difficultés. Que dieu nous bénisse, protège notre amour et nous aide à réaliser tout nos rêves partagés.

Et sans oublier sa famille.

DJIDA

Remerciement

Nous remercions le dieu le tout puissant, pour nous avoir procuré la volonté, le courage et la patience.

Nous souhaitons témoigner toute notre reconnaissance et sympathie à notre encadreur Mr TAKABAÏT DJAMEL , de nous avoir guidé et orienté avec patience et disponibilité , et pour ces conseils et son aide technique et morale pour mener à bien notre expérience. Le travail avec lui fut un véritable plaisir, pour cela nous lui assurons de notre profonde gratitude et notre profond respect.

Mes remerciements s'adressent aussi aux membres de jury qui ont accepté de juger ce travail.

Je voudrais remercier également tout mes enseignants de la faculté des sciences de gestion, des sciences économiques et des sciences commerciales et à tous les gens qui ont attribué d'une façon ou d'une autre à l'accomplissement de ce travail.

Abréviations

- ANDI** : Agence nationale de développement de l'investissement
- ANSEJ** : Agence nationale de soutien à l'emploi et de la jeunesse
- CASNOS** : Caisse Nationale des non-salariés
- CNAC** : Caisse nationale d'assurance chômage
- DA** : Dinar algérien
- PME** : Petites et moyennes entreprises
- QCM** : Questionnaire à choix multiple
- R&D** : Recherche et développement
- SC** : Secteur commercial
- SPS** : Secteur de prestation de service
- STB** : Secteur des travaux bâtiments
- SI** : Secteur industriel
- SPL** : Secteur des professions libérales
- GEM** : Global Entrepreneurship Monitor
- DPAT** : Direction de planification et d'aménagement du territoire
- CDI** : Centre Des Impôts.

Liste des tableaux :

Tableau N° 1 : Evolution de la théorie de l'entrepreneur	21
Tableau N° 2 : Nombre des questionnaires envoyés	72
Tableau N° 3 : Poids de l'échantillon par secteurs d'activité regroupés	74
Tableau N° 4 : Poids de l'échantillon selon la taille de l'entreprise	74

Liste des graphiques :

Graphique N 1: Relations entre la quantité d'information la présence d'entreprises	35
Graphique N°2 : La structure économique de la wilaya du Bejaia	65
Graphique N°3: Répartition de PME par DAIRA	66
Graphique N°4 : Répartition des emplois créés par Daïra	67
Graphique N°5 : Besoin de réalisation et création d'entreprises	76
Graphique N°6 : Contrôle et création d'entreprises	77
Graphique N°7 : La tolérance au risque et création d'entreprises.....	78
Graphique N°8 : La confiance en soi et création d'entreprises.....	78
Graphique N°9 : La capacité à innové et création d'entreprises	79
Graphique N°10 : Rôle de la famille dans l'obtention des ressources	80
Graphique N°11 : Rôle des collègue(s) de travail dans l'obtention ressources	81
Graphique N°12 : Rôle des fournisseurs dans l'obtention des ressources	82
Graphique N°13 : Rôle des clients dans l'obtention des ressources	83
Graphique N°14 : Rôle des instituions financières dans l'obtention des ressources.....	83
Graphique N°15 : Rôle des centres d'aide aux entreprises dans l'obtention des ressources .	84
Graphique N°16 : Rôle de capital social dans l'obtention des compétences pour les entreprise relevant de du secteur commercial	86
Graphique N°17 : Rôle de capital social dans l'obtention des compétences pour les entreprises relevant du secteur prestation de service	87
Graphique N°18: Rôle de capital social dans l'obtention des compétences pour les entreprises relevant du secteur des travaux bâtiments.....	88
Graphique N°19 : Rôle de capital social dans l'obtention des compétences pour les entreprises relevant du secteur industriel	90
Graphique N°20: Rôle de capital social dans l'obtention des compétences pour les entreprises relevant du secteur des professions libérales	91
Graphique N°21 : Age et création d'entreprises	92
Graphique N°22 : l'influence du genre sur la création d'entreprises	93
Graphique N°23 : l'influence de la situation familiale sur la création d'entreprises	94
Graphique N°24: l'influence de la formation sur la création d'entreprises.....	95
Graphique N°25: le facteur expérience et la création d'entreprises	96
Graphique N°26 : l'influence de niveau d'instruction sur la création d'entreprises	97
Graphique N°27 : les déterminants environnementaux de la création d'entreprises	98

SOMMAIRE

Liste des abréviations	5
Liste des tableaux	6
Liste des Graphiques	6
Sommaire	7
Introduction générale	10

Chapitre I : Le cadre conceptuel et théorique de l'entrepreneuriat

Introduction	14
Section 1 : Evolution théorique du concept d'entrepreneur	14
Section 2 : Définitions et caractéristiques de l'entrepreneur	22
Section 3 : Origines, typologies et rôle des entrepreneurs	28
Conclusion	42

Chapitre II : les déterminants à la création D'entreprises

Introduction	43
Section 1 : les facteurs motivationnelles	44
Section 2 : les déterminants environnementaux de l'entrepreneuriat.....	52

Section 3 : les déterminants économiques et démographique de L'entrepreneuriat.....	57
Section 4 : Les facteurs physiologiques, technologiques et contextuels	58
Conclusion	63

Chapitre III : Etude des déterminants de création d'entreprises dans la wilaya de Bejaia

Introduction	64
Section 1 : Aperçu globale sur les entreprises de la wilaya de Bejaia	65
Section 2 : présentation de l'enquête	68
Section 3 : Analyse des résultats.....	75
Conclusion	100
Conclusion générale.....	101
Bibliographie.....	104
Table des matières	106
Axes	112
Résumé.....

Introduction générale

L'entrepreneuriat constitue un thème auquel les chercheurs s'intéressent de plus près, notamment les économistes et les gestionnaires. Ces derniers fondent leurs idées sur le fait que la création d'entreprises accélère la croissance économique et modernisent les économies des nations.

De plus en plus, l'entrepreneuriat occupe une place importante dans les économies nationales. Dès lors, beaucoup d'auteurs considèrent que la création d'entreprises est considérée comme un enjeu majeur pour le développement de toute nation dans la mesure où elle est la principale source de richesse et de lutte contre le chômage. De ce fait, les similitudes et les écarts entre les pays sont fonction, essentiellement, des différences au niveau des taux d'emploi et de création de nouvelles entreprises.

Avec l'évolution rapide des technologies de plus en plus complexes et la mondialisation de l'économie, un intérêt particulier a été accordé à la création et au développement des entreprises surtout celles à fort contenu de savoir. Ainsi, et comme le mentionne Schumpeter, quand de nouveaux développements technologiques et scientifiques génèrent des opportunités économiques qui sont saisies par de nouveaux entrepreneurs, ils émergent des entreprises dynamiques qui vont promouvoir l'innovation.

L'Algérie semble accorder beaucoup d'importance à l'entrepreneuriat. Elle a commencé à se désengager progressivement de la sphère économique, notamment en matière d'investissement, laissant le champ à l'initiative privée vers la fin des années 1980. Ce qui a été concrétisé par la création du ministère de la PME en 1992, la promulgation du code des investissements en 1993 et la mise en place de différents dispositifs d'aides à la création d'entreprises (ANDI, ANSEJ, CNAC, ANGEM...). Plusieurs mesures ont été prises et des institutions ont été créées afin de soutenir l'initiative individuelle. En conséquence, il y a eu une éclosion de PME dans plusieurs wilayas.

La wilaya de Bejaïa compte parmi celles qui jouissent d'une certaine attractivité et de compétitivité, elle est dotée d'un tissu économique important qui la classe parmi les quatre premières wilayas du pays en termes de nombre d'entreprises privées.

L'acte d'investir est avant tout un choix et une décision d'entreprendre. Cette décision est personnelle, souvent influencée par différents facteurs, par exemple, des facteurs ayant un rapport avec le vécu familial et professionnel de l'entrepreneur, tels que les aides diverses dont il bénéficie, qu'elles soient financières, matérielles ou psychologiques.

L'étude des déterminants de création des entreprises est un pari difficile, d'autant que, beaucoup de recherches ont été lancées pour comprendre et analyser ce phénomène et les résultats obtenus se divergent dans la majorité des cas. L'objectif de cette étude est de combler ce vide, en se concentrant sur certains déterminants tels que, le capital humain disponible, le capital social de l'entrepreneur et ces caractéristiques, la demande. Et ce par secteur d'activité.

Notre choix pour ce thème est motivé d'une part, par la complexité et la richesse de cette thématique encore relativement peu explorée en Algérie et le rôle joué par les entrepreneurs qui sont présentés comme des personnes capables de stimuler la croissance et la productivité d'une économie. Et d'autre part, L'étude des déterminants de création d'entreprises par secteur d'activité peut orienter et améliorer la politique économique de notre pays dans ce domaine.

Notre apport dans cette recherche est de faire une étude comparative des déterminants de création d'entreprises par secteur d'activité qui sont : le secteur des travaux bâtiments et travaux publics, prestation de service, le secteur industriel, le secteur des professions libérales, et le secteur commercial.

De ce fait, Le présent travail a pour objet d'identifier les facteurs influençant la création d'entreprises dans la wilaya de Bejaia par secteur d'activité et ce afin de comparer les résultats et de fixer des politiques et des mesures appropriées pour encourager la création d'entreprises pour chaque secteur.

Il s'agit, donc, de répondre à la problématique suivante :

Quels sont les facteurs qui influencent la création d'entreprises dans la wilaya de Bejaia?

Cette question constitue le fil conducteur de notre travail. De cette problématique découle la série d'interrogations suivantes :

- Quelle est le profit des créateurs d'entreprises par secteur d'activité?
- Le capital humain est- il déterminant dans la création d'entreprises?
- Le capital social est- il déterminant dans la création d'entreprises ?
- Quels sont les facteurs environnementaux qui influencent la création d'entreprises?

Par ce travail, notre ambition est d'essayer de traiter toutes les questions préalablement posées de la manière la plus exhaustive possible, et ce, notamment dans le but de contribuer à la réflexion sur la problématique essentielle du sujet en se basant sur les hypothèses ci-après :

- **Hypothèse N° 01** : La création d'entreprises dans certains secteurs nécessite la disponibilité de facteurs spécifiques.
- **Hypothèse N° 02** : Certains facteurs de création d'entreprise sont communs à tous les secteurs.
- **Hypothèse N° 03** : L'entrepreneur cherche à investir essentiellement dans le secteur ou il a vécu une expérience antérieure.

Le choix de la wilaya de Bejaia est d'abord un choix de proximité. Il est motivé par l'émergence d'une dynamique économique et entrepreneuriale dans cette wilaya, compte tenu qu'elle semble s'imposer comme un espace économique très actif pour un certain nombre d'acteurs économiques nationaux et internationaux.

Démarche méthodologique

Notre démarche méthodologique est à la fois théorique et statistique, elle consiste à un examen de la littérature théorique existante dans ce domaine, tout en effectuant une enquête auprès des entreprises créées dans cinq secteurs d'activité qui se résume dans le secteur des travaux bâtiments, prestations de service, le secteur industriel, le secteur des professions libérales et le secteur commercial.

Cette étude sera menée à partir d'un questionnaire, afin de recueillir des données qui permettront d'identifier les facteurs qui influencent la création d'entreprises dans la wilaya de Bejaia.

Structure du mémoire

Dans le premier chapitre, nous nous attacherons à placer le travail dans un cadre conceptuel et théorique. Cela nous amènera à présenter l'entrepreneur, les caractéristiques et les différentes typologies d'entrepreneurs ainsi que les concepts de base de l'entrepreneuriat.

Nous passerons en revue dans le deuxième chapitre intitulé 'les déterminants de création d'entreprises' tous les différents facteurs de création d'entreprises qui nous permettent de comprendre les raisons pour lesquelles l'entrepreneur est motivé pour démarrer son entreprise. .

Dans le troisième chapitre, nous serons amenés à étudier les déterminants de création d'entreprises avec une enquête effectuée auprès d'un échantillon d'entrepreneurs des différents secteurs de la wilaya Bejaia. Les résultats nous permettront de répondre à la problématique posée.

Chapitre I :

Le cadre conceptuel et théorique de l'entrepreneuriat

Introduction

L'entrepreneuriat est une discipline émergente ou d'importantes contributions ont été apportées dans les domaines de l'économie, de la psychologie et de la sociologie. Comme dans tous les nouveaux domaines de recherche, nous avons remarqué une absence de théories unificatrices, que ce soit au niveau de la définition ou de la conceptualisation de l'entrepreneuriat.

L'objet de ce chapitre est de passer en revue certaines contributions théoriques dans le domaine, il s'agit de faire une synthèse de la revue de la littérature et des résultats de recherche sur l'entrepreneuriat. Ce chapitre paraît nécessaire, parce qu'il constitue à la fois la justification et le fondement de notre cas pratique. Ainsi dans la première section, nous penchons sur l'histoire et l'évolution de l'entrepreneuriat. Dans la deuxième section, nous nous intéresserons aux définitions et caractéristiques de l'entrepreneur. Et nous essaierons de comprendre dans la troisième section les origines et les typologies des entrepreneurs ainsi que leur rôle dans l'économie.

Section 1 : Evolution théorique du concept d'entrepreneur

Le phénomène entrepreneurial recouvre plusieurs situations qui a conduit les chercheurs contemporains en entrepreneuriat, à élaborer plusieurs théories, afin d'expliquer cette réalité, qui a encore de nombreuses zones d'obscurité.

Le concept d'entrepreneur a beaucoup évolué dans le temps et dans l'espace ceci, en relation directe avec la complexification de l'activité économique et l'évolution de la théorie de l'entrepreneur. Il va de soi que ce terme mérite d'être expliqué, aussi bien du point de vue de la sémantique, que de celui de la théorie économique.

1.1 Les origines du concept d'entrepreneur

La première manifestation pratique de l'activité entrepreneuriale, peut remonter jusqu'à MARCO POLO, cet « intermédiaire », qui a tenté d'instaurer des liaisons commerciales avec

l'Extrême-Orient, en concluant un contrat avec le bailleur de fonds pour la vente de ses machines, ce contrat a pris la forme d'un prêt consenti à l'aventurier-marchand, au taux de 22,5 % assurance comprise. Dans ce cadre, le capitaliste était un preneur de risque passif, il en va autrement pour l'aventurier-marchand, qui jouait un rôle actif dans le négoce, en assumant tous les risques.

Au Moyen-Age, et plus particulièrement en France, le vocable « entrepreneur » désignait une personne, qui assume une tâche et qui gérait de vastes chantiers de production, en utilisant les ressources qui lui étaient fournies, sans pour autant prendre des risques économiques. A titre d'exemple, la personne chargée de grands travaux d'architecture, tels que châteaux et fortifications, édifices publics, abbayes ou cathédrales, était un entrepreneur typique du Moyen-âge.

Aux XVI^{ème} et XVII^{ème} siècles, l'entrepreneur désigné comme étant l'individu qui prenne des risques, car il se livre souvent à des activités spéculatives, en passant des contrats avec le monarque, pour la réalisation de bâtiments publics et le ravitaillement des armées. L'entrepreneur était une personne qui entretenait une relation contractuelle avec le gouvernement, pour un service ou la fourniture de marchandises¹. De ce fait, ces opérations, comportaient des risques financiers pour l'entrepreneur, car il s'engageait à accomplir le travail, moyennant le versement d'une somme fixée par contrat (un prix forfaitaire), alors il n'avait qu'une idée approximative du coût réel effectif des travaux, de la durée de ces derniers et par conséquent, du profit ou de la perte, qui résulterait de

C'est Richard CANTILLON, le célèbre économiste et écrivain franco-irlandais du XVIII^{ème} siècle, qui a élaboré l'une des premières théories de l'entrepreneur. Certains le considèrent comme le créateur de ce mot. Selon cet auteur, l'activité entrepreneuriale est liée à la prise de risques. Il en ressort, que les fermiers, les négociants, les artisans, les drapiers et les manufacturiers, sont tous des entrepreneurs car ils achètent à un prix certain et vendent à un prix incertain, leur activité comportant donc un risque¹. A cet égard, le fermier au sens de Cantillon, c'est un entrepreneur qui promet de payer au propriétaire une somme fixe d'argent, sans avoir de certitude de l'avantage qu'il tirera de cette entreprise ; il conduit ainsi l'entreprise de la ferme avec incertitude. De même, les négociants, les artisans,

¹ Furetière A : « Dictionnaire Universel », Vol.1, 1690, P.951. Cité par Boutillier S., Uzunidis D : « L'entrepreneur : une analyse socio-économique », Economica, Paris , 1995, P.8.

les drapiers et les manufacturiers achètent tous leurs fournitures à un prix certain, mais ils sont incertains quant à leurs recettes totales, lesquelles sont tributaires d'une foule de circonstances, dont l'entrepreneur n'est que partiellement maître. Notons aussi que, l'entrepreneur décrit par Cantillon, est dans une situation inverse de celle de l'entrepreneur des travaux publics, car ce dernier vend à un prix certain, c'est son coût qui est incertain et l'entrepreneur de Cantillon achète à un prix certain, c'est le montant de sa recette totale et donc son résultat d'exploitation, qui est incertain.

L'analyse de Cantillon a été reprise par les physiocrates, puis par Adam SMITH et enfin, par Jean-Baptiste SAY, qui aurait pris la notion d'entrepreneur-coordonateur, en insistant sur le rôle de l'entrepreneur dans la combinaison des facteurs de production et dans l'affectation efficiente des ressources.

Au cours du XVIII^{ème} siècle, le détenteur du capital se différençia peu à peu de celui qui avait besoin d'un capital. Autrement dit, on distingua le rôle de l'entrepreneur du rôle du fournisseur de capitaux, et à ce titre, on peut citer l'exemple de Thomas EDISON, qui trouva auprès de sources privées, les capitaux nécessaires pour faire ses expériences et mettre au point ses inventions dans les domaines de l'électricité et de la machine².

Aussi, il y a lieu de dire que jusqu'au milieu du XVIII^{ème} siècle, l'activité productive était encadrée par les corporations de métiers, qui fixaient les conditions de productions, d'embauche et d'échanges. C'est dans ce contexte que l'entrepreneur est fréquemment associé à un charlatan ou à un dévian, car il tente souvent de faire des affaires, en court-circuitant les corporations.

A la fin du XIX^{ème} siècle et au début du XX^{ème} siècle, les économistes confondaient souvent, les entrepreneurs et les managers. La définition suivante, illustre cette confusion : « l'entrepreneur organise et fait fonctionner une entreprise en vue de réaliser un gain personnel. Il paie au prix en vigueur les matériaux consommés par l'entreprise, le terrain qu'elle utilise, les services des gens qu'il emploie et les capitaux dont il a besoin. Il apporte sa propre initiative, son talent et son habilité, en planifiant, en organisant et en administrant l'entreprise. Il assume aussi la possibilité de perte ou de gain provenant de circonstances

² Peters M.P. : « entrepreneurship : lancer, élaborer et gérer une entreprise », Economica, Paris, 1991. P 96.

imprévues et incontrôlables. Le reliquat net des recettes annuelles de l'entreprise après paiement de tous les coûts lui reste acquis »³.

1.2 Les principales théories contemporaines de l'entrepreneur

Nous essayons dans ce paragraphe de présenter les différentes approches sur le concept de l'entrepreneur les plus significatives.

1.2.1 Leibenstein et la théorie de l'efficience X.

L'efficience X constitue le degré d'inefficience dans l'utilisation des ressources au sein d'une firme : elle représente la mesure dans laquelle la firme ne parvient pas à atteindre son potentiel productif. Leibenstein considère la fonction d'entrepreneur, comme une réponse créative de l'efficience X, car l'absence d'efforts d'autres individus et l'inefficience consécutive des organisations qui les emploient, constituent une opportunité pour les entrepreneurs. Ceci nous amène à dire que les activités d'entrepreneur, constituent une menace pour les organisations inefficentes.⁴

Leibenstein identifie deux principaux rôles pour l'entrepreneur. Le premier rôle, celui de « combinaison des facteurs de production », consiste à rendre disponibles des facteurs, qui peuvent améliorer l'efficience des méthodes de production actuelles ou faciliter l'introduction de nouvelles ; ceci est normalement effectué par médiation sur les marchés des facteurs, en particulier, sur le marché des capitaux et des dirigeants compétents. Le rôle de l'entrepreneur consiste à améliorer le flux d'information sur ces marchés. Le second rôle, celui de « comblement des manques », est très proche de la fonction d'arbitrage mises-en-évidence par Kirzner, Leibenstein propose une description très vivante de cette fonction, en représentant l'économie comme un réseau de nœuds et de sentiers.

1.2.2 Hayek et Kirzner et le processus de marché

La principale contribution de Hayek à la théorie de l'entrepreneur, consiste à montrer que l'absence d'entrepreneurs dans l'économie néo-classique est intimement associé à

³ Peters M.P. Op.cit, P.9.

⁴ Casson M. :« l'entrepreneur», Economica, Paris,1982, P. 335 – 351.

l'hypothèse d'équilibre de marché, car selon lui, le postulat d'équilibre est équivalent à un postulat d'information complète.

Selon Hayek, le contenu empirique de l'économie politique renvoie au processus d'ajustement vers un équilibre. Ce processus, comprend l'acquisition et la communication de connaissances. Pour Hayek, l'ajustement du prix, constitue le principal rôle de l'entrepreneur, car si le mauvais prix prévaut sur le marché, alors une possibilité de profit est créée. Au sens de Kirzner, la vigilance à l'égard du déséquilibre, constitue la caractéristique distinctive de l'entrepreneur. Car il constitue une opportunité pour se lancer dans une affaire.

1.2.3 Knight et l'incertitude

Knight identifie l'entrepreneur comme celui qui reçoit un profit pur. Le profit est le revenu résiduel disponible une fois que tous les paiements contractuels ont été déduits des recettes de l'entreprise. C'est la rémunération de l'entrepreneur, qui supporte les coûts de l'incertitude.

Knight identifie l'incertain par une situation où les probabilités des différents résultats ne peuvent être déterminés, soit par un raisonnement à priori, soit par déduction statistique, car un raisonnement à priori est simplement inadapté aux situations économiques et une déduction statistique est impossible, étant donné que la situation ne renvoie qu'à un événement unique (elle n'appartient pas à une large population d'événements identiques).

Selon Knight, les entrepreneurs sont d'une part, des individus ayant le plus haut niveau de prévisions, leur permettant de prendre des décisions de production et ont, d'autre part, une confiance en leurs propres jugements et une bonne perception sur les autres.

1.2.4 l'entrepreneur innovateur de Schumpeter

C'est Joseph Schumpeter dans son livre de 1912 « la théorie de l'évolution économique »⁵, puis dans celui de 1942 « Capitalisme, socialisme et démocratie »⁶, qui introduisit une conception entièrement nouvelle de l'entrepreneur, en lui reconnaissant une activité spécifique qu'est l'innovation.

⁵ CF. Schumpeter J. : « théorie de l'évolution économique », traduction sur la 2eme édition, Dalloz, Paris, 1938 .

⁶ CF. Schumpeter J.: « Capitalisme, socialisme et démocratie », traduction sur la 2eme édition, Payot, Paris, 1951.

En effet, pour Schumpeter, l'entrepreneur est le moteur du développement économique et sa fonction, consiste à innover ou à mettre en place de nouvelles combinaisons. Cette innovation suscite en outre, la variation de la forme de la fonction de production et bascule les traditions industrielles.

Au sens de Schumpeter, « la fonction des entrepreneurs consiste à réformer ou à révolutionner le mode de production, en exploitant une invention ou, plus généralement une possibilité technologique inédite, afin de produire un nouveau bien ou d'en produire un ancien d'une façon nouvelle, en inaugurant une nouvelle source de fourniture de matières premières ou un nouveau site de production, en réorganisant un nouveau secteur d'activité »⁷.

Selon Casson cette innovation, recouvre cinq cas :⁸

1. l'introduction d'un nouveau bien ou l'amélioration de la qualité d'un bien existant;
2. l'introduction d'une nouvelle méthode de production ;
3. l'ouverture d'un nouveau marché, en particulier un marché à l'exportation sur un nouveau territoire ;
4. la conquête d'une nouvelle source d'offre de matières premières ou de produits semi-finis;
5. la création d'un nouveau type d'organisation industrielle, en particulier la formation d'un trust ou d'un quelconque autre type de monopole.

Il s'ensuit que tout entrepreneur qui cesse d'innover, retombe dans la routine et n'est plus un entrepreneur Schumpetérien et quiconque remplit cette fonction, est un entrepreneur, qu'il soit un homme d'affaires indépendant ou un employé dépendant d'une entreprise, tel qu'un cadre ou un directeur. Néanmoins, les hommes d'affaires ne sont pas tous des entrepreneurs : l'entrepreneur type est le fondateur d'une nouvelle firme, plutôt que le dirigeant d'une firme déjà en place.

Selon Schumpeter, l'entrepreneur n'est pas un preneur de risques, car la prise de risques est la fonction du capitaliste, qui prête ses fonds à l'entrepreneur. Ce dernier ne prend des risques, que dans la mesure où il agit aussi en tant que capitaliste.

⁷ Schumpeter J : « Can capitalism survive ? Harper et Row, New-York, 1952. Cité par Hisrich R..D., Peters M.P. op.cit, P.9.

⁸ Casson M. : « L'entrepreneur », op.cit , P.343.

Schumpeter considère que les entrepreneurs talentueux, constituent une race d'hommes très rares, leur rareté ne réside pas tant dans leur vigilance et dans leur professionnalisme, que dans leur psychologie. Ils sont des hommes économiques rationnels.

Enfin, il convient de dire que, ce qui précède l'innovation, est l'invention qui est un domaine d'activité imaginaire extérieur à l'entrepreneur.

1.2.5 Andrews et Penrose et la firme qui entreprend

A l'origine, la théorie d'Andrews n'est pas concernée de prime abord par l'entrepreneur, puisqu'elle a trait à la prise en compte de la concurrence entre firmes au niveau du secteur. Cependant, l'analyse d'Andrews a un intérêt pour l'étude de la fonction d'entrepreneurs, parce qu'elle aborde les aspects de la stratégie commerciale, qui sont négligés par la théorie néo-classique de la firme, mais qui jouent un rôle crucial dans le succès ou l'échec d'une entreprise, les décisions qu'Andrews analyse, constituent tout à fait les décisions, dont les entrepreneurs sont en pratique préoccupés.

Penrose, de la même façon qu'Andrews, s'est intéressé à l'intégration d'un plus grand réalisme dans la théorie de la firme. Son analyse bien qu'elle ne comprenne pas de technique formelle, est à plusieurs égards, beaucoup plus fermement argumentée que celle d'Andrews. Les qualités personnelles de l'entrepreneur ont une influence importante sur la croissance de la firme. La souplesse d'adaptation donne à l'entrepreneur un horizon d'affaires plus vaste et l'encourage à tenter des expériences avec de nouveaux produits, il est capable « d'efforts d'imagination », il a le sens de « timing », la reconnaissance instinctive de ce qui réussira... Cette imagination, peut jouer sans trop de risques d'erreurs, car l'entrepreneur a souvent une perception de son environnement.

Enfin, pour achever ce paragraphe, le tableau suivant présente d'une façon plus détaillée, l'évolution de la théorie de l'entrepreneur, depuis le Moyen-Age et fournit une synthèse intéressante sur les principales approches du concept d'entrepreneur.

Tableau n°01 : Evolution de la théorie de l'entrepreneur

<p>Moyen-Age : acteur (action guerrière) et personne responsable de grands chantiers de production.</p> <p>XVII^{ème} siècle : personne qui supporte les risques de profit ou de perte dans un contrat à prix fixe avec les pouvoirs publics.</p> <p>1725 : Richard Cantillon – distinction de la personne qui prend les risques et de celle qui fournit les capitaux.</p> <p>1797 : Beaudeau – La personne qui supporte les risques qui prévoit, supervise, organise et possède.</p> <p>1803 : Jean-Baptiste Say – les profits de l'entrepreneur sont distincts des profits du capital.</p> <p>1876 : Francis Walter – distinction entre les bailleurs de fonds qui reçoivent un intérêt et ceux dont le profit est dû à leurs compétences de gestionnaire.</p> <p>1934 : Joseph Schumpeter – l'entrepreneur est un innovateur, il met en œuvre une technologie inédite.</p> <p>1961 : David McClelland – l'entrepreneur est une personne dynamique qui prend des risques calculés.</p> <p>1964 : Peter Drucker – l'entrepreneur maximise les opportunités.</p> <p>1975 : Albert Shapero – l'entrepreneur prend une initiative, organise des mécanismes socio-économiques et accepte le risque de l'échec .</p> <p>1980 :Karl Vesper– les économistes, les psychologues, les praticiens de l'entreprise et les hommes politiques ne voient pas l'entrepreneur de la même façon.</p> <p>1983 : Gifford Pinchot – l'intrapreneur est un entrepreneur au sein d'une organisation préexistante.</p> <p>1985 : Robert Hisrich – l'entrepreneurance est le processus qui consiste à créer quelque chose de différent et possédant une valeur, en lui consacrant le temps et le travail nécessaires, en assumant les risques financiers, psychologiques et sociaux correspondant et à en recevoir les fruits sous forme de satisfaction pécuniaire et personnelle.</p>

Source : Hisrich R.D : « Entrepreneurship and intrapreneurship : Lexington Books, 1986.

Section 2 :

Définitions et caractéristiques de l'entrepreneur

2.1 Définitions de l'entrepreneur et notions voisines

La définition du concept d'entrepreneur est plus complexe qu'on pouvait le penser; elle est l'un des plus importants et difficiles aspects de la théorie, car d'une part, l'évolution significative qu'a connue le concept, empêche la littérature économique d'apporter une définition précise et absolue et d'autre part, nous pouvons dire qu'il n'existe actuellement aucune théorie de l'entrepreneur bien établie. En fait, ce champ d'investigation, a été pour longtemps abandonner par les économistes, aux sociologues, aux psychologues et aux spécialistes de sciences politiques. Il s'ensuit que l'entrepreneur a été peu étudié au point qu'un économiste a pu dire que « le personnage principal de la pièce du drame...n'y apparaît jamais ».

Ce manque d'intérêt à la théorie de l'entrepreneur est semble-t-il, dû aux hypothèses extrêmes sur l'accès à l'information, implicitement adoptées par la science économique orthodoxe ou les modèles néo-classiques, qui supposent que chacun peut avoir librement accès à toute information, dont il a besoin dans son processus de prise de décision. Ce qui nous amène à dire que la prise de décision est une simple application mécanique des règles mathématiques. Dans ce contexte, l'entreprise et l'entrepreneur se confondent et se trouvent réduits à une fonction de production; la représentation de l'entreprise est extrêmement simplifiée, elle est réduite à une combinaison de capital et de travail, sans que ne soit prise en compte l'organisation effective de la production.

Toutefois, de nombreux travaux, émanant d'auteurs appartenant à des courants de pensée divers, ont essayé d'apporter un certain nombre d'éclairages à la définition du concept d'entrepreneur, en rapport avec les diverses réalités et situations.

Plusieurs définitions ont été adoptées, celles-ci en dépit du fait qu'elles considèrent toutes l'entrepreneur sous des angles légèrement différents, il n'en demeure pas moins, qu'elles font toutes appel à des notions similaires : la prise d'initiative, l'organisation et la réorganisation

de mécanismes économiques et sociaux dans le but d'exploiter des ressources et des situations, l'acceptation du risque ou de l'échec et enfin l'innovation.

Deux démarches sont généralement admises, la première est fonctionnelle et la deuxième est descriptive : l'approche fonctionnelle se contente simplement d'affirmer qu'un entrepreneur est défini « par ce qu'il fait », elle définit une fonction et considère comme un entrepreneur toute personne qui la remplit. L'approche descriptive quant à elle, fournit une description de ce qui fait que l'on peut identifier tel ou tel comme entrepreneur ; ainsi, par rapport à l'approche fonctionnelle qui est très abstraite, celle-ci, apparaît très empirique, car elle décrit l'entrepreneur en termes de son statut juridique, de ses relations contractuelles avec ses partenaires et de sa position sociale, etc.

Dans cette optique, nous présenterons dans ce paragraphe, quelques définitions du concept d'entrepreneur, ainsi que des autres notions voisines, à savoir : l'entrepreneuriat, l'esprit d'entreprise, la création d'entreprises, l'intraprenariat, l'extraprenariat et l'essaimage.

2.1.1 L'entrepreneur

Selon Larousse⁹, est « entrepreneur ... celui qui entreprend ». Plus précisément, l'entrepreneur est celui qui entreprend la réalisation d'un projet, qui définit les objectifs, met en œuvre des moyens financiers, humains, matériels et assume les risques de la réalisation.

De plus, l'entrepreneur apparaît souvent comme celui, qui crée de la richesse et en fait profiter autrui, comme celui qui découvre de meilleures façons d'utiliser des ressources, qui réduit le gaspillage et qui crée des emplois.

Selon S.Tangeoui, « le terme entrepreneur (..) désigne des hommes qui, grâce à une stratégie délibérée ou à un concours de circonstances ou les deux à la fois décident de créer leur propre entreprise»¹⁰.

⁹ Cité par Desseigne G. : « la création d'entreprise », P.U.F., Paris, 1996, P.7.

¹⁰ Tangeoui S. : « les entrepreneurs marocains : pouvoirs, société et modernité », Khartala, les Afriques, Paris, 1993, P.326.

Selon le Dictionnaire de Gestion, « l'entrepreneur est celui qui combine des facteurs de production de manière innovante et qui risque des capitaux dans un projet avec l'espoir de réaliser des profits »¹¹. Cette définition, semble prendre en considération tous les éléments valorisés par les différentes théories de l'entrepreneur, à savoir : l'affectation de ressources, l'innovation et la prise de risque.

2.1.2 L'entrepreneuriat

Le mot entrepreneuriat, n'est pas répertorié dans les dictionnaires usuels. Mais généralement on définit **L'entrepreneuriat** comme les activités qui concourent à la formation et la croissance d'une entreprise, dont la conséquence première est la création de valeur (richesse, emploi).

aussi, « l'entrepreneuriat désigne l'état (la qualité) de celui ou de ceux qui sont entrepreneurs. Cet état, résulte de plusieurs facteurs plus ou moins complémentaires : l'esprit d'entreprise, la création d'entreprise et l'action d'entreprendre ou de conduire une entreprise en étant entrepreneur »¹².

Hisrich, pour sa part, a préféré le vocable d'entreprenance à celui d'entrepreneuriat : « l'entreprenance est le processus qui consiste à créer quelque chose de différent et possédant une valeur, en lui consacrant le temps et le travail nécessaires, en assumant les risques financiers, psychologiques et sociaux correspondants et à en recevoir les fruits sous forme de satisfaction pécuniaire et personnelle »¹³.

2.1.3 L'esprit d'entreprise

L'esprit d'entreprise peut se définir comme : « l'aptitude d'un individu, d'un groupe social, d'une communauté à prendre des risques pour engager des capitaux (pour investir voire s'investir) dans une sorte d'aventure, (une entreprise) consistant à apporter quelque chose

¹¹ Boislandelle H.M. : « Dictionnaire de Gestion : vocabulaire, concepts et outils », Economica, Paris, 1998, P.147 .

¹² Boislandelle H.M .*Op.cit* P.146.

¹³ Hisrich R.D., Peters M.P. : « *Entrepreneurship : Lancer, élaborer et gérer une entreprise* », *op.cit*, P.11.

de neuf (l'innovation), de créatif, ceci en employant et en combinant de la façon la plus performante possible des ressources diverses »¹⁴.

2.1.4 La création d'entreprises

En gros, « la création d'entreprises est l'acte fondateur de l'entrepreneuriat, encouragée toujours par les pouvoirs publics pour développer la création d'emploi, elle est freinée par de nombreux obstacles, tant administratifs qu'économiques, que sociaux, que psychologiques ou que culturels »¹⁵.

2.1.5 L'intraprenariat

L'intraprenariat consiste « à faciliter l'innovation au sein de l'entreprise, en laissant à un cadre, la liberté de créer et de lancer un produit innovant (ce fut le cas du bloc-notes autocollant), depuis la conception jusqu'à la commercialisation. Une deuxième forme d'intraprenariat consiste à donner un maximum d'autonomie à un responsable d'unité dans le choix comme dans la gestion de ses ressources, en se comportant comme un « quasi-entrepreneur » qui dirigerait une « quasi-entreprise ». Enfin, une troisième forme d'intraprenariat, porte sur l'obligation pour le cadre « intrapreneur » d'engager ses propres capitaux dans l'affaire, de prendre une partie du capital de la filiale en voie de création, par exemple »¹⁶.

2.1.6 L'extraprenariat

L'extraprenariat veut dire des « actes d'entrepreneuriat par « sortie » de l'entreprise. Nous avons alors deux cas de figures : « l'extrapreneur » continue à travailler avec l'entreprise-mère, et agit en sous traitant spécialisé ou d'intelligence ; « l'extrapreneur » va exercer ses talents dans les domaines complètement différents, ce qui peut correspondre à une volonté de diversification... ou plus simplement à l'éviction du cadre ou de l'ingénieur. »¹⁷.

¹⁴ Julien P.A. , Marchesnay M. : « l'Entrepreneuriat », Economica, Paris, 1996 , P.8.

¹⁵ Boislandelle H.M : « Dictionnaire de Gestion : vocabulaire, concepts et outils », op.cit, P.146 .

¹⁶ Julien P.A. , Marchesnay M. « l'Entrepreneuriat », op.cit, P.83.

¹⁷ Idem.

2.1.7 L'essaimage

L'essaimage peut être défini comme le processus « dans lequel l'entreprise aide le salarié à créer sa propre entreprise avec si possible engagement de le reprendre en cas d'échec ; ce calcul peut être payant, dans la mesure où le cadre « essaimé », aura révélé des qualités d'entrepreneuriat trop rares dans les organisations hiérarchisées.»¹⁸.

2.2 Les caractéristiques de l'entrepreneur

La personnalité de l'entrepreneur a suscité un grand intérêt et a donné lieu à de multiples recherches, les caractéristiques psychologiques personnelles de l'entrepreneur sont principalement : L'autonomie ou l'indépendance, dans la mesure où il préfère recevoir ou gagner moins, tout en étant son « propre maître » ; la confiance ou l'optimisme, car par définition, il est optimiste ; enfin, la persévérance, car l'entrepreneur sait mettre beaucoup d'énergie pour arriver à ses fins. Nous allons présenter quelques caractéristiques de l'entrepreneur, en se référant à une synthèse réalisée par André Belley¹⁹ :

2.2.1 Le besoin d'accomplissement (Achievement motivation–need for Achievement)

Les travaux de Mc Clelland (1961, 1965, 1969), ont mis en avant le rôle de la notion de besoin d'accomplissement dans la construction de la personnalité de l'entrepreneur, car d'après cet auteur, les entrepreneurs, se caractérisent par un besoin élevé d'accomplissement. Ils préfèrent être responsables de la solution des problèmes, établir leurs propres objectifs et les atteindre par leur seul effort. Ils ont également tendance à prendre des risques modérés en fonction de leurs habilités et recherchent une mesure immédiate de leur performance qu'ils trouvent dans le projet.

Cependant, en dépit du fait que ce critère est certes considéré comme l'un des attributs de l'entrepreneur, il n'en demeure pas moins que seul, il ne peut être utilisé comme étant un indicateur.

¹⁸ Julien P.A. , Marchesnay M. « l'Entrepreneuriat »,op.cit, P.83..

¹⁹ Juli Cité par Hernandez E.M. :« le processus entrepreneurial vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat » , Harmattan, Paris, 1999, PP.31-34.

2.2.2 L'internalité du lieu de contrôle (Locus of control)

Il s'agit de la perception qu'a ou non, un individu de pouvoir contrôler ce qui lui arrive. Ainsi, on parlera de lieu de contrôle interne, si l'individu a le sentiment que par son comportement, il peut influencer ce qui lui arrive et de lieu de contrôle externe dans le cas inverse. Dans cette visée, de nombreuses études ont montré que les entrepreneurs ont un lieu de contrôle interne, les incitant à agir plus que ceux ayant un lieu de contrôle externe.

2.2.3 La propension à la prise de risques (Risk - taking propensity)

En s'engageant dans un projet d'entreprise, l'entrepreneur accepte de prendre des risques de différentes natures. Le premier risque est financier, car créer une entreprise, c'est souvent engager tout son avoir et en cas d'échec, il va devoir rembourser ces dettes pendant des années. Le second risque, est d'ordre professionnel, car quitter un emploi pour créer ; c'est renoncer à une certaines certitudes, sans avoir de quoi exactement demain sera fait. Le troisième risque, est d'ordre familial, car créer, c'est accepter de se consacrer plus à son travail et moins à sa famille. Enfin, le quatrième risque est d'ordre psychique, car souvent, l'engagement personnel du créateur vis-à-vis de son entreprise, est tel qu'il s'y identifie totalement et un échec est souvent très mal vécu et il laisse parfois des traces indélébiles et insurmontables.

Face à tous ces risques potentiels, l'entrepreneur n'apparaît pas comme un « risque-tout », mais au contraire, comme quelqu'un qui cherche à minimiser le risque, ayant une proportion à la prise de risques modérés.

Cependant, cette caractéristique toute seule, ne peut pas distinguer les entrepreneurs des autres individus. Dans ce cadre, d'autres traits ont été étudiés : tolérance à l'ambiguïté, valeurs personnelles, idéologie d'affaires, autonomie, leadership, créativité, optimisme, opportunisme, etc.

Section 3 :

Origines, typologies et rôle des entrepreneurs

L'identification des différents types d'entrepreneurs, passe indéniablement par l'exploration des aspects les plus importants, des origines et des antécédents personnels des entrepreneurs. Ainsi, nous essaierons de passer en revue, tout ce qui a trait aux origines des entrepreneurs, avant de présenter certaines typologies.

3.1 Origines des entrepreneurs

3.1.1 L'environnement familial

Les aspects de l'environnement familial de l'entrepreneur portent généralement sur son rang de naissance, la profession et le statut social de son père ou de sa mère et ses relations avec ses parents.

L'incidence du rang de naissance a fait l'objet dans de nombreuses études, notamment dans celle de Hennig et Jardim, qui ont découvert par exemple, que les femmes cadres dirigeants, ont tendance à être des aînées. Ainsi, suppose-t-on, un aîné ou un enfant unique est entouré d'une attention particulière et acquiert plus de confiance en lui.

De même, la profession des parents est déterminante dans la vie des entrepreneurs, car il apparaît clairement que les entrepreneurs tendent à avoir pour père, un travailleur indépendant ou un entrepreneur. Autrement dit, le fait d'avoir pour père un travailleur indépendant marque fortement l'entrepreneur et il s'habitue dès le plus jeune âge à la nature indépendante et à la souplesse d'un statut, dont le père incarne l'exemple.²⁰

Enfin, la relation globale qui s'est établie entre l'entrepreneur et ses parents, est peut être l'aspect de l'environnement familial de l'enfance qui contribue le plus à instaurer l'impression du caractère désirable de l'activité entrepreneuriale, car les parents jouent le rôle de soutien et favorisent l'indépendance.

²⁰ Hisrich R.D. , Peters M.P. : « Entrepreneurship : lancer, élaborer et gérer une entreprise » , op.cit, PP. 57-65.

3.1.2 L'éducation

De nombreuses études sur l'éducation des entrepreneurs ont montré que, celle-ci, joue un rôle important dans l'éveil des entrepreneurs. Cependant, le niveau de formation acquis n'est pas seul en cause, mais l'importance de l'éducation, tient aussi à ce qu'elle permet tout au long de sa vie de faire face, aux problèmes et de pallier ses propres insuffisances.

3.1.3 Les valeurs personnelles

Les valeurs personnelles sont importantes pour les entrepreneurs. Celles-ci, ont trait généralement à tout ce qui concerne le leadership, l'entraide, l'agression, la générosité, le conformisme, la créativité, la véracité, la débrouillardise. Cependant, les études ont montré que l'entrepreneur adopte une série d'attitudes distinctives, quant à la nature du processus de management et de l'activité économique en général, ainsi, nous évoquons souvent l'opportunisme, l'intuition et l'individualisme de l'entrepreneur.

3.1.4 Les activités professionnelles antérieures

Les activités professionnelles exercées par l'entrepreneur jouent un rôle important, tant dans la création que dans la croissance de son entreprise. Il s'ensuit que la connaissance d'une technique et d'un secteur d'activité a une influence significative sur l'activité entrepreneuriale.

De ce point de vue, certains domaines d'expérience, ont une importance particulière, tels que, l'obtention de financements auprès des banques ou des sociétés de capital-risque, la mise au point de produits ou services bien adaptés au marché, l'implantation des établissements industriels, la création des réseaux de distribution et l'établissement des plans commerciaux.

3.2 Typologies des entrepreneurs

De nombreux auteurs, se sont intéressés aux différents types d'entrepreneurs et ce, en relation directe avec leurs différents objectifs, motivations et caractéristiques. Globalement, la division la plus fréquente sépare les entrepreneurs en deux catégories essentielles : les

indépendants, qui recherchent avant tout leur autonomie et les organisateurs, qui veulent souvent bâtir une organisation.

Dans cette perspective, nous essaierons dans ce paragraphe de présenter une esquisse, sur les typologies les plus généralement admises : ²¹

3.2.1 Typologie de Norman Smith

Norman Smith a établi une typologie, comportant deux types d'entrepreneurs, il a pris comme critère les conditions de création :

A. L'entrepreneur-artisan

C'est un entrepreneur qui a une éducation limitée, une formation et une expérience essentiellement techniques. Il travaille dur, mais il est peu habile pour composer avec son environnement. De plus, voulant conserver la maîtrise de son affaire, il se méfie des emprunts. Enfin, ce type d'entrepreneur a une attitude paternaliste avec son personnel et il est avant tout désireux de travailler à son propre compte, plutôt que comme employé.

B. L'entrepreneur-opportuniste

Il est plus instruit, plus actif socialement, mieux intégré dans son environnement et meilleur communicateur. De plus, son expérience de travail, est variée. Il cherche avant tout, à développer l'affaire qu'il a créée.

3.2.2 Typologie de Knight

Knight, quant à lui, a défini trois types d'entrepreneurs :

A. L'artisan-inventeur

C'est un technicien motivé par l'innovation et voulant développer un nouveau produit ou un nouveau procédé.

B. Le promoteur

C'est un entrepreneur, dont la compétence relève essentiellement du domaine commercial, marketing et vente.

²¹ *Hernandez E.M. : « le processus entrepreneurial vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat » ,*

C. Le gérant général

C'est un coordinateur, dont le talent consiste à réunir des éléments et des connaissances extérieures, pour réaliser sa création.

3.2.3 Typologies de Jacqueline Lanfer

Jacqueline Lanfer, a identifié quatre catégories d'entrepreneurs, et ce à partir des trois motivations principales observées par l'auteur chez les entrepreneurs : le désir d'indépendance et d'autonomie, le désir de réalisation individuelle et enfin la volonté de pouvoir.

A. Les managers et les innovateurs

Pour ces entrepreneurs, l'autonomie n'est pas une fin en soi, ce qui importe le plus, c'est la croissance. En ce sens, Gabriel Bissiriou, indique que le dirigeant innovateur se révèle comme un homme généralement expérimenté, de formation scientifique et technique ; il n'a pas nécessairement pour objectif principal la constitution d'un patrimoine, mais surtout la croissance, la conquête de nouveaux marchés, le développement des exportations et la réaction contre la concurrence, pour assurer sa survie.

B- Les entrepreneurs-proprétaires

Ces entrepreneurs, recherchent une croissance maîtrisée, car d'une part, ils sont favorables à la croissance et d'autre part, ils désirent conserver leur autonomie financière.

C- Les entrepreneurs-techniciens

Ils optent avant tout, pour l'autonomie et refusent toute forme de croissance.

D- Les entrepreneurs-artisans

Ces entrepreneurs sont en fait, plus des professionnels indépendants, que des véritables entrepreneurs, car ils souhaitent avant tout être indépendants, survivre et refusent la croissance.

3.2.4 La typologie d'Ettinger

Ettinger (1983), distingue deux types d'entrepreneurs :

A- Un indépendant-entrepreneur

Il recherche avant tout, l'autonomie et l'indépendance. Il délègue peu et la taille limitée de son entreprise en limite la solidarité organisationnelle. Nous pouvons parler dans ce cas de pseudo-entrepreneur.

B- Un entrepreneur-créateur d'organisation

Il est plus ambitieux, car il cherche à développer son affaire et à accroître son pouvoir. Il n'hésite pas à déléguer et voit l'avenir de sa firme en terme expansionniste.

3.2.5 La typologie de Julien et Marchesnay

Julien et Marchesnay²², ont proposé une typologie des dirigeants de la petite entreprise, fondée sur trois grandes inspirations suivantes :

- La pérennité de l'entreprise : c'est à dire, le souci de durée, notamment dans l'espoir de la transmettre à un repreneur ou à un membre de la famille.
- L'indépendance : L'indépendance financière ou l'autonomie de décision (en termes de propriété du capital et/ou autonomie en termes de prises de décision) .
- La croissance : on peut l'assimiler à la volonté de puissance et au désir du pouvoir.

Ces auteurs mettent en évidence, deux grandes familles de dirigeants à partir de ces aspirations : le dirigeant de type P.I.C. et le dirigeant de type C.A.P.

A. L'entrepreneur P.I.C. (Pérennité – Indépendance – Croissance)

Il veut avant tout assurer la pérennité de son affaire, pour la transmettre éventuellement à ses enfants ou la vendre. Il est, en outre très désireux de rester indépendant et par conséquent, préfère l'auto-financement à l'endettement. Enfin, la croissance ne constitue pas pour lui un objectif prioritaire.

²² Julien P.A, Marchesnay M. : « *La petite entreprise principes d'économie et de gestion* », Vuibert , Paris , 1988.

B. L'entrepreneur C.A.P. (Croissance – Autonomie – Pérennité)

Il est plus mobile et plus individualiste que le P.I.C., car la croissance et le développement de son affaire, constituent sa préoccupation principale. Il recherche aussi l'autonomie, mais ne fait de la pérennisation de son affaire, un objectif primordial.

3.2.6 Entrepreneurs hommes, entrepreneurs femmes

Des auteurs ont établi une certaine dichotomie entre les entrepreneurs hommes et les entrepreneurs femmes, car malgré que les entrepreneurs des deux sexes ont beaucoup en commun, il n'en demeure pas moins qu'ils diffèrent sensiblement.

Les facteurs qui interviennent lors du lancement d'une entreprise, ne sont pas les mêmes pour les hommes et pour les femmes, surtout en ce qui concerne les systèmes de soutien, les sources de fonds et les problèmes rencontrés.

De même, les motivations diffèrent pour les deux sexes, dans la mesure où les hommes sont souvent motivés par le désir de maîtriser leur propre destinée, de réaliser quelque chose et les femmes tendent à être motivées davantage par un désir d'indépendance et d'épanouissement personnel.

Le financement de départ, est aussi un domaine dans lequel, les hommes et les femmes diffèrent car, si les hommes rangent souvent parmi leurs sources de financement, en sus de leurs capitaux personnels, les investisseurs, les prêts bancaires ou les prêts personnels ; les femmes, par contre, s'en tiennent d'ordinaire à leurs économies ou à leurs biens personnels.

Enfin, il y a lieu de dire que les femmes, ont tendance à créer des entreprises dans des domaines liés aux services, le commerce de détail, les relations publiques, les services éducatifs, alors que les hommes, sont plutôt portés vers l'industrie, le bâtiment ou la haute technologie. Il s'ensuit que les entreprises appartenant à des femmes sont souvent plus petites et leur bénéfice net inférieur.

3.3 Rôle de l'entrepreneur

3.3.1 L'entrepreneur et l'appropriation de l'information²³

Les entrepreneurs n'existent que, parce que des individus ont des idées nouvelles et qu'ils réunissent et organisent diverses ressources, pour appliquer ces idées sur le marché. Cependant, comment font-ils, pour appliquer ces idées et pour organiser la production autour de ces idées ?

Selon Alfred Marshall, ces idées doivent se trouver « dans l'air » et être remarquées par quelqu'un de particulièrement observateur. Elles doivent être détachées de la masse d'informations disponibles et être ensuite décodées. Toutefois, elles doivent être associées à d'autres informations sur la manière de les appliquer et sur les ressources nécessaires à cette application. Il faut savoir, qu'il y a toutes sortes d'informations disponibles, provenant des différents médias, de réseaux spécialisés, mais aussi d'anomalies remarquées dans l'économie ou de possibilités de besoins non remplis. Cependant, la plupart des informations ne sont pas intéressantes, car elles ne conduisent à rien de nouveau ou à rien de rentable, ces informations sont appelées « circulantes ». En effet, la société actuelle est sur-informée et la grande majorité de l'information est inutile.

Il faut cependant noter, qu'il en existe une petite partie, que l'on appelle « l'information structurelle » ou « l'information riche », qui ouvre des opportunités sur le marché, si elle est saisie à temps et qui offre des possibilités de changement importantes pour les entrepreneurs.

L'information est un bien intangible et non matériel, qui ne vaut que si elle passe du savoir (le message), au savoir-faire (la connaissance) ou encore de la communication à l'action. De plus, elle varie selon celui qui la transmet et en fonction de celui qui la reçoit. Elle ne peut le plus souvent être stockée et demande une transmission rapide et directe (cela explique la formation de réseaux, capables d'alimenter régulièrement les entrepreneurs). Aussi, une information est rarement suffisante seule, dans la mesure où elle doit être complétée par d'autres informations associées, pour qu'elle ait de la valeur. C'est souvent une suite de

²³ Julien P., Marchesnay M. : « *l'Entrepreneuriat* », *op.cit.*, P.97-102.

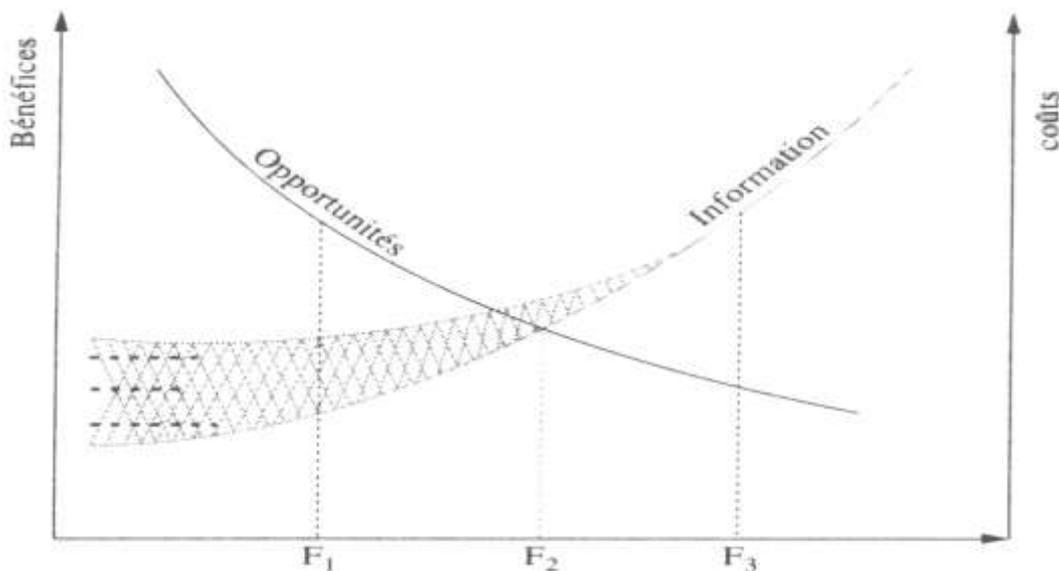
petites informations, qui permet de déclencher les réflexes de l'entrepreneur, pour qu'il puisse se dire que, c'est le moment d'agir.

La recherche d'information, relève en bonne partie du hasard, mais d'un hasard « orienté », dans la mesure où cette recherche est en partie « ciblée », en fonction du secteur, de la stratégie retenue et des ressources disponibles. Elle est aussi ouverte, pour saisir des opportunités hors cible. De plus, la recherche d'information est multifonctionnelle, elle requiert des éléments technologiques, commerciaux et concurrentiels, de l'information sur le financement de nouveaux actifs et sur les sources de formations. Une information seule sur une nouvelle possibilité ne vaut rien, si elle n'indique pas les canaux, pour obtenir l'information complémentaire.

L'information suppose du temps et des coûts. Les petites entreprises à elles seules ne peuvent pas facilement y avoir accès, notamment si elles sont dans des régions éloignées des grandes métropoles où l'on trouve le plus d'informations.

Pour comprendre l'attitude de l'entrepreneur vis-à-vis de l'appropriation de l'information, on peut utiliser un schéma en deux dimensions, présentant la courbe des opportunités et celle de l'information (CF. Figure n° 01).

Graphique N° 1: Relations entre la quantité d'information recherchée enrichie par le milieu territorial et la présence d'entreprises innovantes ou proactives.



Source : Julien P.A. , Marchesnay M. : « l'Entrepreneuriat »

On peut dire qu'à mesure que le temps avance, les opportunités sont de moins en moins rentables, puisqu'elles ont été saisies par d'autres (courbe descendante), il est donc important d'appréhender ces opportunités avant les autres entreprises, pour en tirer le maximum de bénéfice. Cependant, il faut avoir de l'information sur les qualités de ces opportunités (possibilités de développement, substituts possibles, cycle de vie...), sur les ressources nécessaires et sur l'organisation à mettre en place pour y répondre. Or, l'information demande du temps et coûte de plus en plus cher (courbe ascendante).

Dans ce contexte, les entrepreneurs font un choix entre assez d'information et une réaction à temps, pour saisir l'opportunité avant les concurrents. Face à cette situation, il existe en gros, trois cas de figure :

- Les firmes ayant un comportement proactif (en F_1 , le prospecteur ou l'innovateur selon Miles et Snow ou le cap selon Julien et Marchesnay) prendront plus de risque pour saisir les opportunités avant les autres, grâce à une stratégie intuitive, en ayant toutefois peu d'information, leur calcul est d'espérer gagner ainsi, deux fois sur trois.

- Au contraire, la firme qui a une stratégie réactive (en F_3 , le suiveur et surtout le réacteur ou le PIC) attendra d'avoir toute l'information, pour se lancer dans cette production, quitte à ce que les rendements soient faibles, pour lui, les pertes, mais également les gains importants seront rares.

- Enfin, les firmes (en F_2) ont une stratégie plutôt active, prenant suffisamment de risques, mais avec assez de prudence.

3.3.2 Entrepreneur et développement économique

Le rôle des entrepreneurs dans le développement économique ne consiste pas seulement à augmenter la production et le revenu par habitant, mais également à déclencher et à accomplir, l'évolution structurelle de l'économie et de la société. Dans ce cadre, la théorie de la croissance économique voit dans l'innovation, la clé non seulement de l'apparition de nouveaux biens et services, mais surtout de l'éveil d'un intérêt des entrepreneurs, envers les entreprises en création. Il en ressort que leurs nouveaux investissements, jouant simultanément sur les deux termes de l'équation de la croissance (l'offre et la demande) , car

d'une part, ils augmentent la capacité de croissance (offre) et d'autre part, les dépenses correspondantes absorbent les capacités et la production nouvelle (demande).

3.3.3 L'entrepreneur au plan micro-économique

L'entrepreneur représente une figure importante dans l'implantation et l'expansion des firmes, bien que la théorie économique n'ait que peu à dire en la matière²⁴.

Ainsi, il existe une étroite connexion entre les qualités individuelles de l'entrepreneur et le succès économique de la firme, mesuré par sa croissance et sa rentabilité. Ces qualités individuelles, qui existent dans une société seront influencées par les capacités latentes des groupes ethniques, qui composent la population, leur niveau d'éducation et enfin par la culture entrepreneuriale et les valeurs morales prédominantes. De plus, l'intensité avec laquelle ces valeurs sont exercées dans les affaires, varie selon le statut des différents emplois ou carrières et le niveau de liberté commerciale, accordée par les pouvoirs publics.

Dans ce cadre, l'une des plus remarquables caractéristiques des entrepreneurs, est qu'ils sont fréquemment issus de minorités, au sein de groupes sociaux qui réussissent à trouver le moyen d'accéder à un statut social qu'il leur était à priori impossible d'atteindre autrement. Il s'ensuit que la société et ses institutions ont une influence déterminante, sur la formation et sur la sélection des entrepreneurs. Il convient donc, de savoir quel genre d'institution sociale est susceptible d'assurer un climat favorable, au développement de l'esprit d'entreprise.

3.3.4 Entrepreneur, innovation et développement

Dans les modèles de croissance d'inspiration néo-classique et en particulier dans le modèle de Solow, l'augmentation de la productivité totale des facteurs est attribuée généralement, au progrès technique, entendu dans un sens très large, englobant tous les facteurs susceptibles d'entraîner une plus grande efficacité dans l'utilisation des ressources traditionnelles. L'accumulation des ressources traditionnelles, c'est à dire plus précisément le travail et le capital, n'explique qu'une partie souvent minoritaire de la croissance économique.²⁵

²⁴ Casson M. : « l'entrepreneur », *op.cit*, P.11.

²⁵ Costa J.S, Silva M.R. : « innovation et modèle entrepreneurial dans le nord littoral du Portugal ». In Courlet C, Soulage B. (avec la collaboration de C.Beauviala-Ripert) : « industrie, territoires et politiques publiques », l'Harmattan, Paris, 1994, PP. 35-42.

On doit à Joseph Schumpeter²⁶, l'introduction de nouveaux facteurs dans l'analyse théorique, en tant qu'éléments centraux du processus de développement, ceux-ci sont l'entrepreneur et l'innovation. Il en ressort que, face à la crise du système productif de type fordiste et à l'ampleur des changements technologiques actuels, dues essentiellement à l'amorce d'une « troisième révolution industrielle », qui repose notamment sur les technologies de l'information et de la communication, la biotechnologie, etc, les idées de Schumpeter sont dépoussiérées et sont objet d'un regain d'intérêt.

Dans ce cadre, les nouveaux facteurs de la croissance qui ne sont pas explicités dans une fonction de production agrégée de type néo-classique et qui peuvent être intégrés, en accord avec les hypothèses néo-classiques sont essentiellement, le « stock » de capital humain et le progrès technique, au sens strict du terme (accumulation des ressources techniques). De plus, en rupture avec les hypothèses néo-classiques, les travaux d'inspiration structuraliste, dont le point de référence principal est Chenery²⁷, ont mis l'accent sur les facteurs, tels que les économies d'apprentissage (« Learning-by-doing) et surtout, le transfert intersectoriel des ressources.

Il faut cependant rappeler que, l'entrepreneur et l'innovation, sont des problématiques voisines de beaucoup de ces nouveaux facteurs de la croissance, car d'une part, le degré d'efficacité de l'utilisation des ressources, dans le cadre d'une fonction de production déjà installée, dépend de l'action de l'entrepreneur et d'autre part, l'introduction de nouvelles techniques et de nouveaux systèmes d'organisation a un impact direct sur la productivité des secteurs déjà existants. Il en ressort que l'innovation, est au centre du transfert intersectoriel de ressources, des secteurs à plus faible productivité, vers des secteurs à plus haute productivité, impliquant au sens de Chenery, le changement structurel de l'économie et l'ouverture de nouvelles possibilités de croissance.

De surcroît, Hervery Leibenstein²⁸, a fait une distinction entre une fonction entrepreneuriale routinière et une fonction entrepreneuriale de « nouveau type » (new-entrepreneurship). La première, n'est qu'une simple activité d'administration, dans la mesure où il s'agit de créer

²⁶ C F. Schumpeter J, *op.cit* .

²⁷ CF. Chenery H : « growth and transformation ». In industrialisation and growth, ed. par Chenery H/Robinson, S/Syrquin, M, oxford university presse, New-York, 1986.

²⁸ CF. Leibenstein H : « Entrepreneurship and development ». In American Economic Review, papers and proceedings, vol.LVIII , n°2 , 1968.

ou de coordonner des activités identiques à d'autres déjà existantes, dont les fonctions de production sont bien connues et dont les marchés des inputs et de l'output sont organisés et l'accès facile. La fonction entrepreneuriale de « **nouveau-type** », par contre, définis et organisés. Dans ces conditions, le rôle de l'entrepreneur est de surmonter ces imperfections et lacunes au niveau de l'information et des marchés. De plus, son apport spécifique est sa capacité à surmonter les lacunes du marché (**gap-filler**) et d'assumer la combinaison de la totalité des inputs (**input-completer**), y compris ces inputs non-susceptibles par nature d'être obtenus sur le marché.

En résumé, il y a lieu de dire que le rôle de l'entrepreneur, ne se limite guère à la découverte d'opportunités économiques, à la coordination de la production ou à l'assomption du risque, mais il est lié aussi à l'absorption d'innovation, aussi bien au niveau technologique qu'au niveau organisationnel.

3.3.5 La demande et l'offre de facteur entrepreneur

La demande de facteur entrepreneur, correspond aux besoins de l'économie en termes d'innovation ou d'absorption d'innovation, dans la mesure où cela exige des capacités de « **gap-filler** » et « **d'input completer** », l'intensité de cette demande est variable dans le temps et dépend à la fois de facteurs internes et de facteurs externes.

Ainsi, pour un pays non-pionnier en terme d'innovation, la diffusion de l'innovation est un premier facteur, qui crée une demande de facteur entrepreneur. Cette pression est particulièrement forte, dans les périodes où l'environnement international est marqué par un grand changement technologique et économique. De plus, d'autres facteurs peuvent déterminer, à un moment donné, l'ampleur des besoins en fonction entrepreneuriale, ceux-ci sont entre autres, le contexte plus ou moins concurrentiel dans lequel le pays s'insère, le potentiel ou l'épuisement de la croissance dans le cadre de la structure économique existante et enfin la politique de développement elle-même.

Par ailleurs, l'offre de facteur entrepreneur, peut être soit endogène ou bien exogène (c'est-à-dire, émanant de l'extérieur). Ainsi, l'offre endogène a été communément expliquée, dans le cadre de la théorie du développement, en prenant l'entrepreneur comme un individu doté de capacités de création économique. Ces capacités, étant expliquées par des facteurs

psychologiques²⁹, ethniques³⁰ (on associe l'offre d'entrepreneuriat aux groupes minoritaires d'une société) et religieux (notamment, la célèbre explication de Weber sur le rapport entre l'esprit d'entreprise et le protestantisme). Cependant, il convient de dire que, ce type d'explication, tend à négliger le contexte économique dans lequel les entrepreneurs émergent. De plus, dans beaucoup de situations, l'entrepreneur est une ressource typiquement territoriale, au sens où il est le produit d'une combinaison locale de facteurs économiques, sociaux et culturels; à titre d'exemple, Octavio Figueiredo, a démontré cela très bien, pour le cas des systèmes productifs locaux dans le nord du Portugal.

3.3.6 Entrepreneur et développement inégal des nations

Les entrepreneurs jouent un rôle déterminant dans le développement des nations et dans la création de richesses. Néanmoins, la théorie économique orthodoxe l'a occulté, car elle attribue presque entièrement le succès ou l'échec à des facteurs matériels. Elle explique, par exemple, les différences de niveau de vie qui existent entre les nations par celles qui existent au niveau des dotations de chacune d'elle en main d'œuvre, capital et ressources naturelles, qui résultent à leur tour de différences au cours du temps entre les taux de croissance de la population, de l'épargne et du niveau d'épuisement des ressources naturelles.

Toutefois, les résultats statistiques font apparaître un facteur résiduel significatif, qui renvoie aux différences existant dans la qualité des ressources, plutôt que dans leur quantité. Dans cette optique, certains ont suggéré que la différence existant, au niveau de la qualité de la main-d'œuvre et de l'efficacité de l'utilisation des ressources, pouvait être en partie attribuable aux différences existant, au niveau de l'esprit d'entreprise imprégnant de la population, lequel apparaît comme une qualité personnelle, permettant à certains individus de prendre des décisions d'une portée souvent considérable.

Le développement inégal des nations, peut être expliqué par le fait que, les pays les plus en retard ne peuvent affecter leurs ressources de façon aussi efficiente, que les autres, car d'une part, rendre un système d'affectation des ressources efficient, n'est pas une mince affaire et nécessite beaucoup d'argent et d'autre part, il existe des barrières à la communication de l'information et des comportements, qui caractérisent les systèmes les plus efficaces. Il en

²⁹ Mc Clelland D : « The achievement motive », Appleton-Century-Crofts, New-York, 1953.

³⁰ Hagen H. : « On the theory of social change », Homewood I 11, Dorsey Press, 1962.

ressort que, l'effort de l'entrepreneur est nécessaire pour améliorer l'affectation des ressources et pour permettre le transfert du savoir-faire, vers d'autres pays, car, si deux pays différents par leur capacité d'entreprendre, autrement dit par le nombre d'entrepreneurs, le progrès aura tendance à apparaître dans les pays où la dotation en chefs d'entreprises est la plus forte.

Conclusion

L'entrepreneur est devenu l'acteur clé du développement, on le déclare à la fois créateur d'emplois et de richesses. Mais, les économistes ne se sont intéressés qu'assez tardivement à l'entrepreneur et à l'entreprise pour focaliser leurs efforts sur le mouvement d'ensemble de l'économie.

En effet, les économistes n'ont eu à s'intéresser à l'entreprise par le biais de son principal représentant, l'entrepreneur, qu'à partir du XIX^{ème} siècle, avec la célèbre analyse de J.B. Say, mettant en évidence, l'existence du métier de l'entrepreneur et ce, malgré que c'est R.Cantillon qui fit de l'entrepreneur, le personnage clé de l'économie. De même, au milieu du XX^{ème} siècle, J. Schumpeter, voit de l'entrepreneur, l'acteur de l'innovation et écrira que l'entrepreneur est prêt à mourir s'il le faut pour son entreprise, ce qui n'est pas le cas de l'actionnaire, qui raisonne en termes de paquets d'actions et de plus – values boursières. Dès lors, « les sociétés par actions sont beaucoup moins performantes que les sociétés personnelles, puisque (par définition), la gestion n'est pas assurée par le propriétaire de l'entreprise »³¹ .

C'est au milieu des années soixante, marquées notamment par la crise du régime d'accumulation fordiste des trente glorieuses que, d'une part, on annonce le retour de l'entrepreneur, et d'autre part, la résurgence des petites entreprises, car les mutations survenues dans les systèmes productifs, ont amorcé de nouvelles dynamiques organisationnelles qui favorisent l'essor des initiatives entrepreneuriales. Du coup, on s'intéresse plus aux caractéristiques psychologiques, ethniques et culturelles de l'entrepreneur, ainsi qu'à sa rationalité économique.

Toutefois, l'entrepreneur ne peut pas réussir seul et isolément, mais il appartient à un milieu qui le fait évoluer, en lui fournissant tous les moyens matériels et immatériels. Ainsi, nous traiterons les déterminants à la création d'entreprises dans le chapitre suivant.

³¹ Boutillier S, Uzunidis D : « Quelle est l'utilité marginale de l'entrepreneur ? ». In problèmes économiques, N°2742, 2 Janvier 2002, P.1.

Chapitre II

Les déterminants à la création d'entreprises

Introduction

Au sens économique, l'entrepreneur est celui qui combine et organise des ressources, de la main-d'œuvre, des matières premières et d'autres actifs pour produire et commercialiser tout en cherchant le développement de son organisme et de répondre aux besoins des individus, et malgré l'évidence du rôle principal joué par l'entrepreneuriat consistant à mener le développement économique et créer l'emploi, peu d'efforts ont été fournis pour enrichir les connaissances sur le sujet. Il est important, pour la promotion de l'entrepreneuriat surtout chez les jeunes, de reconnaître les différentes raisons qui amènent les individus à lancer une entreprise.

Plusieurs facteurs peuvent inciter les individus à choisir la voie de l'entrepreneuriat. Par exemple : Selon Nasroun, l'expérience professionnelle et les études suivies sont déterminantes dans le choix du secteur dans lequel investir et dans la vie de l'entreprise. L'expérience professionnelle permet d'acquérir et perfectionner les techniques de production et la maîtrise du métier, ainsi que la possibilité de tisser différents réseaux pouvant s'avérer d'une importance primordiale une fois lancée dans l'activité de création. La plupart des entrepreneurs investissent essentiellement dans les secteurs : dans lesquels possède de savoir-faire et d'expérience antérieurs, à faible intensité capitalistique et offrant des taux de rentabilité élevés.³²

Dans ce deuxième chapitre, nous allons procéder à la présentation des différents déterminants à la création des entreprises.

³² Nasroun N, Belattaf M, « Entrepreneuriat et création d'entreprises. Facteurs déterminant l'esprit d'entreprise : cas de Béjaïa Colloque national Stratégies d'organisation et d'accompagnement des PME en Algérie, Organisé par FSEGC de l'Université de Ouargla. Avril 2012.

Section I :

Les facteurs motivationnels influant sur la décision de créer une entreprise

Certaines recherches montrent relativement bien, le fait de la variation de la volonté et la capacité de s'engager dans le processus entrepreneurial des individus en fonction de certains facteurs. Les chercheurs ont montré que la volonté des gens de créer une opportunité entrepreneuriale dépende de facteurs tels que le coût d'opportunité (Amit, Mueller, & Cockburn, 1995)³³, leurs stocks de capital financier (Evans & Leighton, 1989), leur capital social, les liens avec les investisseurs (Aldrich & Zimmer, 1986)³⁴, l'expérience professionnelle. La perception du risque, leurs compétences et leurs savoir faire...etc.

Les motivations de l'entrepreneur sont souvent complexes, implicites et complémentaires. Elles sont généralement inhérentes à sa personnalité et ses intérêts professionnels et familiaux. Le profit n'est rarement le premier objectif de l'entrepreneur, mais il existe bien d'autres motivations, telles que le besoin d'indépendance ou le besoin d'être son propre patron, la nécessité ou l'intérêt de se trouver un emploi à la mesure de sa capacité ou d'assurer un revenu décent ou de l'emploi pour sa famille, de créer de l'emploi pour sa région.

Fondamentalement, les déclencheurs de l'entrepreneuriat peuvent être : ³⁵

- Individuels (insatisfaction personnelle dans le salariat, échec scolaire, volonté d'indépendance, besoin d'accomplissement ; recherche de pouvoir, goût du jeu, goût de l'action, etc) ;
- Familiaux (parents et proches entrepreneurs, ou au contraire critique de la situation familiale, etc) ;
- Sociaux (volonté de s'intégrer socialement, identification à un groupe social entreprenant, etc) ;
- Institutionnels (incitations diverses, opportunités, soutien d'entreprises ou de l'Etat, etc) ;

³³ Amit, R., Mueller, E., & Cockburn, I. (1995). *Journal of Business Venturing*, P 10, 95–106.

³⁴ Aldrich, H., & Zimmer, C. (1986). *Entrepreneurship through social networks*. In D. Sexton, & R. Smilor (Eds.), *The art and science of entrepreneurship* (pp. 3–23). Cambridge, MA: Ballinger.

³⁵ Boislandelle H.M. : « Dictionnaire de Gestion : vocabulaire, concepts et outils », op.cit, P.147.

- Economiques (perspectives de gains substantiels dans une conjoncture favorable) ;
- Culturels (valorisation des gagnants, des héros économiques, etc).

Ainsi, il apparaît intéressant d'identifier dans cette section, les facteurs de motivation des entrepreneurs.

Nous définissons au préalable la motivation, la motivation entrepreneuriale qui fait référence aux théories de la motivation enrichies progressivement par les psychologues et les chercheurs en gestion. De ces développements, nous pouvons proposer une première définition de la motivation entrepreneuriale fondée sur le désir de satisfaire certains besoins spécifiques.

1.1 Définition de la notion de la motivation

Le dictionnaire « Le Robert » donne plusieurs définitions de la motivation :

- « Relation d'un acte aux motifs qui l'explique ou le justifie. Exposé des motifs sur lesquels repose une décision »
- « Ensemble des facteurs déterminants le comportement de l'agent économique, plus Particulièrement du consommateur »

Selon le dictionnaire de l'éducation de Legendre(1993) la motivation est « un ensemble de désirs et de volonté qui pousse une personne à accomplir une tâche ou à viser un objectif correspondant à un besoin»

Selon le dictionnaire de psychologie de Larousse (1989) la motivation est « l'ensemble des facteurs dynamique qui déterminent la conduite d'un individu »

Porter & Lawler (1968, p. 7), dans leur ouvrage sur l'attitude des cadres et la performance, s'appuient sur la définition de la motivation de Jones (1955), c'est : « la manière dont le comportement est déclenché, stimulé, est soutenu, est dirigé, est arrêté, et quel type de réaction subjective est présente dans l'organisme pendant que tout ceci se produit ».

Louart (1997) rappelle que le « concept de motivation sert à traduire les aspects dynamiques de la conduite humaine. Il explique les liens entre l'activation de l'énergie interne et son orientation vers des buts particuliers. L'homme agit selon des directions qu'on peut interpréter de façon causale ou projective. Dans le premier sens, la motivation est le fruit de déterminations plus ou moins conscientes. Dans le second, elle mobilise le sujet vers des

finalités construites à partir de représentations et des enjeux qu'il y voit pour lui-même. Les deux façons de voir sont complémentaires »³⁶.

1.2 la motivation entrepreneuriale

La motivation entrepreneuriale traduit les liens entre l'activation de l'énergie interne et son orientation vers la création d'une entreprise. Elle est le résultat de déterminants personnels et environnementaux plus ou moins conscients. Elle mobilise le sujet vers la création d'une entreprise, dont le contour se construit à partir de représentations et des enjeux qu'il y voit pour lui-même. L'individu agit selon des directions qu'on peut interpréter de façon causale ou projective. L'énergie interne prend sa source dans l'existence de besoins non satisfaits.

1.3 Le besoins à l'origine de la motivation entrepreneuriale

Les besoins à l'origine de la motivation entrepreneuriale ont été présentés dans plusieurs études. Scott Shane³⁷ (2003) proposent trois catégories de facteurs susceptibles d'influencer la décision de créer une entreprise : les facteurs psychologiques individuels, les expériences antérieures et les caractéristiques personnelles du porteur de projet. Ils retiennent cinq facteurs psychologiques principaux : le besoin d'accomplissement, la croyance en la maîtrise de sa destinée (*locus of control*), la propension à prendre des risques, la créativité et les valeurs. A ces facteurs, il ajoute la tolérance à l'ambiguïté, l'autonomie et la confiance en soi.

1.4 Comprendre l'acte entrepreneurial

Divers théories ont été mises en œuvre pour expliquer les fondements de l'esprit d'entreprise, nous n'en examinerons celles qui nous semblent plus pertinentes

- l'approche sur l'étude des caractéristiques des individus.
- les besoins des entrepreneurs et les théories behavioristes et cognitivistes conduisant à des recherches plus opérationnelles

³⁶ Porter & Lawler (1968, p. 7),

³⁷ Scott Shane, Entrepreneurial motivation, School of Business, USA, 2003.

1.4.1 L'approche par les traits de personnalité

Les relations entre les traits de personnalité et le comportement entrepreneurial sont souvent abordées dans la théorie de l'entrepreneuriat. Certains travaux ont conclu qu'il existe effectivement une relation positive entre les traits de personnalité et la création d'entreprises et la réussite dans affaires. D'autres travaux ont conclu qu'il n'y avait pas de relation.

Les traits de personnalité sont définis comme les dispositions à prendre dans les différentes situations, la capacité d'agir. Les traits de personnalité sont durables et montrent un degré élevé de stabilité dans le temps. Ces traits incluent les déterminants biologiques (comme le tempérament), les facteurs de personnalité larges tels que les motifs (comme motif de réalisation), les attitudes et les croyances généralises.

L'approche par les traits de la personnalité repose sur l'hypothèse que certains traits psychologique prédisposent les individus à ses activités entrepreneuriales et que ces traits et caractéristiques les différencient des non entrepreneurs L'entrepreneur est vu acteur primordial dont il s'agit de découvrir les motivations, les caractéristiques psychologiques et les traits de personnalité, les caractéristiques sociodémographiques, les réseaux et le rôle d'innovateur dans l'économie (Déry, Toulouse 1995 ; Garter 1988 Stevenson, Roberte, Grousbeck, 1993).

L'objet final est d'établir un profil type d'entrepreneur répondant à des caractéristiques spécifique et empiriquement démontrées. En effet, certaines études réalisées dans le cadre de ces approches n'ont pas réussi à générer une liste validée et sérieuse de caractéristiques qui sont clairement entrepreneuriales dans toutes des situations. Autrement dit certains chercheurs ont rencontré des difficultés à classer les entrepreneurs selon leurs traits de personnalité .Par ailleurs Gartner (1988) a montre l'impossibilité de définir les caractéristiques permettant de discriminer les entrepreneurs dans une population.

Les limites psychosociologiques de l'entrepreneur prennent leur source dans celle du besoin d'accomplissement de Mc Clelland dont l'essentiel est issu de son ouvrage (The achieving society) publié en 1961.Pour cet auteur, il existe des facteurs endogènes à savoir des valeurs humains et des motivations qui poussent les individus à saisir et exploiter les opportunités

économiques au-delà de certains facteurs exogènes (opportunités économiques, climat social) pouvant expliquer la croissance économique.

Le besoin d'accomplissement selon Mc Clelland apparaît comme mère des motivations et se définit par le désir de mieux faire non pas pour le prestige, la reconnaissance sociale ou l'argent mais pour répondre à un besoin inné de réalisation personnelle. Pour l'auteur, il existerait une corrélation positive entre le besoin d'accomplissement et le niveau de développement économique d'un pays. Mc Clelland et Burnham¹⁹⁷⁶ ne concluent que le besoin d'accomplissement est l'élément clé du succès des entrepreneurs.

L'approche de Mc Clelland a inspiré beaucoup d'acteurs qui se sont intéressés aux motivations et aux profils psychologiques des entrepreneurs. Mais cette approche a été très critiquée par d'autres chercheurs qui ont démontré que ce besoin n'était pas déterminant dans la décision de créer une entreprise, et que des personnes autres que les créateurs, pouvaient également le posséder à un niveau élevé.

1.4.2 Les approches comportementalistes de l'entrepreneur

Cette approche a mis aussi l'accent sur le comportement de la personne qui est influencé par la manière dont le monde est représenté dans l'esprit et par l'exercice de choix individuel.

L'approche comportementale considère la création d'une organisation comme un événement contextuel, le résultat d'influences multiples. L'entrepreneur est un élément d'un processus complexe de la création d'une nouvelle entité. L'organisation est conçue en tant que premier niveau d'analyse et l'individu est perçu en termes d'activités qu'émerge l'organisation. Les recherches sur l'entrepreneur sont orientées vers ce qu'il fait et non pas sur ce qu'il est.

Si on considère que les attributs d'une personne relativement durables pourraient affecter l'activité entrepreneuriale. Dans ce cas le comportement doit être considéré comme la conséquence d'interactions entre la personne et la situation.

L'approche comportementale est prometteuse du point de vue de la recherche en raison de son caractère très opérationnel. Nous allons citer trois modèles :

1.4.2.1 Le modèle de la formation organisationnelle de Learned (1992)

Selon ce modèle, trois facteurs conduisant à l'acte d'entreprendre :

- La propension à créer : certains individus ont une combinaison de caractéristiques psychologique et un passé professionnel qui les rendent plus susceptibles de créer une entreprise.
- L'intention de créer : parmi ceux-ci certains rencontrent des situations qui augmentent leur probabilité de s'engager dans des comportements de création.
- La structuration des informations : cette étape consiste à rechercher et à trouver dans l'environnement des informations pertinentes.

Selon ce modèle, la décision d'entreprendre peut s'expliquer par un événement ou une accumulation d'informations. Si l'environnement semble favorable au créateur (capacité de trouver les ressources nécessaires, marché réceptif) il décidera effectivement à se lancer dans son projet soulignant que cette approche reste peu précise quant aux facteurs de contingences liés à la décision du porteur de projet.

1.4.2.2 Le modèle de l'événement entrepreneurial Shapero (1975)

Les travaux de A .Shapero (1975) constituent encore aujourd'hui une référence de base en matière de modélisation du processus entrepreneurial appréhendé sous l'angle de l'entrepreneur. Le modèle qu'il a élaboré s'appuie sur quatre concepts clés :

➤ **La disposition à l'action, valable psychologique :**

A .Shapero insiste sur le fait que les entrepreneurs ont un grand désir d'indépendance et de contrôle et de leur environnement. Des motivations et certaines qualités particulières confèrent donc aux individus qui les possèdent une disposition plus ou moins marquée à l'action entrepreneuriale.

➤ **La crédibilité de l'acte variable sociologique**

Pour Shapero, elle constitue une condition essentielle de la création de l'entreprise « la plus puissante variable l'on trouve associée à l'acte de création d'une entreprise est la crédibilité

de l'acte d'entreprendre. L'individu doit être capable de s'imaginer lui-même faisant démarrer et dirigeant une entreprise»³⁸.

L'attrait de la personne pour la création d'organisation est fonction de son système de valeur. Ce dernier est la résultante de l'environnement culturel et social. Plus précisément il se construit par l'influence de la famille, des groupes de références des milieux professionnels, des contextes scolaires et de la culture.

➤ **La discontinuité ou déplacement, variable de situation**

Selon Shapero, il existe deux types de situations : des situations ressenties comme négatives par le créateur potentiel et qualifiées de PUSHES et des situations ressenties comme positives et qualifiées de PULLS :

- a. **Situations négatives** : d'après Shapero, sont les plus fréquentes, elles représentent 65% dans son étude. Il peut s'agir de situations liées à l'emploi, par exemple, insatisfaction dans le travail, mauvaise relation avec la hiérarchie, absence de possibilité de promotion. Comme il peut s'agir de discontinuité diverses, à titre d'exemple, la fin des études, la fin du service militaire ou encore de sortie de prison.
- b. **Situation positives** : elles sont plus rares que les situations négatives, seulement 28% dans l'étude de Shapero .Elles résultent de la découverte d'un nouveau produit, la rencontre d'un partenaire, d'un futur associé etc. L'ensemble de ces variables influent sur le créateur potentiel et entraînent le déclenchement de l'événement entrepreneurial.

➤ **La faisabilité de l'acte, variable économique**

Shapero la distingue comme une des variables principales de l'explication de l'événement entrepreneurial .C'est la variable qui donne au projet son caractère réaliste. L'entrepreneur doit être capable de réunir toutes les ressources nécessaires (financières, humaines et techniques) afin de créer son entreprise.

³⁸ SHAPERO Albert, entrepreneurship and economic développement and entreprise développement P42.

1.4.2.2 Le modèle de l'intention entrepreneurial de Boy et Vozikis (1994)

le modèle de Boyd et Vozikis (1994) repose sur le modèle de Bira (1988) et le concept d'efficacité personnelle de Bandura(1977) .Il recouvre une combinaison des facteurs personnels et contextuels qui prédisposent les individus à avoir l'intention de créer une entreprise. Les facteurs personnels incluent l'expérience antérieure en tant qu'entrepreneur, traits de personnalité et les compétences. Les facteurs contextuels consistent en des variables sociales, politiques économiques telles que les déplacements les changements au niveau des marchés et la politique gouvernementale. Cette approche permet de réunir les facteurs individuels et environnementaux sous-jacent à l'intention entrepreneuriale.

Plusieurs auteurs ont essayé de comprendre le phénomène entrepreneurial en présentant des modèles conceptuels .Cette section avait pour but de présenter quelques théorie a fin d'expliquer les fondements de la création des entreprises. La création d'entreprises est la synthèse d'un engagement individuel et d'un environnement qui peut être plus ou moins favorable à l'entrepreneuriat.

Section 2

Les déterminants environnementaux de l'entrepreneuriat (Facteurs socioculturels)

Les explications de l'acte d'entreprendre se sont progressivement déplacées de l'étude des créateurs, recherche sur les traits de l'entrepreneur, vers l'identification des facteurs motivationnels susceptibles d'expliquer les dynamismes entrepreneuriales. Cependant, expliquer ces phénomènes nécessite d'ajouter un ensemble de facteurs environnementaux à la dimension individuelle.

Bouchikhi (1990) rappelle que le créateur d'entreprise réussit car il sait réunir les ressources nécessaires à la concrétisation de son projet et sa pérennité, parce qu'il parvient à mobiliser des personnes complémentaires et qu'il persuade un grand nombre à accepter ses idées. Pour lui, l'entrepreneur ne peut pas réussir seul et isolément, mais il appartient à un milieu qui le fait évoluer, en lui fournissant tous les moyens et matériels et immatériels.

L'entrepreneur solitaire n'existe pas, même s'il existe, il ne peut pas aller plus loin. Trois ensembles de caractéristiques culturelles sont retenus : Les dimensions économiques et démographiques, les raisons socioculturelles et les motifs politiques et contextuels.

Nous entendons par facteurs sociologiques et culturels des éléments directement liés aux différents milieux connus et fréquentés par les individus, et qui peuvent jouer un rôle sur leur propension à entreprendre. Ces milieux (famille, écoles, universités, société, entreprises, professions, territoires), exercent sur l'individu des influences nombreuses qui peuvent s'avérer positives ou négatives le jour où apparaîtra dans sa vie l'événement entrepreneurial. Là encore, de multiples études se sont efforcées d'éclairer le rôle et l'importance de ces facteurs relativement à la décision et à l'acte d'entreprendre.

2.1 La famille

Un des milieux parmi les plus étudiés est vraisemblablement celui de la famille ; les influences qu'il peut exercer sont souvent déterminantes. Les entrepreneurs appartiennent fréquemment à des familles d'entrepreneurs. La reproduction sociale semble bien fonctionner

dans le domaine de la création d'entreprise. Les recherches qui concernent l'origine sociale des entrepreneurs montrent que leurs parents proches sont propriétaires d'entreprises, artisans indépendants, ou exercent des professions libérales. Le taux de reproduction sociale est important dans les milieux entrepreneuriaux. Les parents, à l'évidence, jouent vis à vis des enfants un rôle de modèle (ou de contremodèle) ; grandir dans de telles familles permet à de jeunes enfants de se familiariser avec le monde des affaires et celui de l'entreprise. Au sein des familles d'entrepreneurs, certains besoins (d'indépendance, de réalisation...) peuvent être valorisés, certaines valeurs (sens de la liberté et des responsabilités) peuvent être mises en actes, créant par là même les conditions d'une accoutumance fertile aux risques et aux composantes de la vie d'entrepreneur.

LIABES définit la famille comme étant le groupe social constitué par ceux qui, au nom de la parenté, possède en commun, outre les biens matériels et des enfants, une personnalité morale, un héritage et un projet, qui leur permettent d'agir en tant que sujet collectif développant des stratégies, elle fonctionne comme structure de mise en commun, non seulement de ressources matérielles, mais aussi de réseau de relation. L'entrepreneur algérien n'est pas à l'image Schumpetérienne, c'est cet individu qui ne doit son existence économique et sociale qu'à sa famille³⁹.

2.2 Le niveau d'instruction

Après les recherches sur la famille, ce sont celles qui concernent l'école, l'université, l'éducation et la formation qui apparaissent comme des sources importantes de renseignements pertinents. Une étude portant sur des enquêtes conduites dans quatre régions françaises souligne le rôle joué par les différentes formations initiales ou complémentaires. Ces démarches permettent de doter l'entrepreneur de compétences et de connaissances qu'il estime très utiles, voire même décisives pour la concrétisation de son projet. D'autres auteurs montrent l'importance de l'enseignement dans le développement de la propension entrepreneuriale des étudiants. L'enseignement, à travers les stages et la valorisation de l'image dynamique et responsable des entrepreneurs, peut susciter des vocations et sensibiliser un large public.

³⁹ BENGUERNA.M (2006) in « Djillali LIABES : la quête de la rigueur ». Casbah Editions.

D'autres recherches se sont intéressées à la relation entre le niveau d'éducation de l'entrepreneur et la performance des entreprises créées ou reprises. Tout d'abord, il semblerait que les entreprises de haute technologie fassent appel à des entrepreneurs très qualifiés et très bien formés. Un autre résultat majeur est que les entreprises à fort potentiel de développement et de croissance ont été fondées par des entrepreneurs possédant une solide formation technique et/ou commerciale. Le système éducatif permet donc de sensibiliser les étudiants, de valoriser l'image de l'entrepreneuriat et apporte les connaissances et les compétences qui aident les individus à prendre les bonnes décisions, à élaborer des projets solides et à créer des entreprises dotées d'un potentiel important de croissance.

2.3 Le territoire

En complément de la famille et de l'école, d'autres facteurs sociologiques et culturels peuvent exercer des influences sur la propension des individus à entreprendre. Le territoire dans lequel l'entrepreneur (ou celui qui se destine à l'entrepreneuriat) passe sa vie personnelle et/ou professionnelle joue un rôle non négligeable. Un territoire peut en effet constituer un pôle d'attraction entrepreneuriale¹. De plus, c'est très souvent dans son espace de vie que l'entrepreneur potentiel trouve le terrain indispensable au développement de réseaux de soutien très utiles au moment de la création de l'entreprise.

Un territoire est considéré comme l'un des déterminants de l'entrepreneuriat grâce à la disponibilité d'atouts naturels tels que la taille, la qualité et la diversité du territoire, la richesse des sols et des sous sols, la disponibilité en eau, la douceur du climat. Nous pensons aussi aux diverses infrastructures de base (réseaux routiers, aéroport, télécommunication, réseaux d'énergie, tissu économique, ...), ainsi qu'aux ressources humaines, financières et technologiques.

La disponibilité de ces dotations matérielles et immatérielles en quantités suffisantes est un puissant facteur d'attraction des entreprises auxquelles elle confère de réels avantages. A l'inverse, leur rareté relative ou leur absence joue comme un sérieux frein à l'émergence de ces entreprises et à leur développement. A. BOUYACOUR, dans un travail sur les facteurs qui peuvent avoir une influence sur l'émergence des activités économiques, insiste sur la

dépendance de la densité du phénomène de l'entrepreneuriat en Algérie et le niveau du capital humain disponible dans les territoires.⁴⁰

2.4 L'expérience professionnelle

Enfin, plus personne ne semble aujourd'hui contester l'importance de l'expérience professionnelle dans le cheminement qui conduit un individu à l'entrepreneuriat.

Des centaines d'études ont été réalisées pour examiner les différentes dimensions de cette expérience dans le parcours entrepreneurial. Plusieurs professions peuvent, à un moment donné, amener certaines des personnes qui les exercent à s'interroger sur l'opportunité d'entreprendre, tant les exemples de création d'entreprise se multiplient dans leur secteur. Ce fut le cas, notamment, de l'informatique dans les années quatre-vingt (et plus récemment pour les NTIC – Nouvelles Technologies de l'Informatique et des Communications –).

Les dimensions principales du parcours professionnel qui semblent devoir jouer un rôle sont la diversité de la pratique, le nombre d'emplois différents, l'expérience dans un domaine d'activité donné, la connaissance du produit et/ou du marché, l'expérience du management et du travail en équipe. L'activité exercée antérieurement entraîne la connaissance précise d'une gamme de produits, des technologies utilisées et des Marchés de référence. Tous ces éléments constituent des acquis, parfois des atouts qui vont s'avérer très utiles lors de la création d'une entreprise dont l'activité est semblable ou proche de celle de l'entreprise précédente. L'expérience professionnelle apporte, par ailleurs, une bonne connaissance de la vie en entreprise et des relations entre les différents acteurs internes et externe.

2.5 L'âge de fondateur

L'expérience du fondateur au moment où il est intéressé à lancer une affaire entre également en jeu. Des gens de tous âges se lancent en affaires, les plus jeunes manquent souvent d'expérience, de contacts et de financement; les plus âgés, eux, ont des contraintes familiales et professionnelles. Car l'entrepreneur est un véritable parcours du combattant, aussi le fait d'être jeune, dynamique et en bonne santé. La jeunesse et les qualités qui y sont généralement

⁴⁰ BOUYACOUB A : Entrepreneuriat, territoire et capital humain, In colloque international : création d'entreprises et territoires, Tamanrasset, 2006.

associées peuvent constituer un plus. La carrière d'entrepreneur commence dans la plupart des cas entre 22 et 55 ans. Sans doute, elle peut débuter plus tôt ou plus tard mais la chose est moins probable puisqu'il faut à l'entrepreneur de l'expérience, le savoir-faire pertinent, une assise financière et beaucoup d'énergie pour lancer et gérer avec succès une nouvelle entreprise.

2.6 Le capital social

Le concept de capital social est utilisé par Aldrich, Boutillier pour définir l'ensemble du relationnel d'un individu. Le capital social aide le porteur de projet dans sa démarche. Il lui permet d'avoir accès à certains savoirs, capitaux, clients, fournisseursetc. difficilement accessibles sans l'existence de relations interpersonnelles.

La présence de l'entrepreneur dans des communautés ou des associations importantes conduit à accroître des ressources. Une étude est menée par Aldrich, Elam et Reese (1996) confirme que l'existence de liens forts entre professionnels d'un même secteur (confiance) aide le créateur dans sa démarche. Ces relations se nouent souvent à l'occasion de réunions d'associations professionnelles et de rencontres plus informelles. Kamm et Shuman (1990) ont indiqué que les affaires détenues par plusieurs propriétaires sont généralement plus riches en compétences et relationnel.

Selon Boutillier, le capital social peut représenter une ressource potentielle de développement local et territorial qui est à même de soutenir la dynamique entrepreneuriale. Sa valorisation facilite l'insertion de l'individu dans son milieu socioprofessionnel et lui permet de tirer les ressources nécessaires au démarrage de son affaire (moyens de financements, connaissances et capital relationnel)⁴¹.

⁴¹ **Boutillier (S).** « *Entrepreneuriat et développement territorial. 2005* » in Ayad-Malek N, Abdelmadjid Djenane : « Création d'entreprises et choix des facteurs de localisation : étude empirique auprès d'un échantillon de pme de la wilaya de Bejaia ». Université Abderrahmane Mira. Bejaia.

Section 3 :

Les déterminants économiques et démographiques de l'entrepreneuriat

L'étude menée par Reynolds, Storey et Westhead (1994) indique un impact significatif de la croissance de la demande de biens de consommation sur le nombre de créations d'entreprises dans la plupart des pays. Le lien entre la croissance économique et l'activité entrepreneuriale est analysé dans le cadre des travaux du Global Entrepreneurship Monitor.

3.1 Les déterminants démographiques

Certaines études ont démontré qu'il y a une corrélation forte entre la démographie et la création des entreprises, plusieurs recherches ont montré que l'entrepreneuriat dépend fortement de la densité démographique. Parmi celles-ci, nous citons les recherches de Low et MacMilan (1988) qui révèlent que le dynamisme entrepreneurial est fortement lié à la densité de population des entreprises et aux relations qu'elles entretiennent entre elles. Plus précisément, Baum et Oliver (1992) ont conclu que les porteurs de projets intervenant dans un environnement à forte intensité d'entreprises ont davantage d'opportunités pour apprendre et se créer un réseau de relations, mais ils doivent également faire face à une intensité concurrentielle très forte.

3.2 Les facteurs économiques

Les facteurs économiques sont les ressources informationnelles, humaines, cognitives, technologiques, financières et matérielles. Ils occupent une position clé dans la démarche entrepreneuriale. Ce sont les ressources auxquelles doit accéder l'entrepreneur afin de créer son entreprise.

3.2.1 Les ressources humaines

La présence d'une main d'œuvre qualifiée dans la zone d'implantation favorise l'entrepreneuriat. Une région, où la main d'œuvre est bon marché, voit forcément son taux de création d'entreprise s'accroître.

3.2.2 Les ressources financières

La disposition d'un capital financier de départ encourage l'entrepreneuriat. Ainsi, un entrepreneur ne disposant pas des moyens financiers nécessaires rencontrera plusieurs difficultés.

3.2.3 Accessibilité au marché

L'existence de marchés ouverts influence positivement la création d'entreprise. Cependant, il existe des marchés ouverts mais encombrés, d'autres sont fermés ou très réglementés, l'implantation d'une nouvelle entreprise y quasiment impossible.

Les réseaux personnels et professionnels constituent des éléments facilitateurs et des catalyseurs qui permettent de gagner du temps et de l'efficacité face à la complexité des situations et à la multiplication des démarches et procédures. Ceci justifie parfaitement le vieux dicton : « ce que vous connaissez est bien moins utile que les personnes que vous connaissez⁴².»

⁴² A FAYOLLE, « Le métier de créateur », Editions d'Organisation, 2003 P 67.

Section 4

Les facteurs psychologies, technologiques et contextuelles

4.1 Les facteurs psychologies

Plusieurs études récentes sur les entrepreneurs naissants (Menzies et al., 2002) viennent confirmer l'importance de la dynamique psychosociologique dans la création des nouvelles entreprises. Les auteurs s'entendent généralement pour reconnaître que les entrepreneurs font preuve de beaucoup de motivation et de persévérance dans leurs efforts.

4.1.1 Les intentions entrepreneuriales

Bird (1988) note que « l'intentionnalité est un état d'esprit guidant l'attention d'un individu (et donc ses expériences et ses actions) vers un objet spécifique (but) ou un chemin conduisant à accomplir quelque chose (moyens) »

Les intentions entrepreneuriales ont un impact sur toutes les organisations. Dans les entreprises existantes, les valeurs personnelles des managers affectent les stratégies (Guth & Taguiri, 1965). L'intuition joue un rôle important dans la recherche de la résolution de problèmes et de la planification (Isenberg, 1984 ; McGinnis, 1984). Les croyances et les perceptions des cadres sont présentes dans les décisions qui concernent la marche globale de l'entreprise (Hambrick & Mason, 1984; Walsh & Fahey, 1984).

Les intentions entrepreneuriales se rencontrent à la fois dans le cadre de la création d'une entreprise et dans le contexte d'une organisation existante. Katz & Gartner (1986) intègrent les dimensions de locus interne (intention de l'entrepreneur) et externe (intention des autres acteurs comme les partenaires, les fournisseurs, etc.).

4.1.2 Historiques personnels

La personnalité des individus, des besoins psychologiques spécifiques (contrôle (McClelland, 1961), accomplissement (Brockhaus, 1982) ou le Contexte politique, économique et social, prédisposent les individus face à l'intention d'entreprendre.

4.1.3 Besoin d'indépendance

Nombre d'études de cas d'entrepreneuriat révèlent que le désir d'être indépendant et autonome est l'explication fréquemment donnée comme motif de création d'une nouvelle entreprise. Le besoin d'indépendance et d'autonomie sont considérés comme attribut des entrepreneurs. Ils ont été reconnus comme des motivations à entreprendre⁴³.

Selon A. Shapero, Les premiers mobiles de l'entrepreneur sont le besoin d'indépendance, le désir d'être son propre patron et l'aspiration à l'autonomie⁴⁴.

La notion d'entrepreneur est liée à la capacité de pouvoir régler soi-même son travail (Donckels, 1984). Autrement dit, la personne détermine les tâches à effectuer et le planning à respecter pour parvenir aux résultats escomptés. Certains traits de la personnalité des entrepreneurs peuvent faire en sorte que "leur indépendance est la chose la plus désirable au monde" (Sweeney, 1982).

Pour Stevenson⁴⁵ (1987), les jeunes sont motivés pour entreprendre depuis assez longtemps, souvent dès leur enfance. La motivation des jeunes entrepreneurs est l'indépendance, d'échapper aux ordres des supérieurs et le besoin de réalisation personnelle pour gagner de l'argent. A ce titre, la motivation première des entrepreneurs

Pour Guillaume (1998), c'est d'être son propre patron. Ils créent surtout par défis avec eux-mêmes (désir d'accomplissement, indépendance...) que par opportunité pour un marché ou à cause de pressions diverses.

Enfin, le fait d'être son propre patron (Albert, Mougenot, 1988) est également la garantie d'un emploi stable pour l'entrepreneur.

4.1.4 Besoin d'accomplissement

Le besoin d'accomplissement peut se voir associé à une volonté de créer quelque chose de nouveau (Donckels, 1989) ou d'appliquer des connaissances acquises antérieurement. Par exemple, un manager ayant acquis des compétences et un savoir-faire dans une structure

⁴³ : GASSE Yvon, Tremblay Maripier « L'impact des antécédents sur les perceptions, attitudes et intentions des étudiants collégiaux et universitaires à l'égard de l'entrepreneuriat », P 9.

⁴⁴ : A FAYOLLE, « Le métier de créateur », Editions d'Organisation, 2003, P 61.

⁴⁵ E Baccari, « Les motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs Tunisiens : Etude exploratoire », P8

professionnelle antérieure décide de créer son affaire pour y développer des applications. De même, la volonté d'être fier de sa profession, d'être satisfait de son travail (Bragard, 1987) peut se ranger dans cette volonté d'accomplissement. Cela suppose qu'une personne préfère devenir entrepreneur et créer sa propre affaire plutôt que de poursuivre un emploi frustrant ou de subir des tensions dans son entourage professionnel. Enfin, cette motivation peut encore s'interpréter comme un besoin de prouver sa valeur personnelle (Albert, Mougenot, 1988) ou comme la volonté de faire mieux que les autres.

4.2 Facteurs technologique

Les mécanismes de coopération entre les établissements d'enseignement supérieur et les entrepreneurs devront être renforcés afin de favoriser une culture de l'innovation au niveau local. De même, il y aura lieu de mettre en place des mécanismes réingénierie financier adaptés aux projets innovants développés par les entreprises locales.

Par innovation on doit comprendre la capacité qu'ont les entreprises à introduire sur le marché de nouveaux produits ou services, sans nécessairement opérer dans les secteurs de la haute technologie. Il y a donc lieu de distinguer l'innovation de la recherche technologique. Donc la compétitivité des entreprises de taille moyenne ne sera assumée que si celle-ci est capable d'innover.

4.3 Facteurs contextuels

Shapiro (1975) a observé que la plupart des créateurs d'entreprises ont, au départ, subi un déplacement, c'est-à-dire un accident dans leur vie personnelle ou professionnelle. Cet auteur a parlé aussi des facteurs positifs qui résultent notamment de l'identification d'occasions d'affaires, du besoin d'exploiter ses connaissances et de les appliquer en pratique ou d'une proposition d'association ou d'essaimage. Ainsi que des facteurs négatifs qui sont imposés de l'extérieur par exemple, le licenciement, insatisfaction au travail, des conflits, un revers professionnel ou encore un accident dans la vie familiale, comme un divorce ou la disparition d'un être cher.

4.4 Les motifs politiques

Les actions politiques et gouvernementales peuvent influencer la dynamique entrepreneuriale. D'abord, l'environnement juridique est susceptible d'encourager ou limiter l'initiative individuelle. Selon GRIM⁴⁶, pour qu'une entreprise, quel que soit son statut, puisse naître et s'épanouir dans un pays donné, il faut absolument que son promoteur y trouve un environnement des affaires favorable, la stabilité juridique requise pour concevoir des stratégies et asseoir ses prévisions, mais aussi et surtout, un véritable Etat de droit susceptible de le protéger contre un éventuels abus d'autorité et autres malversations qu'il pourrait subir. Sans ces pré-requis, l'initiative entrepreneuriales court le risque de ne jamais voir le jour, ou pire encore, d'être stoppée dans son développement après de fastidieux efforts.

La mise en place de certains dispositifs d'accompagnement peut permettre la réalisation effective d'un projet. Enfin, les états doivent apportées des aides spécifiques, aux entrepreneurs sous formes d'avantages financiers, Ouverture des marchés publics...Etc.

⁴⁶ GRIM Nordine , Entrepreneur, pouvoir et société en Algérie. Casba, Editions. 2012. Page 1.

Conclusion

Plusieurs études ont démontré que les créateurs d'entreprises ont des caractères spécifiques qui les conduisent à créer leurs propres entreprises. Ces caractéristiques sont liées à l'origine de l'entrepreneur, son histoire qui regroupent les caractéristiques intrinsèques à l'individu (telle que l'âge et le sexe), l'entourage entrepreneurial et des éléments relationnels ayant pu l'influencer dans ses choix (tissu relationnel et familial). Les motivations entrepreneuriales est une combinaison complexe de facteurs qui sont interdépendants. C'est un processus qui ne saurait se réduire à un facteur donné.

Chapitre 3

Etude des déterminants de création

D'entreprises à Bejaia

Depuis la transition économique de 1989, Le parc des entreprises algériennes a connu un grand rebondissement. Changements liés aux divers programmes et mesures initiés par les pouvoirs publics. Mais ce n'est qu'à partir des années 2000 que la PME connaît un réel essor et que leur poids a largement augmenté dans le tissu économique. La densité des PME a presque quadruplé et que le nombre de création a plus que doublé depuis l'adoption de la loi de 2001.⁴⁷

La wilaya de Bejaia n'a pas échappé à cette tendance, car, de plus en plus des entreprises se créent et le tissu économique se diversifie, avec un poids relatif en terme de taille dans l'industrie agroalimentaire où des entreprises d'envergure nationale sont implantées. Bejaia est l'une des régions les plus dynamiques à l'échelle nationale, elle est classée quatrième en termes de nombre de PME après Alger, Oran et Tizi Ouzou⁴⁸. La Population des PME dans la wilaya est estimée à 25 077 entreprises⁴⁹.

La croissance d'une économie dépende de nombre d'entrepreneur et le rythme de création d'entreprises. La qualité de développement d'une économie dépende aussi de la qualité des entrepreneurs dont dispose cette économie. Ainsi, Ce chapitre nous permet d'identifier les déterminants de création d'entreprises dans la wilaya de Bejaia, et ce, en effectuant une enquête auprès de ces dernières.

Le présent chapitre est composé de trois sections. Dans la première section, nous essayons d'avoir un aperçu global sur les entreprises de la wilaya de Bejaia. Dans la deuxième section, nous présentons l'enquête intitulée : les déterminants de création d'entreprise. La quatrième section, est consacrée à la présentation des résultats de l'enquête avec une analyse détaillée.

⁴⁷ MARZOUK. F, « PME et compétitivité en Algérie », Revue économie et management, in « Les PME maghrébines facteur d'intégration régionale », Université e Tlemcen n°09, Octobre 2010, p 04.

⁴⁸ D'après la direction de la PME de la wilaya de Bejaia, 03/04/2019

⁴⁹ Idem.

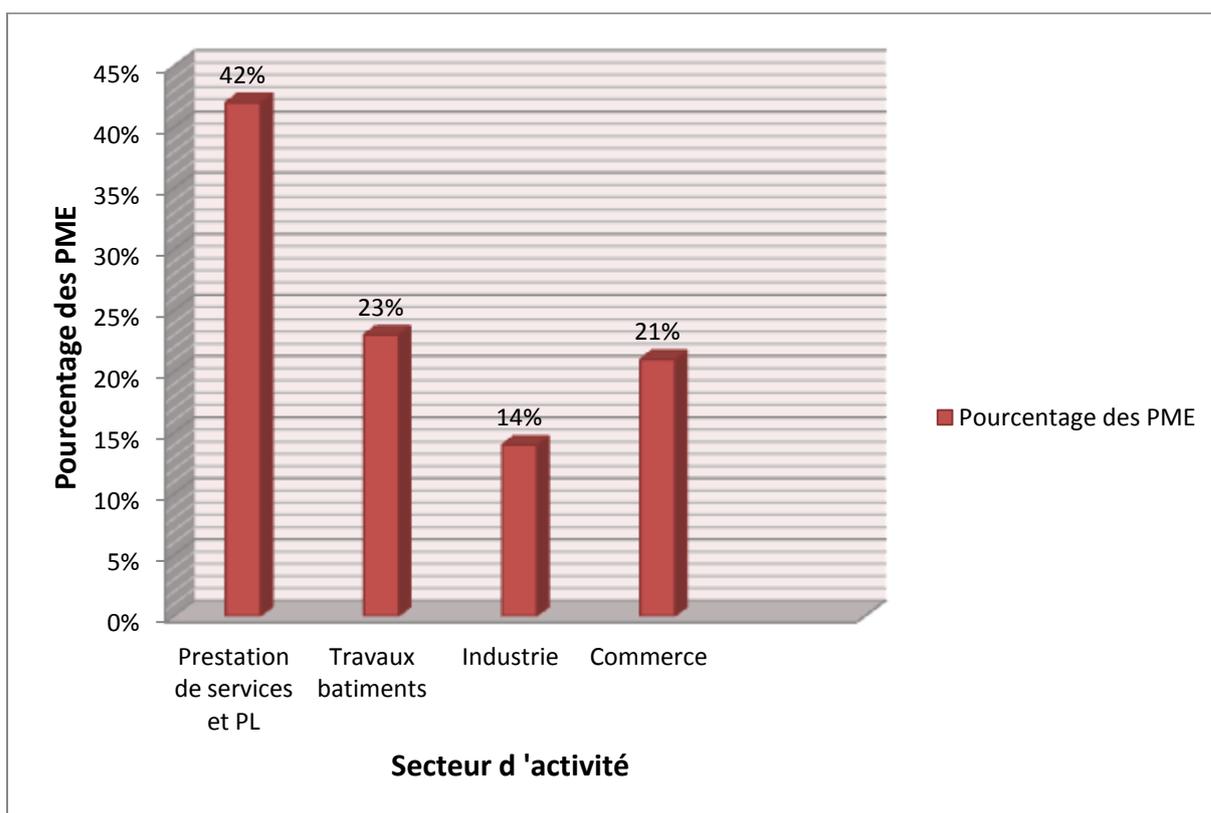
Section1

Aperçu global sur les entreprises de la Wilaya Bejaia

1.1 Les caractéristiques des PME de la wilaya de Bejaia

Certaines PME qui relèvent du secteur industriel et commercial de la wilaya évoluent dans un marché national voire même international, elles disposent d'un potentiel entrepreneurial et managérial important et elles dégagent une valeur ajoutée conséquentes, d'autres en développant des produits et des services pour le marché local, leurs valeurs ajoutées progressent⁵⁰. Le graphique suivant nous présente la structure économique de la wilaya du Bejaia (ces statistiques sont arrêtées au 31/12/2017)

Graphique n° 2 : La structure économique de la wilaya du Bejaia (Répartition des PME par secteur)



Source : Direction des PME de la wilaya de Bejaia, (établi par nous même).

Les secteurs dominants dans lesquels agissent les PME de Bejaia sont principalement le secteur de prestation de service (inclus le secteur des professions libérales) avec 42%, le

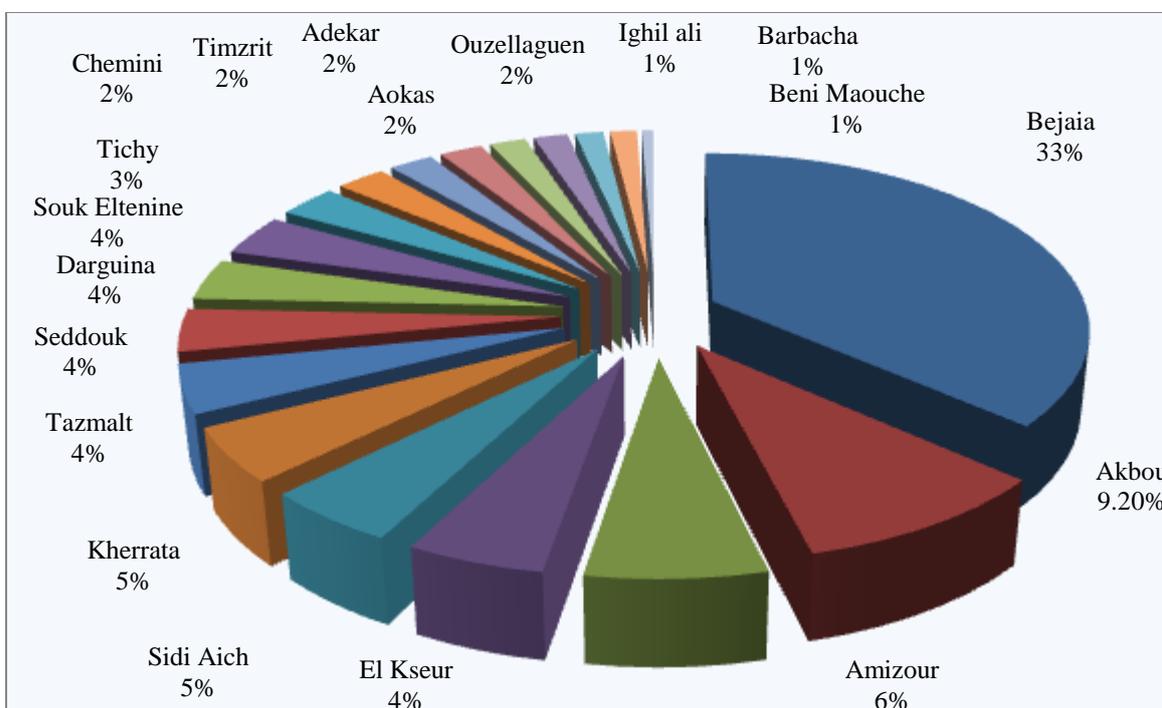
⁵⁰ TAKABAIT DJAMEL, Mémoire magister «Les TIC et les dynamiques territoriales de développement : Etude de l'usage des TIC dans les PME de Bejaia », soutenue en 2011. Université de Bejaia.

bâtiment et les travaux publics (ce secteur a connu une énorme croissance liée aux nombreux projets lancés dans la dernière décennie), le commerce (c'est une activité ancienne qui a de volume).

Les PME de Bejaia relèvent majoritairement de secteur privé (99.84%). Cette dynamique entrepreneuriale est encouragée par les dispositifs d'aide pour la création mis en place par l'Etat tels que ANSEJ, ANDI, CNAG, etc. Elles ont un taux d'exportation trop faible, lié notamment aux logiques rentiers de l'économie nationale et la place des hydrocarbures dans les exportations algérienne.

Les PME sont nombreuses et constituent l'essentiel du tissu économique, dynamique grâce à un capitalisme plutôt familial. Par comparaisons des régions, nous avons constaté que le tissu économique est structuré autour de très grands centres urbains, notamment en se regroupant au sein d'espaces communs appelés zones industrielles ou d'activités disposant de moyens logistiques, d'équipements, etc.

Graphique n° 3 : Répartition de PME par DAIRA



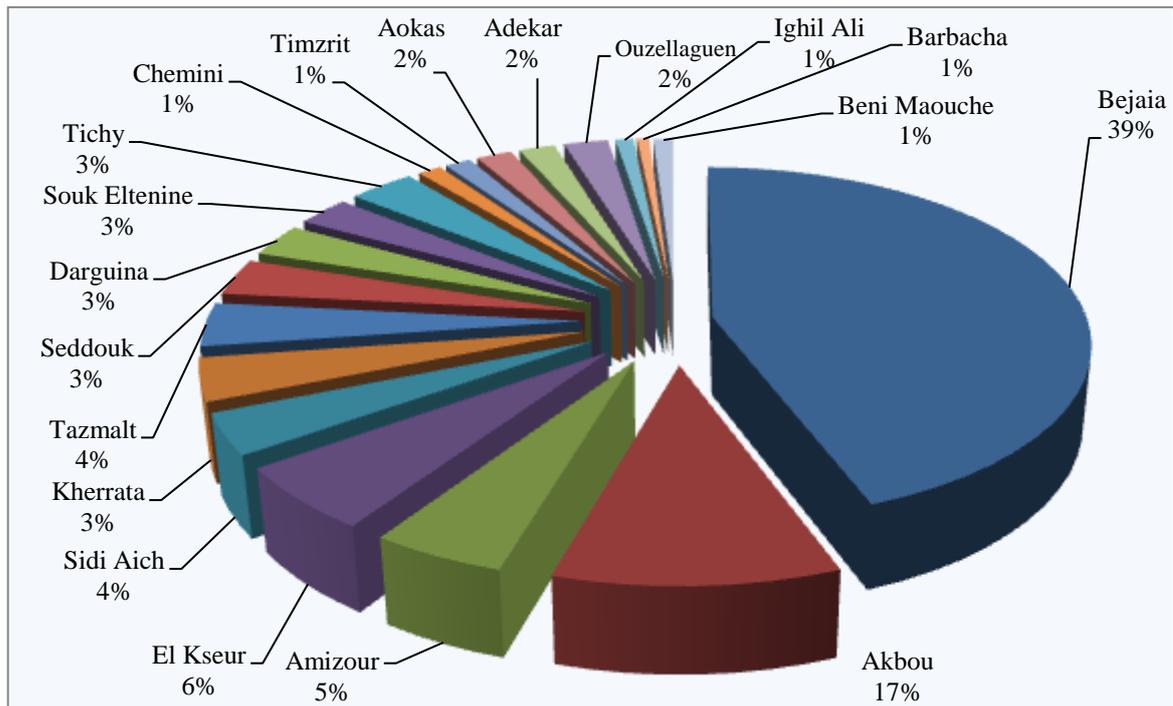
Source : Direction des PME de la wilaya de Bejaia, (établi par nous même).

La densité des entreprises est forte notamment à la commune de Bejaia (33 % des PME créées) et dans la vallée de la Soummam (Akbou détient 9.20 % de PME créées).

1.2 Répartition des emplois créés par Daïra

Le poids des emplois dans les grands centres urbains est important par comparaison aux aires non urbaines de la région où la progression est nettement plus lente qu'ailleurs. Le graphique suivant nous indique la répartition des emplois créés par les PME dans les daïras de la wilaya de Bejaia.

Graphique n°4 : Répartition des emplois créés par Daïra



Source : Direction des PME de la wilaya de Bejaia, (établi par nous même).

Nous constatons que les PME implantées dans la daïra de Bejaia ont créé 39 % d'emplois, cela est dû à l'importance de ce centre urbain où la démographie est importante.

Les PME des daïras telles que Beni Maouche, Barbacha, Ighil Ali, Timezrit n'ont créé pour chacune que 1 % d'emplois, cela est dû à la taille de leurs centres urbains qui ne contiennent pas beaucoup de populations et la nature de la géographie de ces régions qui sont essentiellement rurales.

Il apparait évident que les profils économiques des différentes régions de la wilaya sont différents, pour des raisons essentiellement géographiques et à des inégalités dans les dotations budgétaires allouées par l'Etat.

Section 2

Présentation de l'enquête :

Les déterminants de création d'entreprises

Les entreprises de la wilaya de Bejaia se caractérisent par un environnement favorable au création d'entreprises, une multiplication des centres urbains avec une urbanisation un peu forte dans certaines villes et une ouverture sur l'extérieur par son port et son aéroport, ses dernières se conjuguent a priori comme autant d'atouts pour une entrée réussie dans l'économie national et régional, elles devraient présenter un positionnement plus enviable que les PME qui évoluent dans un environnement défavorable.

Cette wilaya a engagé une part importante de son énergie dans une démarche volontariste de création d'entreprises, persuadé que le développement économique aujourd'hui repose sur la création des entreprises notamment celles innovantes qui sont des vecteurs de la mondialisation. D'où l'importance de faire une recherche sur les facteurs qui encourage la création des entreprises et de les consolidés.

Nous avons donc essayé d'approcher certaines entreprises qui relèvent de cinq secteurs pour leur remettre le questionnaire. Elles ne sont pas, d'une manière générale, faciles à approcher, absorbées dans un travail quotidien, elles ne sont pas prédisposées à répondre à des questionnaires qui pour certaines ne leur sont apparemment d'aucuns intérêt.

Cette enquête doit apporter des réponses à la problématique que nous avons posée, elle présente certainement des insuffisances et des limites qui, pour partie, sont celles auxquelles se heurte tout chercheur à savoir le manque de moyens, les difficultés d'accès à l'information, etc.

Nous essayons dans ce questionnaire d'identifier les facteurs qui influencent la création d'entreprises et de déceler les spécificités de l'entrepreneuriat dans les différents domaines qui sont :

- le secteur commercial (**SC**)
- le secteur de prestation de service (**SPS**)
- le secteur des travaux bâtiments (**STB**)
- le secteur industriel (**SI**)
- le secteur des professions libérales (**SPL**)

Ces dernières se définissent comme suit

- **Secteur des travaux bâtiments**

Ce secteur regroupe toutes les entreprises exerçant les activités de travaux publics et bâtiment, et toutes les opérations relatives à la construction d'immeubles, logements, infrastructure publics et compris celle de l'hydrauliques telles que les routes, les barrages, les canalisations et autres ouvrages...Etc. La plupart des indicateurs socio-économiques connus soulignent la place importante de ce secteur dans l'économie.

- **Le secteur industriel**

Ce secteur regroupe toutes les entreprises exerçant les activités de production de bien, qui consistent en l'extraction, la fabrication, le façonnage, ou la transformation de produits à l'exclusion des activités de conditionnement.

- **Le secteur commercial**

Ce secteur regroupe les entreprises qui exercent les activités d'achat revente telles que l'importation l'exportation, la vente en état dans les conditions de gros, la vente en détail et la distribution.

- **Le secteur de prestation service**

Ce secteur regroupe les entreprises qui exercent les activités de service telles que le transport, l'hôtellerie, la restauration, les cliniques de soins, les sociétés de gestion...etc.

- **Le secteur des professions libérales**

Ce secteur regroupe les entreprises qui se caractérisent par un travail intellectuel prépondérant et l'application des connaissances personnelles scientifiques. Le titulaire de la profession doit être agréé par leurs tutelles comme par exemple les médecins, les comptables, les avocats, les notaires, les architectes, les huissiers de justice...Etc.

Nous essayons de mettre en évidence la relation qui peut exister entre l'entrepreneuriat et certains facteurs tels que le capital humain, le capital social, les caractéristiques de l'entrepreneur et de faire une comparaison entre les différents secteurs.

2.1 Présentation du questionnaire

Lorsque nous cherchons à étudier la réalité des entreprises sur le terrain, deux options s'offrent à nous : les entretiens semi-directifs et le questionnaire de type QCM (Questionnaire à Choix Multiple).

Le questionnaire de type QCM nous semble mieux correspondre à nos objectifs. D'une part, il peut être diffusé d'une manière plus large, véritablement à l'échelle de la wilaya. D'autre part, il permet de recueillir des renseignements précis, quantifiables, facilement soumettre à une analyse statistique. Une fois ce choix effectué, il faut bien sûr élaborer ce questionnaire que nous trouverons en annexe 1.

Nous avons pu d'ailleurs, parfois, lors des conversations téléphoniques avec des entreprises contactées, de remplir quelques questionnaires. Bien qu'il y'en a des entreprises qui refusent de répondre par téléphone.

Nous avons essayé au maximum de respecter la représentativité notamment, sachant que l'espace étudié comprend plusieurs communes et il est donc relativement vaste

2.1.1 Les caractéristiques du questionnaire

Le questionnaire est organisé autour de cinq grands thèmes :

- les caractéristiques de l'entreprise et de son environnement au sens large :
 - ✓ Le secteur d'appartenance, la date de création, etc. permettent de caractériser l'entreprise de manière assez classique, mais nécessaire ;
 - ✓ Son statut, son implantation géographique, l'échelle de sa clientèle et de ses fournisseurs.

- Le contexte générale de création d'entreprises, nous l'avons appréhendé à travers :
 - ✓ L'idée de démarrer une entreprise et le contexte familial;
 - ✓ Démarrage de l'entreprise et le contexte professionnel;
 - ✓ Les organismes d'aide à la création d'entreprises.
 - ✓ Autres.....etc.

- Sensibilité générale et désirabilité de créer une 'entreprises, nous l'avons appréhendé à travers :
 - ✓ Les caractéristiques de l'entrepreneur.
 - ✓ Les motivations de l'entrepreneur.

- le rôle de l'environnement économique et institutionnel et autre dans la création d'entreprises. Il est abordé dans l'analyse des acteurs participants à la création d'entreprises (entreprises, clients, fournisseurs, groupe d'appartenance, prestataires de services) et institutionnel (Organismes publics, services déconcentrés de l'Etat...).

Les entrepreneurs remplissent le questionnaire, il compte trente sept (37) questions. Le nombre renseignés est de soixante six (66), ce chiffre nous paraît satisfaisant.

2.1.2 Présentation du choix des critères de notre échantillon

Dans le choix des critères de notre échantillon, nous avons opté pour la simplicité dans la définition des entreprises cibles, en choisissant entreprises.

Ces critères sont les suivants :

- **le nombre d'entreprises choisies de l'échantillon :**

Nous avons limité le nombre d'entreprise de l'échantillon à 80, ce choix revient essentiellement aux limites des moyens dont nous disposons (moyennes financières et autres).

- **la taille des d'entreprises de l'échantillon :**

Nous avons choisi les entreprises qui comprennent entre 01 à 250 salariés, tout en ne privilégiant aucune taille.

- **l'appartenance sectorielle des entreprises de l'échantillon :**

Tous les secteurs d'activités sont représentés. L'échantillon appartient aux secteurs suivants : le secteur commercial, le secteur de prestation de service, le secteur des travaux bâtiments, le secteur industriel, le secteur des professions libérales. Ce choix nous permet de faire des comparaisons de la création des PME dans les différents secteurs.

- **la représentation géographique des entreprises de l'échantillon :**

Concernant la représentation géographique, nous avons essayé d'avoir un échantillon qui couvre toutes les communes de la wilaya. Ce choix nous permet de faire une analyse de phénomène de création d'entreprises à l'échelle de la wilaya.

2.1.3 La diffusion du questionnaire

Certains organismes de la wilaya de Bejaia nous ont été d'une aide précieuse telles que le centre des impôts et la direction des PME de la wilaya de Bejaia, en mettant à notre disposition le fichier des entreprises de la région, ce qui nous a permis d'entrer en contact téléphonique avec certaines d'entre elles, pour leur demander leur accord de l'envoi du questionnaire. Il contient également l'adresse E-mail de certaines entreprises auxquelles nous avons adressé notre questionnaire par courrier électronique. La diffusion du questionnaire s'est étendue sur une période de quatre (4) mois, en effet, l'envoi du questionnaire a été effectué en janvier 2019, chaque envoi a fait l'objet d'une relance téléphonique. Au terme de ce processus, nous avons recueilli 66 questionnaires.

2.2 Les entreprises interrogées

Il est difficile de disposer d'un échantillon parfaitement représentatif. Cette représentativité est limitée d'une part par le nombre d'entreprises interrogées et d'autre part, par des entreprises qui vont effectivement nous répondre.

2.2.1 Taux de réponse

Etant donné l'ampleur du questionnaire, mais aussi la période à laquelle celui-ci a été envoyé, notre grande crainte était bien sûr de ne recueillir qu'un faible nombre de réponses. Or, tel n'a pas été le cas, comme nous pourrions en juger à l'aide du tableau suivant.

Tableau n° 2: Nombre des questionnaires envoyés, nombre et taux de réponse, en fonction du mode d'approche.

Mode d'approche de l'entreprise	Nombre des questionnaires envoyés	Nombre de réponses	Taux de réponse en %
Déposition de questionnaires dans l'entreprise (contacte directe de l'entreprise).	67	60	90%
Envoi de courrier électronique.	10	5	50%
Contacte par téléphone.	3	1	33%
Total	80	66	83%

Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2019.

En effet, le taux de réponse est acceptable avec un taux de 83 % des entreprises touchées.

2.2.2 Représentativité géographique de l'échantillon

La répartition spatiale des entreprises étudiées est un aspect important de la représentativité de l'échantillon, car les différences peuvent apparaître en fonction de la localisation, que ce soit en milieu rural, périurbain ou urbain.

La majorité des zones sont représentées, beaucoup de PME sont situées dans la vallée de la Soummam et le chef-lieu de la wilaya. Les communes rurales de la wilaya sont représentées par un nombre d'entreprises relativement faible, mais significatif.

Une analyse plus détaillée permettra d'approfondir cette question.

Les principales villes de la région sont représentées dans l'échantillon, nous distinguons à la fois les principales villes agglomérées et les petites villes secondaires.

Bejaia, chef-lieu de la wilaya semble surreprésentée, puisque l'échantillon ne compte pas moins de quatorze (14) entreprises dans cette ville, ce qui n'est pas le cas des autres villes par exemple : Aokas, Ouzellaguen, Barbacha, Kendira, Tazmalt, Timezrit.

Certaines villes par exemple : Amizour, Akbou, El Kseur, Sidi Aich, Tichy..., où des aires urbaines présentant des concentrations d'entreprises sont aussi bien représentées. Il nous semble que la hiérarchie urbaine est bien respectée et la représentativité géographique de l'échantillon apparaît comme globalement convenable.

2.2.3 Représentativité par secteur et selon la taille des entreprises de l'échantillon

L'appartenance sectorielle et la taille de l'entreprise sont deux facteurs importants dans la différenciation des facteurs de création des entreprises. Le tableau suivant nous montre la représentativité de l'échantillon par secteur d'activité.

Tableau n° 3 : Poids de l'échantillon par secteurs d'activité regroupés

Secteur d'activité	Nombre d'entreprises contactées (1)	Nombre d'entreprises de l'échantillon (2)	Nombre de réponses en % (3) ⁵¹	Poids de l'échantillon en % (4) ⁵²
Le secteur commercial,	17	14	82%	21%
Le secteur des prestations de service	20	17	85%	26%
Le secteur des travaux bâtiments	22	18	82%	27%
Le secteur industriel	11	9	82%	14%
Le secteur des professions libérales	10	8	80%	12%
Total	80	66	83%	100%

Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2019.

Notre échantillon est légèrement surreprésenté par les entreprises qui relèvent de secteur de travaux bâtiments. La même analyse de l'échantillon peut être menée selon la taille des PME. Le tableau suivant met en évidence la représentativité de l'échantillon selon la taille des entreprises interrogées.

Tableau n° 4 : Poids de l'échantillon selon la taille de l'entreprise.

Taille des entreprises	Nombre d'entreprises contactées (1)	Nombre d'entreprises de l'échantillon (2)	Nombre de réponses en % (3) ⁵³	Poids de l'échantillon en % (4) ⁵⁴
01-05 salariés	10	8	80%	12%
06-10 salariés	20	17	85%	26%
10-49 salariés	27	25	93%	38%
49-250 salariés	23	16	70%	24%
Total	80	66	83%	100%

Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2019.

Selon la taille des entreprises enquêtées, les petites entreprises de 10 à 49 salariés sont surreprésentées. Maintenant, il ne reste qu'interpréter les résultats de l'enquête dans la quatrième section.

⁵¹ La colonne (3) est obtenue, en faisant le rapport des valeurs de la colonne (2) sur les valeurs de la colonne (1)

⁵² La colonne (4) est obtenue, en faisant le rapport des valeurs de la colonne (2) sur le nombre d'entreprises (87).

⁵³ La colonne (3) est obtenue, en faisant le rapport des valeurs de la colonne (2) sur les valeurs de la colonne (1)

⁵⁴ La colonne (4) est obtenue, en faisant le rapport des valeurs de la colonne (2) sur le nombre d'entreprises (87).

Section 3

Analyse des résultats

Après avoir collecté les copies du questionnaire diffusé, nous avons procédé au traitement des données avec des méthodes statistiques diverses.

L'analyse des résultats sera organisée en cinq grands volets qui sont résumés dans les différents points suivants.

- ✓ Un premier volet sera consacré à l'analyse des caractéristiques des entrepreneurs.
- ✓ Le second sera focalisé le capital social (les réseaux de relation).
- ✓ Nous analyserons ensuite le capital humain (les compétences.etc).
- ✓ L'appréciation de la qualité de l'environnement.

3.1 Les traits de personnalité (les caractéristiques des individus) :

Les individus ayant un comportement entrepreneurial se distinguent par des caractéristiques propres. Les traits de personnalité étudiés dans cette enquête sont aux nombres de cinq :

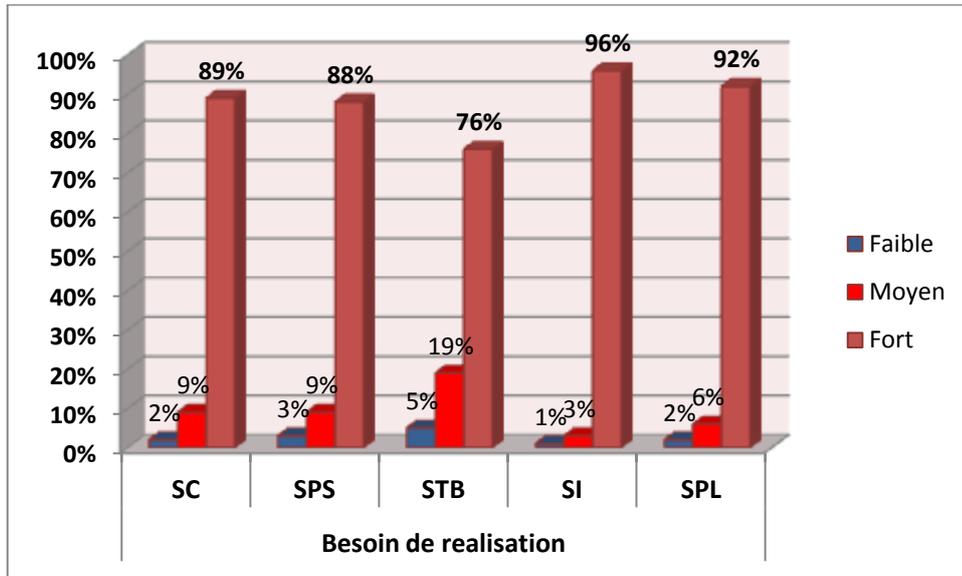
- Le besoin de réalisation
- Le contrôle
- La tolérance au risque
- La confiance en soi
- La capacité a innové

3.1.1 Le besoin de réalisation

L'une des principales caractéristiques associées à l'entrepreneuriat dans la littérature est le besoin de réalisation. Les individus ayant un fort Besoin de se réaliser ont un fort désir de réussir et de créer une entreprise.

Le graphe suivant met en relation le degré de besoin de réalisation des entrepreneurs enquêtés :

Graphique N°5 : Besoin de réalisation et création d'entreprises.



Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2019

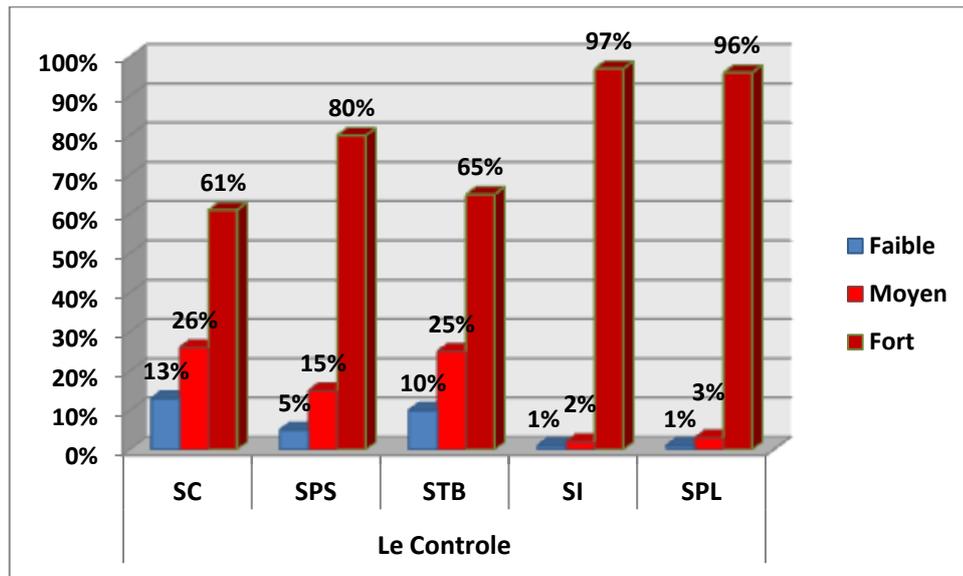
Le graphe N°5 indique qu'il y a une corrélation significative entre le besoin de se réaliser et l'acte de créer une entreprise. A titre d'exemple, 89 % entrepreneurs enquêtés du secteur commercial ont exprimé un besoin de réalisation très fort.

3.1.2 Le contrôle

Cette caractéristique est associée aux individus qui croient qu'ils sont capables de contrôler les événements de la vie. Les individus ayant un fort Besoin de contrôle ont un fort désir de créer et de réussir une entreprise.

Le graphe suivant met en relation le degré de contrôle exprimé par les entrepreneurs enquêtés :

Graphique N° 6: Contrôle et création d'entreprises.



Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2019

Le graphe N°6 indique qu'il y a une corrélation significative entre le besoin de contrôler et l'acte de créer une entreprise. La majorité des entrepreneurs enquêtés (tous type de secteurs confondus) ont exprimé un besoin de contrôle très fort.

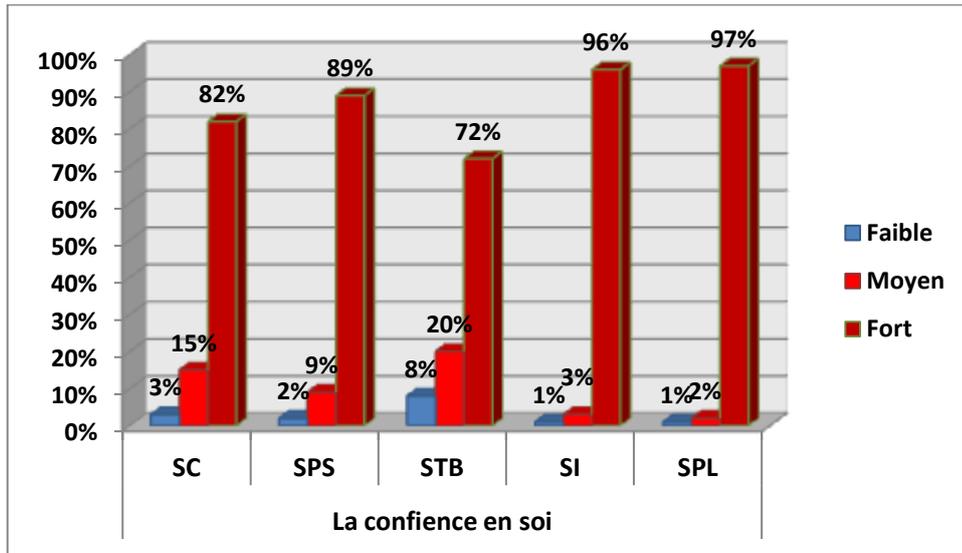
Le contrôle pourrait distinguer les entrepreneurs qui réussissent de ceux qui échouent. En général, on croit que les entrepreneurs préfèrent prendre et tenir les commandes au lieu de laisser les choses aux facteurs externes.

3.1.3 La tolérance au risque

La fonction entrepreneuriale implique principalement une mesure de prise de risque.

Le graphe suivant met en relation le degré ou la propension de prise de risque des entrepreneurs enquêtés et l'acte de créer une entreprise:

Graphique N°7 : La tolérance au risque et création d'entreprises.



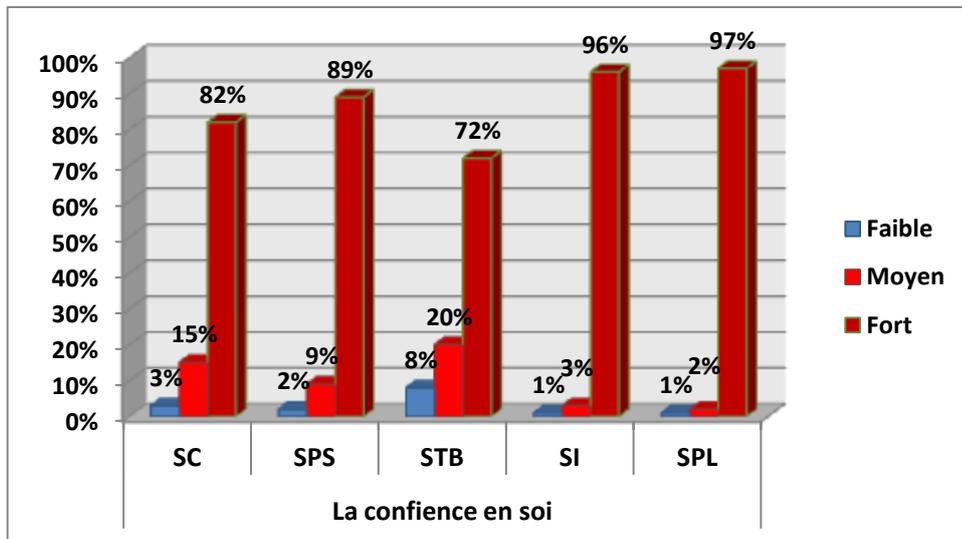
Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2019

Une grande partie de l'esprit d'entreprise dans la littérature indique que la prise de risque est une caractéristique majeure dans l'orientation entrepreneuriale. La propension de prise de risque exprimé par les entrepreneurs enquêtés est très forte pour les entrepreneurs de tous les secteurs.

3.1.4 La confiance en soi

La confiance en soi est une caractéristique entrepreneuriale nécessaire pour démarrer une entreprise. Le graphe suivant met en relation le degré de confiance en soi des entrepreneurs enquêtés l'or de la création de leurs entreprises:

Graphique N°8 : La confiance en soi et création d'entreprises.



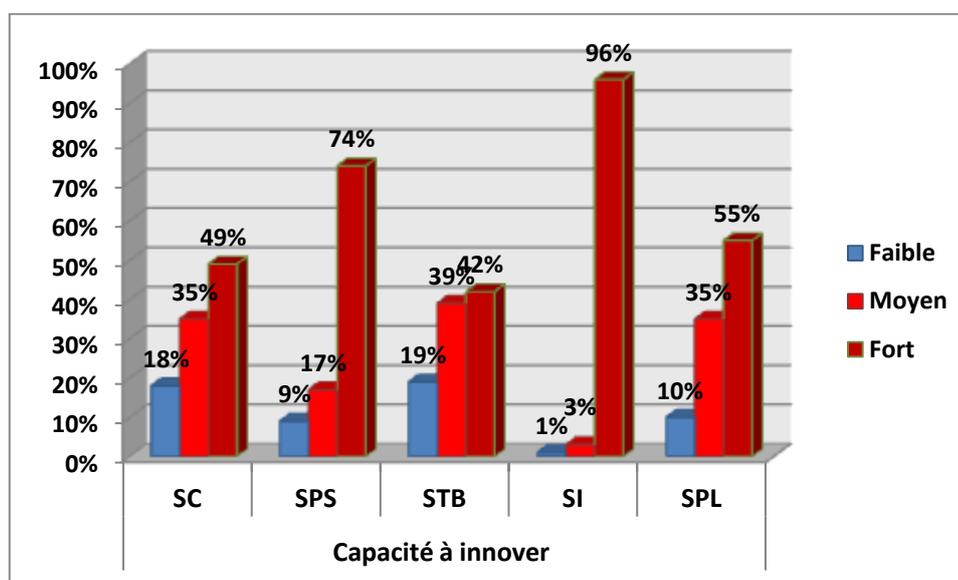
Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2019

Le degré de confiance exprimé par les entrepreneurs enquêtés l'or de la création de leurs entreprises est très fort et quelque soit le secteur dont relève l'entrepreneur.

3.1.5 La capacité à innover

L'innovation est le point central de l'esprit d'entreprise et un élément essentiel des caractéristiques entrepreneuriales. Le graphe suivant met en relation la capacité d'innovation des entrepreneurs enquêtés l'or de la création de leurs entreprises :

Graphique N°9 : La capacité à innover et création d'entreprises.



Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2019

La capacité à innover exprimé par les entrepreneurs enquêtés l'or de la création de leurs entreprises est très forte pour le secteur industriel (96%). Cela montre que les entrepreneurs de ce secteur sont beaucoup plus innovateurs. Les autres secteurs, les entrepreneurs sont d'une capacité moyenne.

3.2 Le capital social

La notion du capital social est vaste, selon Pierre Bourdieu, le capital social se définit comme l'ensemble des ressources potentielles qui sont liées à un réseau de relations pour posséder un bien durable - Ou en d'autres termes, c'est l'appartenance à un groupe. Le capital social implique un actif immatériel appartenant à des réseaux sociaux. Il est généré par obligation mutuelle, des attentes et des normes entre les membres des réseaux sociaux.

Nous essayons dans ce point de mettre en relation la contribution de ce facteur dans la création des entreprises dans les différents secteurs.

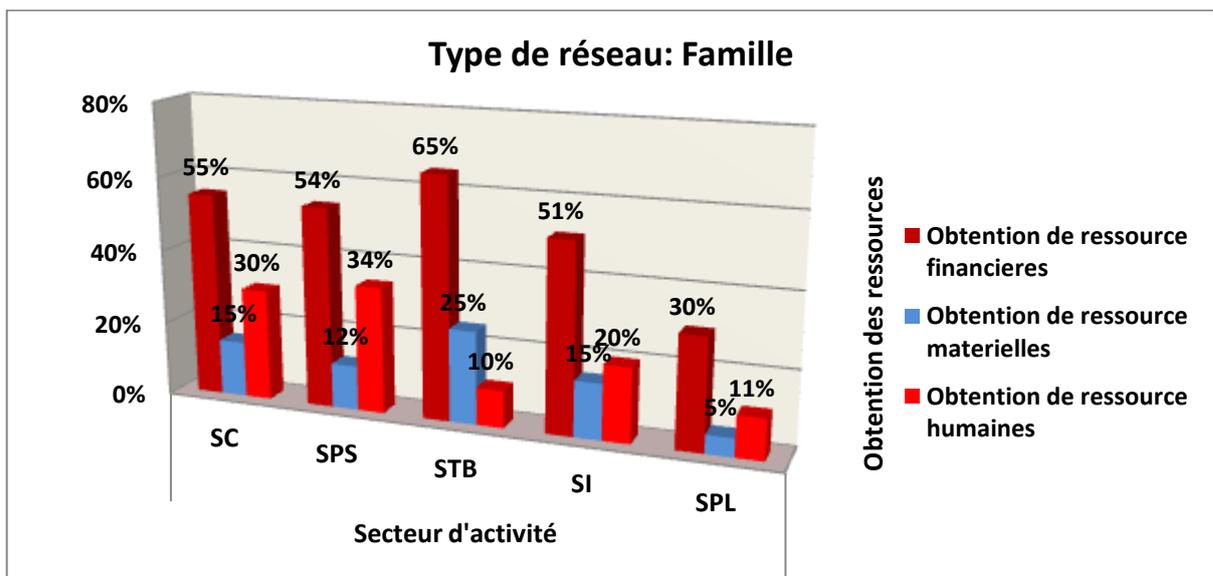
3.2.1 Rôle de capital social dans l'obtention des ressources entrepreneuriales

Le capital social joue un rôle important dans l'obtention des ressources entrepreneuriales l'or de démarrage, il varie fonction de divers facteurs tels que l'expérience, l'amitié, les antécédents familiaux.etc

3.2.1.1 La famille

La famille peut être un élément déterminant dans la création d'entreprises et constitue une source de développement de l'entrepreneuriat. Il joué également un rôle actif en facilitant à l'entrepreneur d'identifié l'opportunité de créer une entreprise. Le graphique suivant montre la manière dont la famille apporte les différentes ressources au créateurs d'entreprises des différents secteurs qu'on a enquêté.

Graphique N°10 : Rôle de la famille dans l'obtention des ressources.



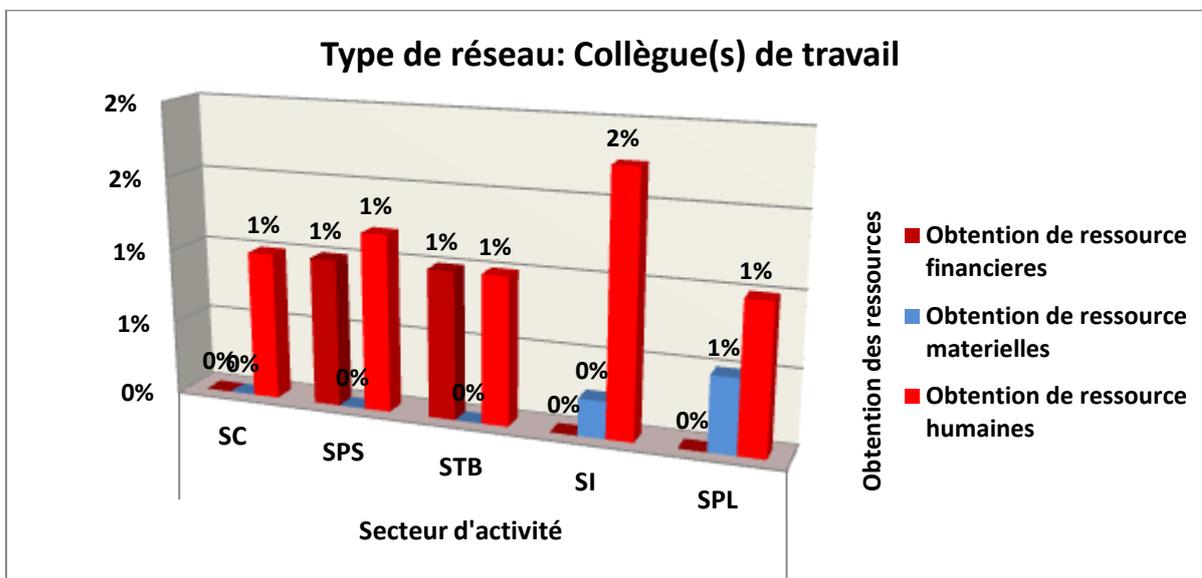
Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2019.

La famille a été un déterminant crucial pour de nombreux entrepreneurs pour obtenir les premiers financements, clients, fournisseurs...Etc. Par exemple pour le secteur de travaux bâtiments, la famille participe à hauteur de 65% dans l'obtention des ressources financières. La même chose pour les autres secteurs avec un degré un peu moins. Les ressources matérielles sont généralement fournies par des crédits bancaires et les fournisseurs de matériels, c'est pour cette raison que la famille ne participe pas d'une façon cruciale.

3.2.1.2 Les collègues de travail

Les collègues de travail peuvent être des éléments déclencheurs de l'acte d'entreprendre, nous essayons dans le graphique suivant de nous montrer cette relation.

Graphique N°11 : Rôle des collègue(s) de travail dans l'obtention des ressources.



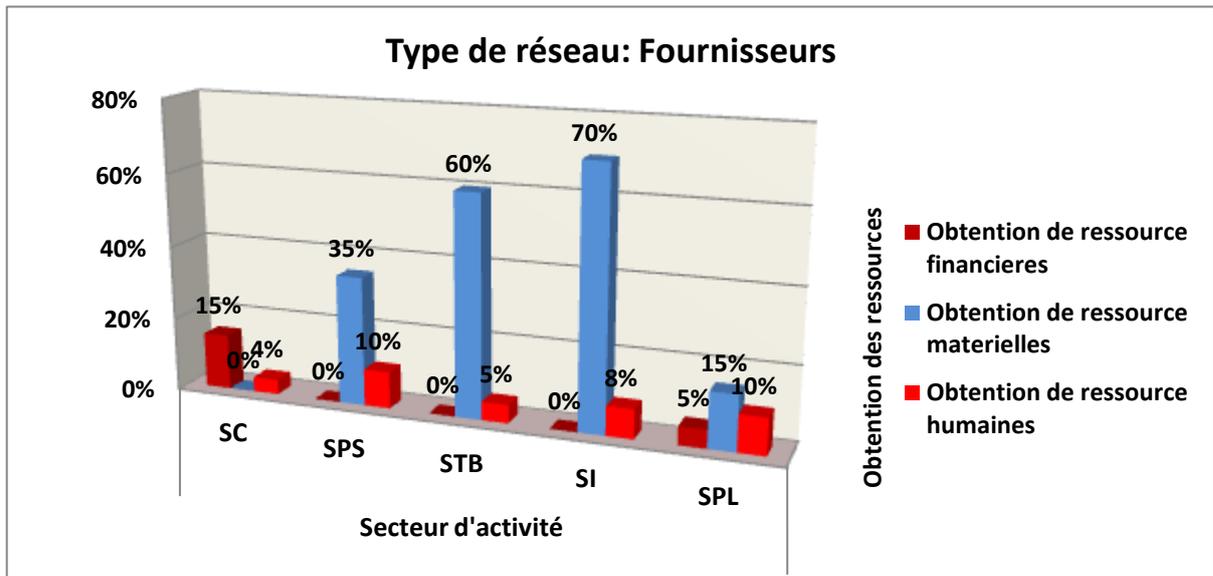
Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2019.

D'après le graphique N°11, pour la majorité des entreprises qu'on a enquêté pour les cinq secteurs d'activité, les collègues de travail n'ont rien apporté à l'exception de quelques entrepreneurs qui ont affirmé que leurs anciens collègues ont participé à l'obtention des ressources humaines mais d'une propension insignifiante.

3.2.1.3 les fournisseurs

Le fournisseur est considéré comme un capital social pour les créateurs d'entreprises. Avoir des relations privilégiées avec ces personnes est synonyme de faciliter dans l'acquisition de ressources matériels et humaines. Le graphique suivant nous montre la nature de relation.

Graphique N°12 : Rôle des fournisseurs dans l'obtention des ressources.



Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2019.

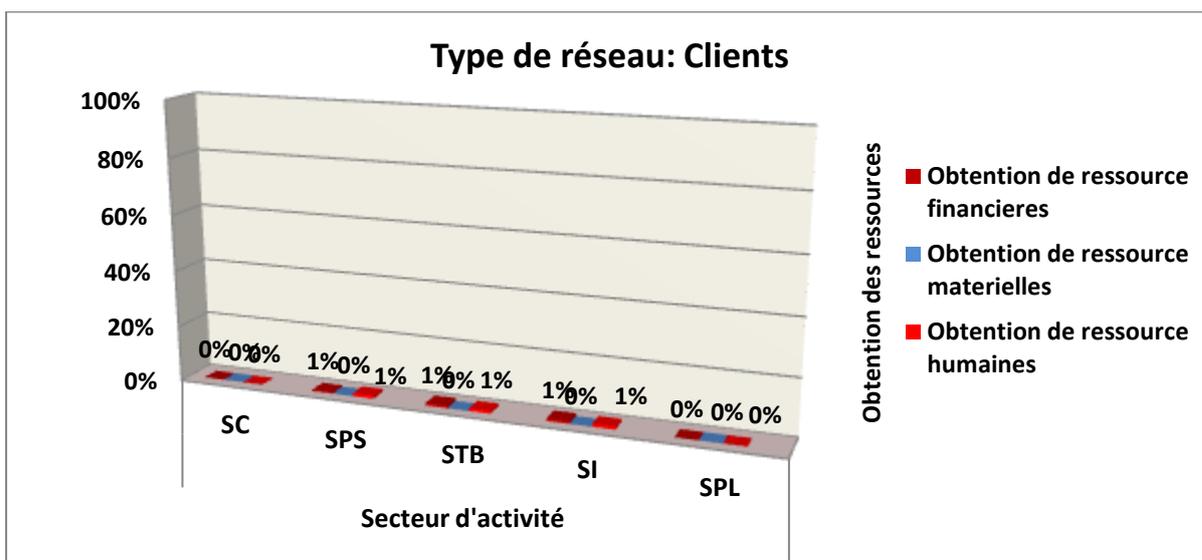
D'après le graphique N°12, les fournisseurs jouent un rôle très important dans l'obtention des ressources matériels et la création des entreprises notamment pour le secteur industriels (70%), le secteurs bâtiments (60%), un peu moins pour le secteur de prestation de service et aucun rôle à jouer dans le secteur commercial.

Pour l'obtention des ressources financières et humaine, le rôle des fournisseurs est d'une propension insignifiante pour tous les secteurs. Cela monte que l'influence de capital social sur la création d'entreprises est différente d'un secteur à un autre.

3.2.1.4 Les clients

Les clients peuvent amener l'individu à créer une entreprise en assurant des débouchés à ces produits et en lui apportant même des ressources dans certains cas. Le graphique suivant essaie de nous montrer cette relation.

Graphique N°13 : Rôle des clients dans l'obtention des ressources.



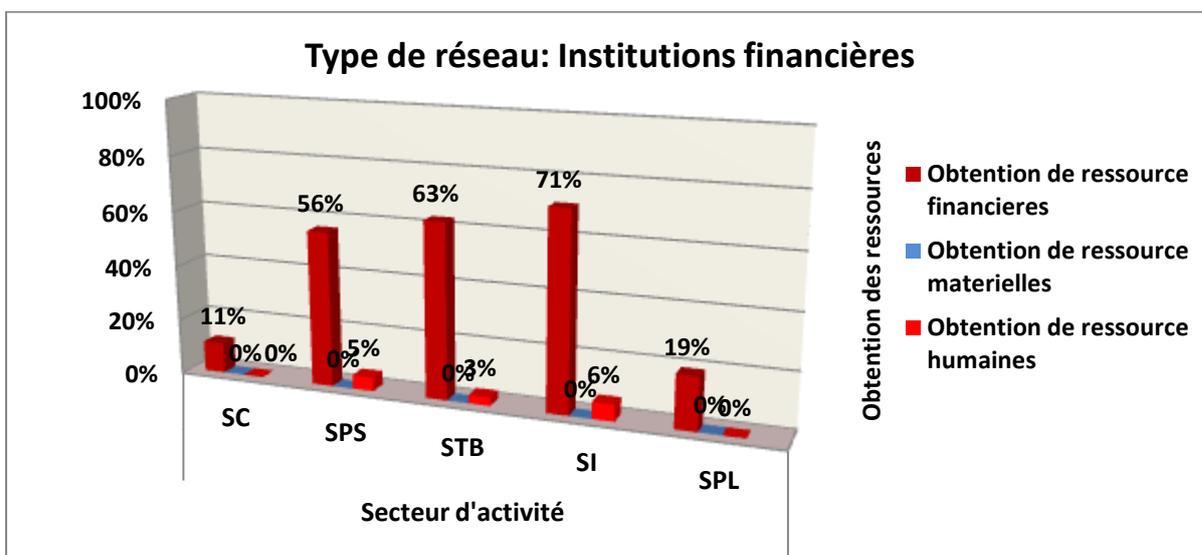
Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2019.

Le graphique précédent montre que les clients n'ont pas joué un rôle crucial dans l'obtention des ressources financières, matérielles et humaines, et ce pour la majorité des entreprises enquêtées des différents secteurs d'activité.

3.2.1.5 les institutions financières

Les institutions financières apportent généralement des ressources financières, leur rôle est déterminants pendant la création de l'entreprise. Le graphique suivant, nous montre la nature de cette relation.

Graphique N°14 : Rôle des institutions financières dans l'obtention des ressources.



Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2019.

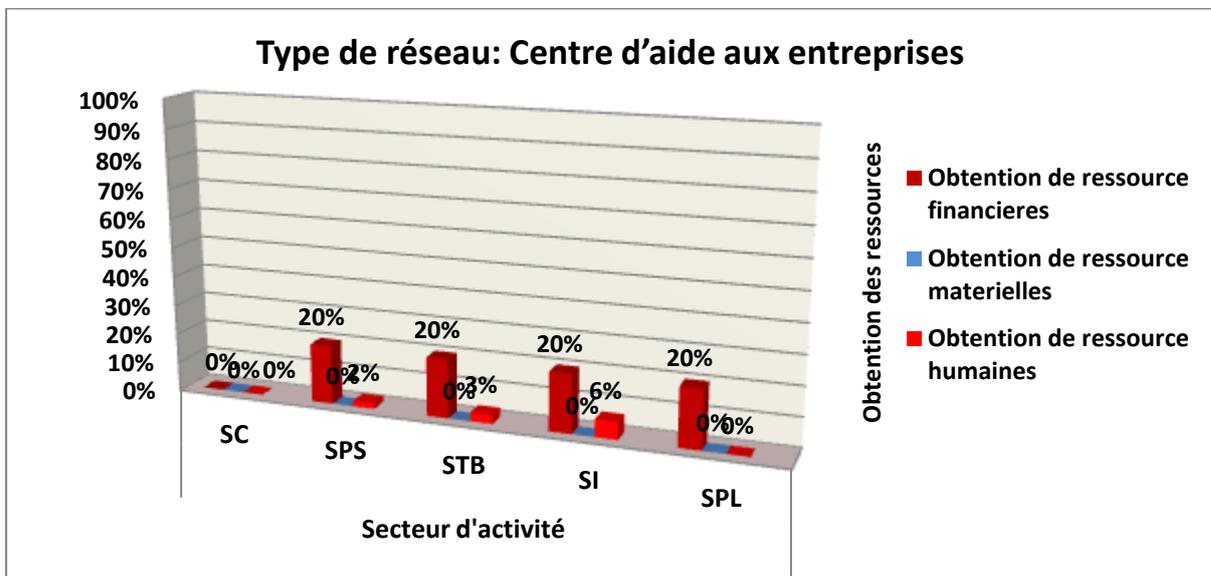
D'après le graphique N°14, les institutions financières jouent un rôle très important dans l'obtention des ressources financières notamment pour les entreprises du secteur industriels (71%), le secteurs bâtiments (63%), le secteur de prestation de service (56%) un peu moins pour les entreprises du secteur des professions libérale qui n'exige pas des investissements lourdes. les entreprises du secteur commercial ne bénéficient pas beaucoup de ressources à la création et cela s'explique par la nature de l'activité (achat/revente). Cela montre que l'influence de capital social sur la création d'entreprises est différente d'un secteur à un autre.

Pour l'obtention des ressources matérielles et humaines, le rôle des institutions est insignifiant pour toutes les entreprises enquêtées.

3.2.1.6 Centres d'aide aux entreprises

Les jeunes créateurs ont besoins d'aides publics afin de faire face au risque d'échec de lancement de leurs entreprises. . Le graphique suivant nous montre l'implication des centres d'aides aux entreprises et leurs apports financiers, matériels, et humains.

Graphique N°15 : Rôle des centres d'aide aux entreprises dans l'obtention des ressources.



Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2019.

Les centres d'aides aux entreprises ne participent pas d'une façon cruciale dans la création des entreprises sur le plan matériel et humain. Néanmoins sur le plan financier, les entreprises enquêtées de quatre secteurs à savoir le secteur commercial, travaux bâtiments, prestation service et le secteur industriel ont reçus certains aides financiers à hauteurs de 20% et cela renvoi exactement à l'apport financier fourni par l'ANSEJ aux jeunes créateurs.

3.2.2 Rôle de capital social dans l'obtention des compétences entrepreneuriales

Le capital social joue un rôle important dans l'obtention des compétences entrepreneuriales l'or de démarrage. Chaque relation dont dispose un entrepreneur l'or de démarrage peut être un déterminant crucial pour la concrétisation et la réussite de chaque projet entrepreneurial. Nous discutons dans ce point, les compétences :

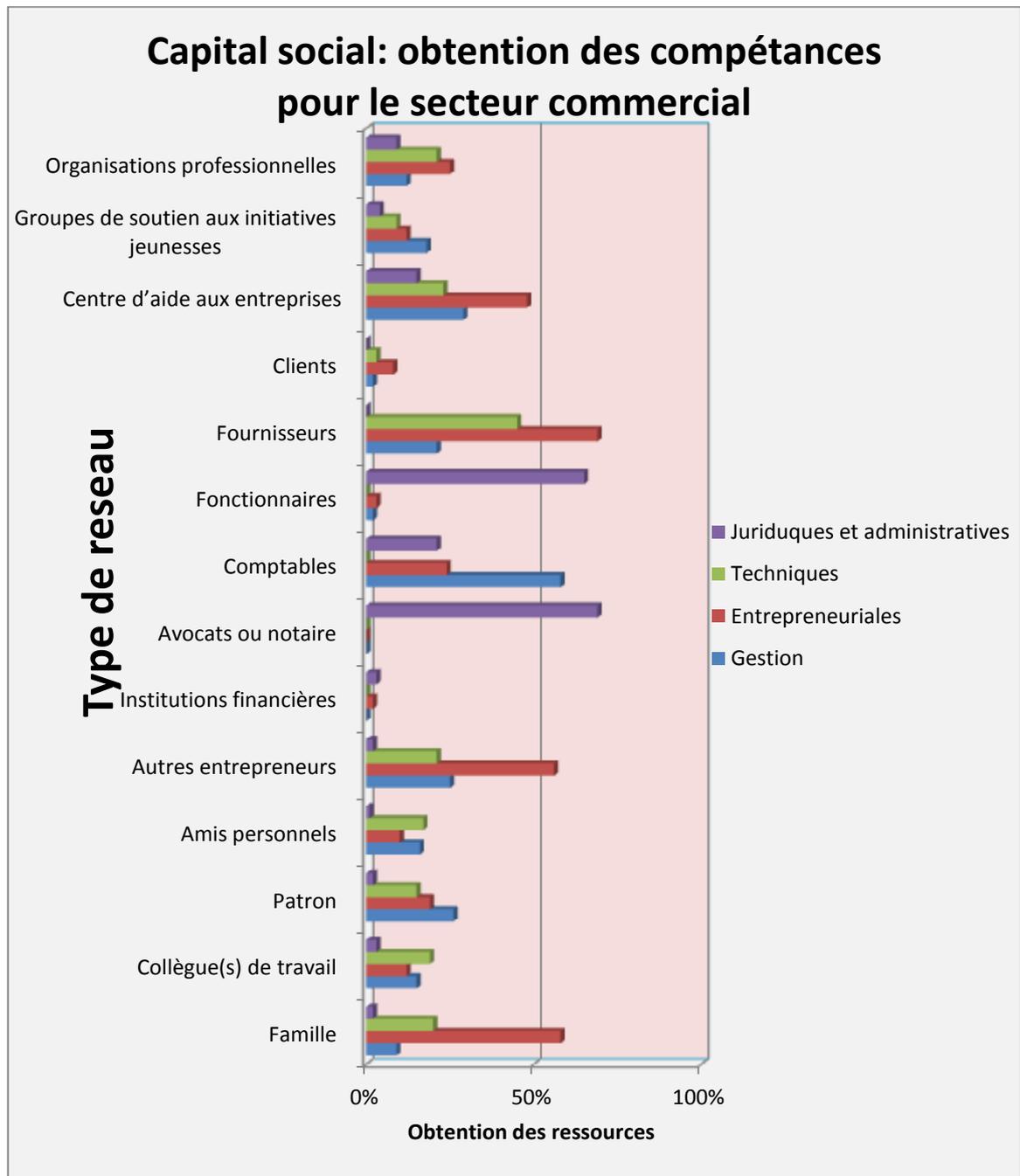
- Juridiques et administratives
- Techniques
- entrepreneuriales
- gestions

Cette étude portera sur les entreprises enquêtées des cinq secteurs.

3.2.2.1 Les entreprises relevant du secteur commercial

Pour pouvoir lancer une entreprise dans le secteur commercial, le créateur aura besoin généralement de compétences juridiques, administratives, de gestions et entrepreneuriales. Le graphique suivant nous montre la nature de relation entre l'obtention des compétences et la création d'entreprises dans le secteur commercial.

Graphique N°16 : Rôle de capital social dans l'obtention des compétences pour le secteur commercial



Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2019

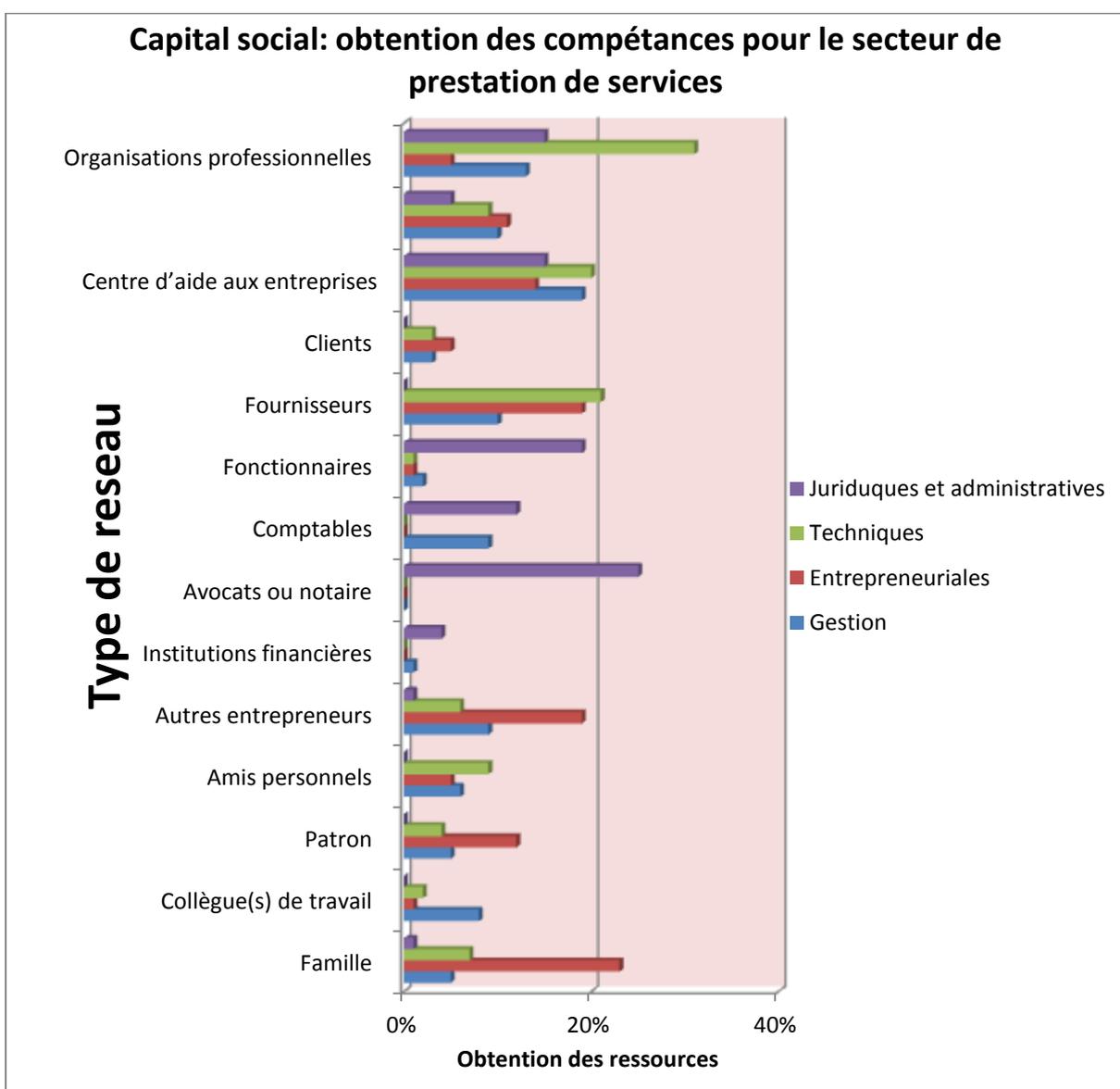
Pour les entreprises relevant du secteur commercial, l'obtention des compétences managériales, juridiques et administratives est déterminants dans la création d'entreprises, le réseau social offre une opportunité d'acquérir ces compétences, cela permet aux individus de lancer leurs entreprises. Par exemple, sur le plan managérial les comptables ont un rôle significatif. Sur le plan juridique les avocats et les notaires ont un rôle aussi significatif. Par contre sur le plan technique, la création des entreprises dans le secteur commercial n'est

pas sensible aux types de réseaux. Dans ce cas le capital social n'est pas un déterminant crucial.

3.2.2.2 Les entreprises relevant du secteur de prestation service

Les compétences managériales, administratives et juridiques ne sont pas à la portée de créateurs au moment de lancer son entreprise, d'où la nécessité de s'entourer d'un capital social qui lui permet d'avoir ces compétences. Le graphique suivant nous le rôle joué par le réseau pour l'obtention des compétences nécessaires afin de lancer une entreprise dans le secteur de prestation de service.

Graphique N°17 : Rôle de capital social dans l'obtention des compétences pour les entreprises relevant du secteur prestation de services.



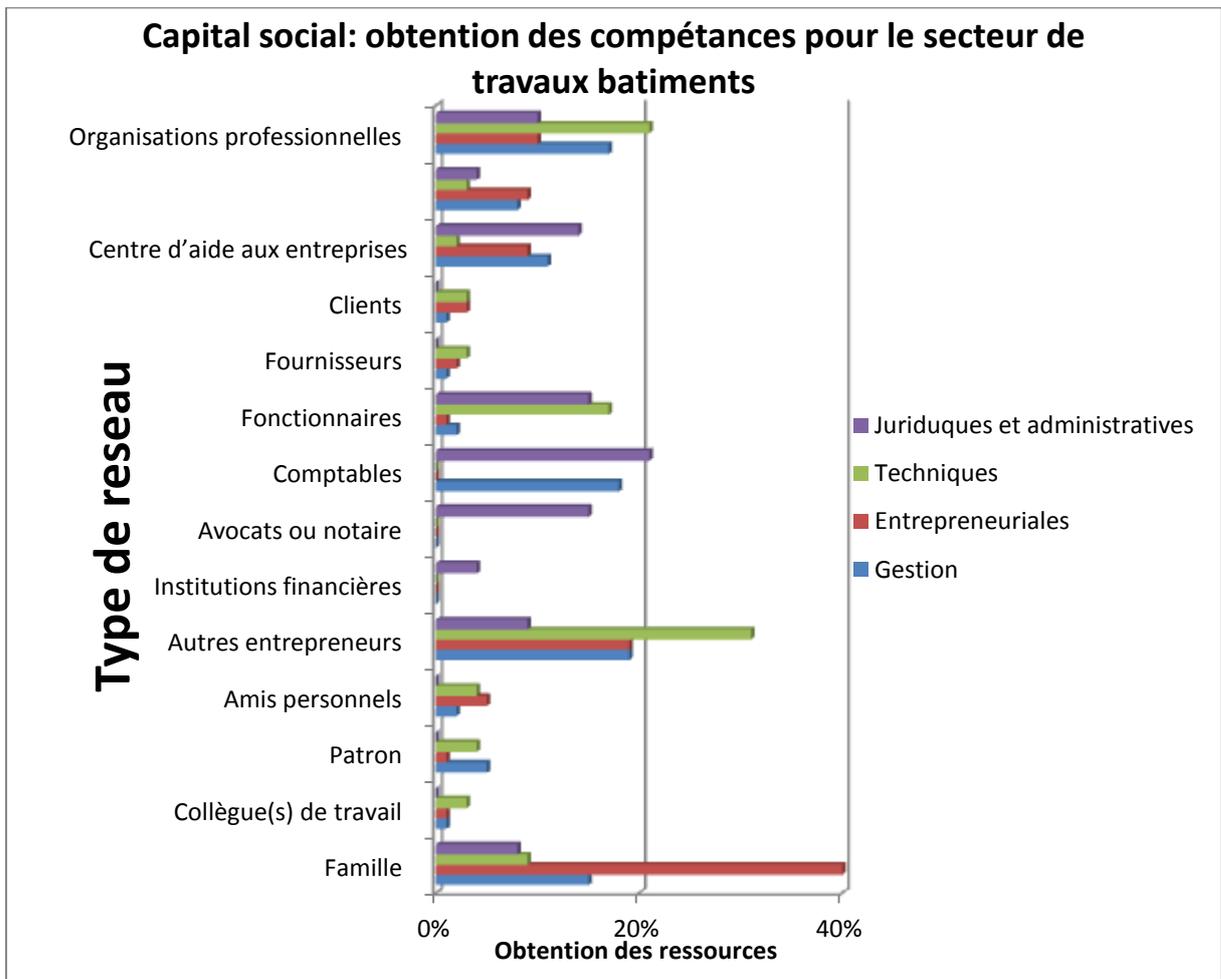
Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2019

Pour les entreprises relevant du secteur de prestation services, la participation de réseau à l'obtention des compétences managériales, juridiques, administratives, techniques et entrepreneuriales est déterminant dans la création d'entreprises. Elle se diffère selon le type de réseau. Par exemple, la famille joue un rôle important dans l'acquisition des compétences entrepreneuriale et ce rôle diminue quant il s'agit d'acquérir des compétences managériale ou autres. Les institutions financières jouent un rôle minime dans l'acquisition des quatre compétences citées.

3.2.2.3 Les entreprises relevant de secteur des travaux bâtiments

Les travaux bâtiments est un secteur stratégique pour l'Etat, le proverbe dit "**Quand le bâtiment va, tout va**". L'acquisition des compétences dans ce secteur est d'une importance primordiale. Le graphique suivant nous montre le rôle joué par le réseau pour l'obtention des compétences nécessaires au lancement d'une entreprise dans le secteur des travaux bâtiments.

Graphique N°18 : Rôle de capital social dans l'obtention des compétences pour les entreprises relevant du secteur des travaux bâtiments.



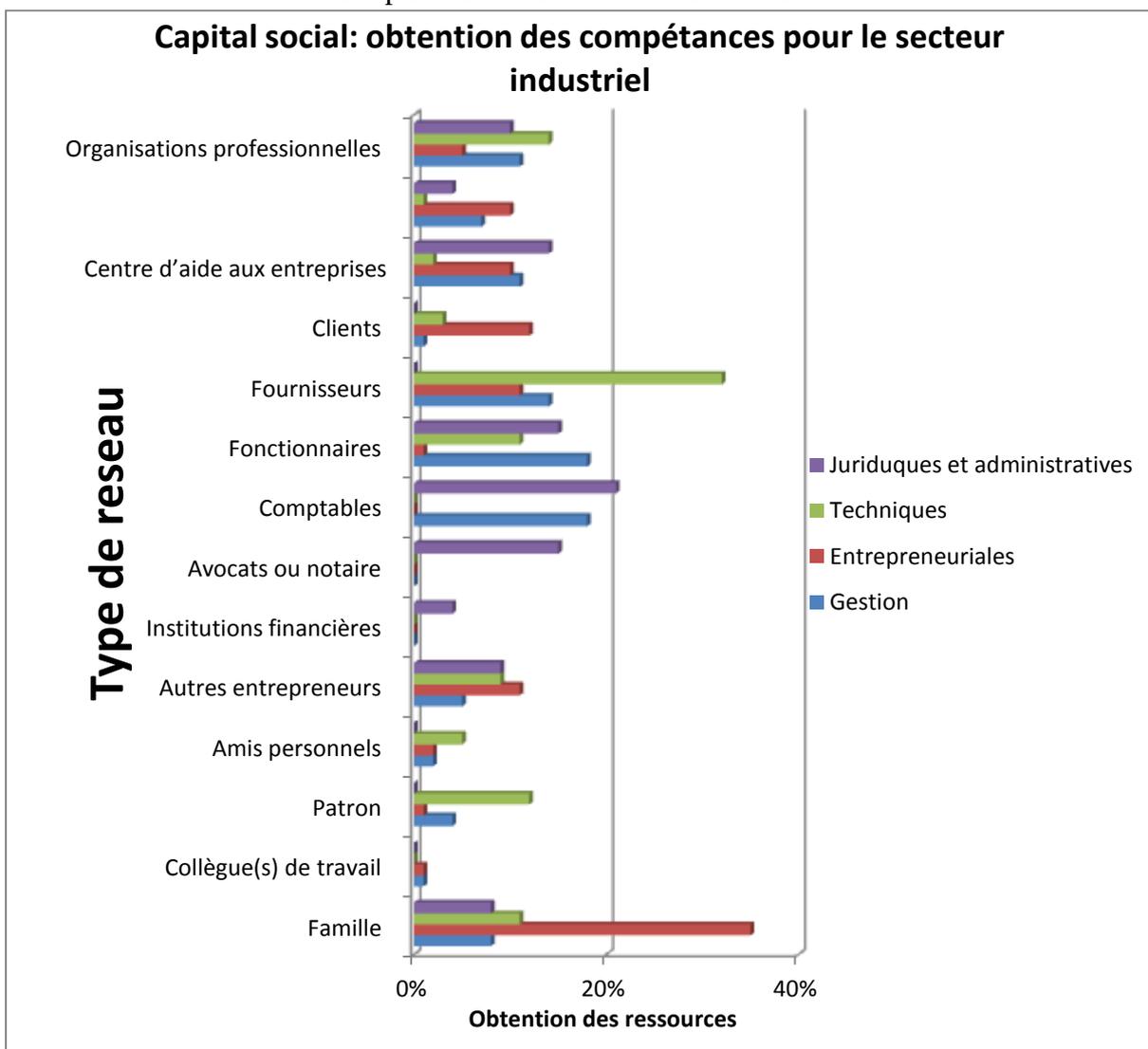
Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2019.

Pour les entreprises relevant du secteur des travaux bâtiments, la participation de réseau à l'obtention des compétences managériales, juridiques, administratives, techniques et entrepreneuriales est déterminant dans la création d'entreprises. Cette participation se diffère selon le type de réseau et la compétence nécessaire au lancement de l'entreprise. Par exemple, la famille joue un rôle important dans l'acquisition des compétences entrepreneuriale et ce rôle diminue quant il s'agit d'acquérir des compétences managériales ou autres. Les institutions financières jouent un rôle minime dans l'acquisition des quatre compétences citées. Les autres entrepreneurs constituent un capital social important dans la mesure où ils participent à l'acquisition de la technicité et de savoir faire au jeune créateurs.

3.2.2.4 Les entreprises relevant de secteur industriel

Le secteur industriel est d'une extrême importance dans une économie, il participe a la fonction de l'offre et il tire l'économie vars la croissance. Une entreprise industrielle est synonyme d'innovation d'où l'importance du capital social qui participe directement à l'obtention des compétences dont un créateur aura besoin. le graphique suivant, nous présentons le rôle joué par le réseau dans l'obtention des compétences nécessaires afin de lancer une entreprise dans le secteur industriel.

Graphique N°19 : Rôle de capital social dans l'obtention des compétences pour les entreprises relevant du secteur industriel.



Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2019.

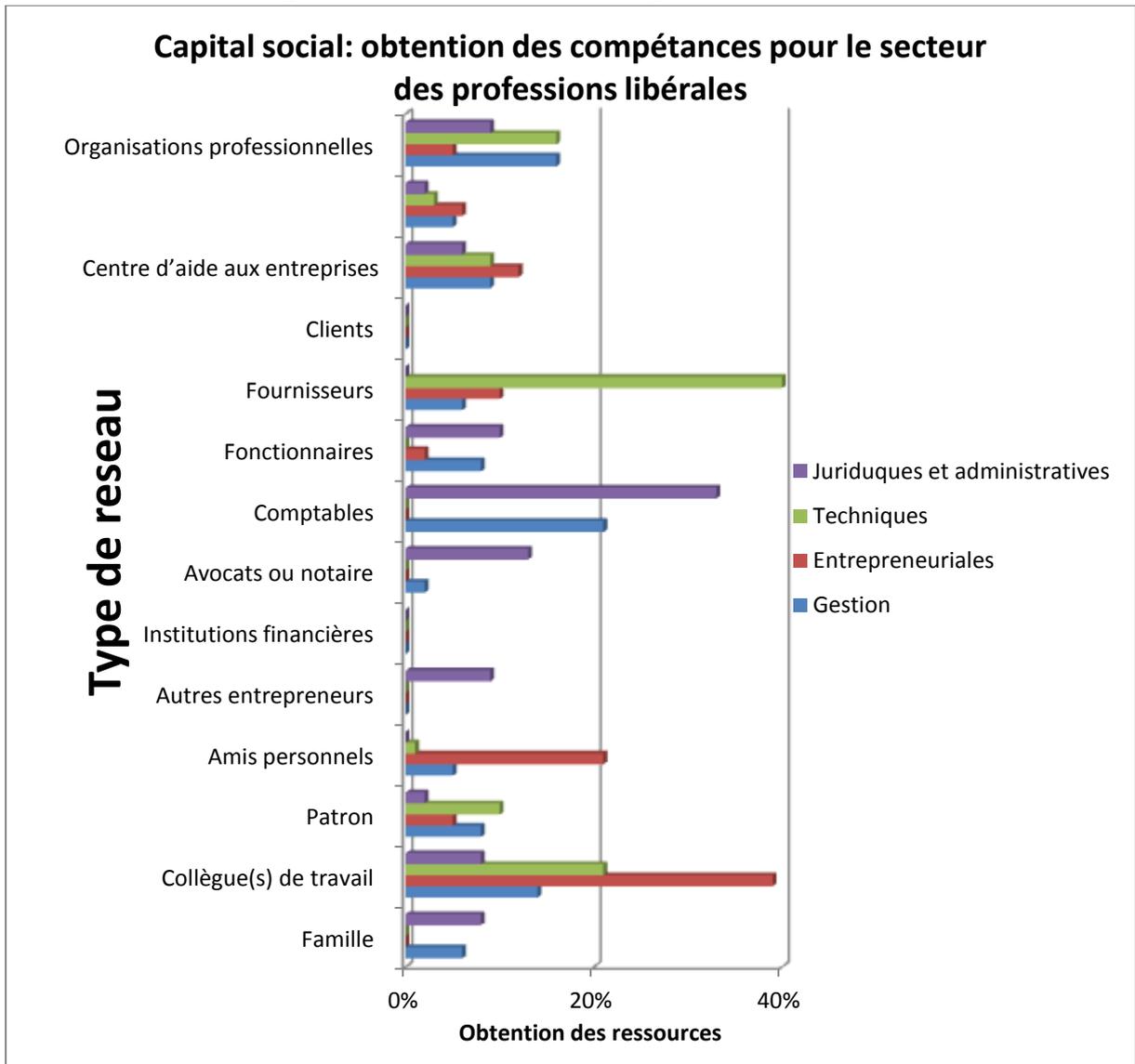
Dans ce secteur, les fournisseurs jouent un rôle crucial dans l'acquisition des compétences techniques au moment de lancement d'une nouvelle entreprise industrielle.

Le graphique N°19 montre que la famille reste toujours le support de base dans l'acquisition des compétences entrepreneuriales. Les autres compétences varient selon le type de réseaux.

3.2.2.5 Les entreprises relevant de secteur des professions libérales

Les professions libérales sont généralement des personnes diplômés qui ont choisi de créer leurs propres entreprises. Le graphique suivant, nous présentons le rôle joué par le réseau dans l'obtention des compétences nécessaires afin de lancer une entreprise.

Graphique N°20 : Rôle de capital social dans l'obtention des compétences pour les entreprises relevant du secteur des professions libérales.



Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2019.

Nous constatons que le capital social participe à l'obtention des compétences nécessaires à la création d'une entreprise. Les fournisseurs de matériels contribuent directement à l'obtention des compétences techniques. En revanche, les collègues travail et les amis participent à l'obtention des compétences entrepreneuriales.

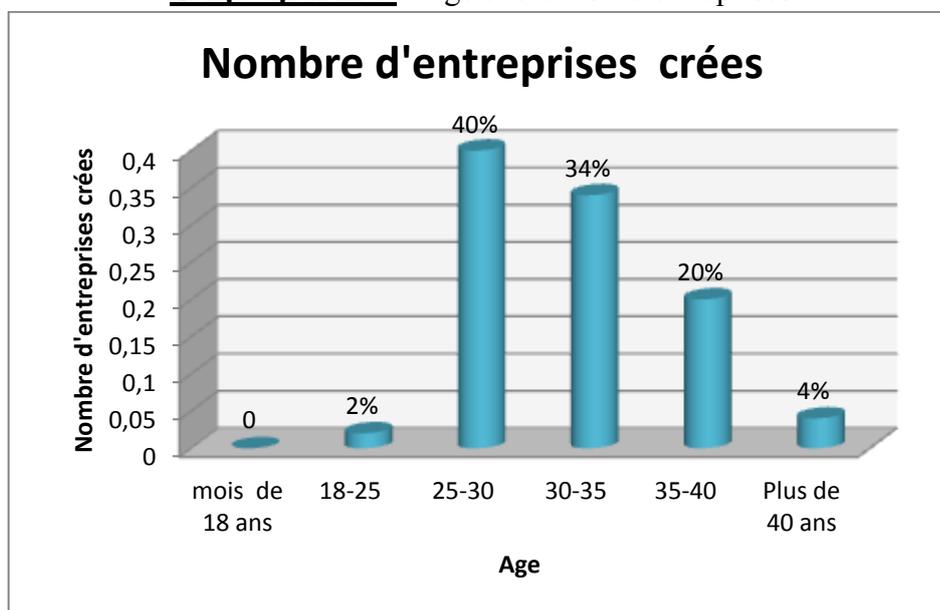
3.3 Les variables biographiques

Les variables biographiques sont des prédicateurs possibles du développement de l'attitude entrepreneuriale

3.3.1 Âge

L'âge auquel les entrepreneurs prennent la décision de créer leur propre entreprise semble varier d'un secteur à un autre. Le graphe suivant met en relation l'âge des entrepreneurs au moment de création de leurs entreprises :

Graphique N°21 : Age et création d'entreprises



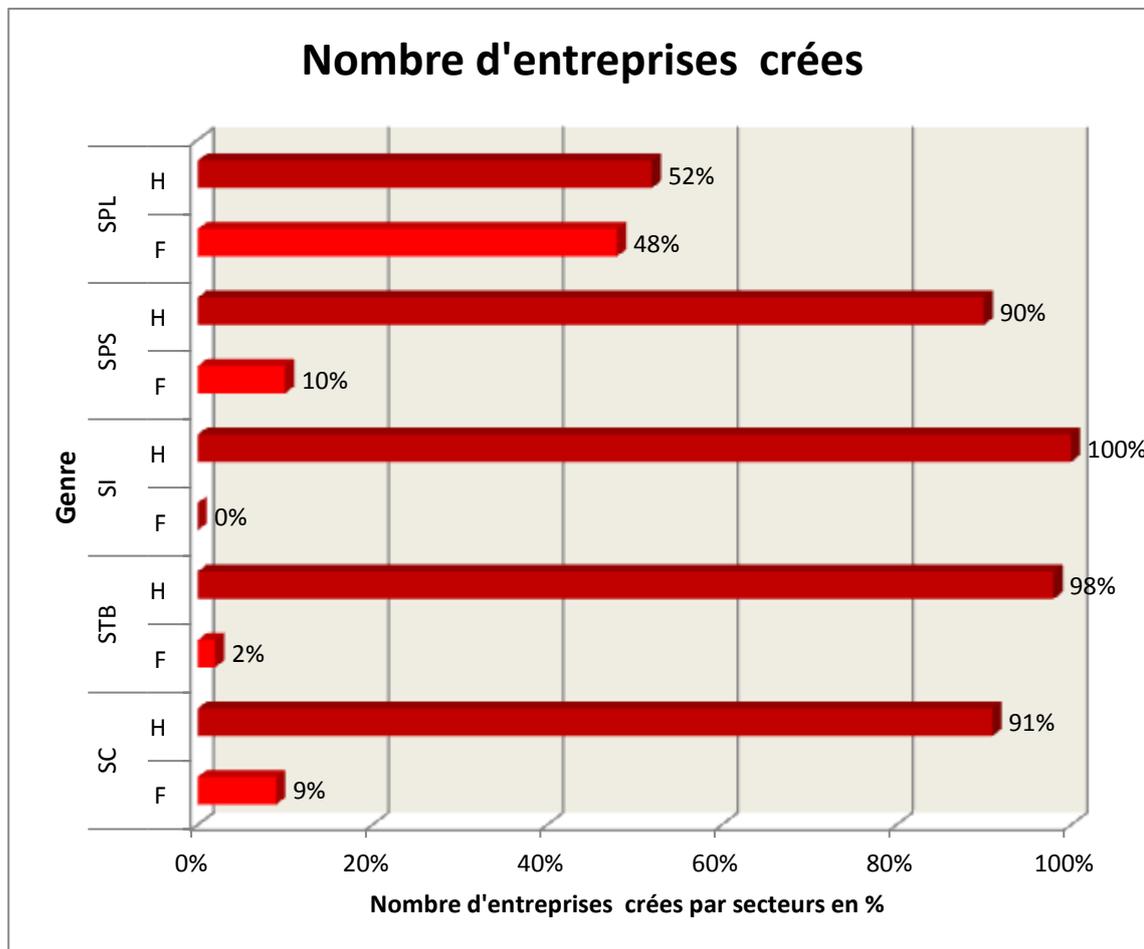
Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2019

Les entrepreneurs qui ont l'âge entre 25 et 40 ans ont créé plus d'entreprises. Cette période est considérée comme une «période de libre choix», les individus peuvent acquérir dans cette période des expériences, des compétences et la confiance en soi...etc.

3.3.2 Le genre (le sexe) :

Les hommes généralement sont plus entreprenants que les femmes. Le graphe suivant met en relation le genre des entrepreneurs.

Graphique N°22 : l'influence du genre sur la création d'entreprises



Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2019

Selon le graphe N°22, il y a une différence significative entre les hommes et les femmes en matière d'entrepreneuriat. Les hommes ont tendance à créer plus d'entreprises.

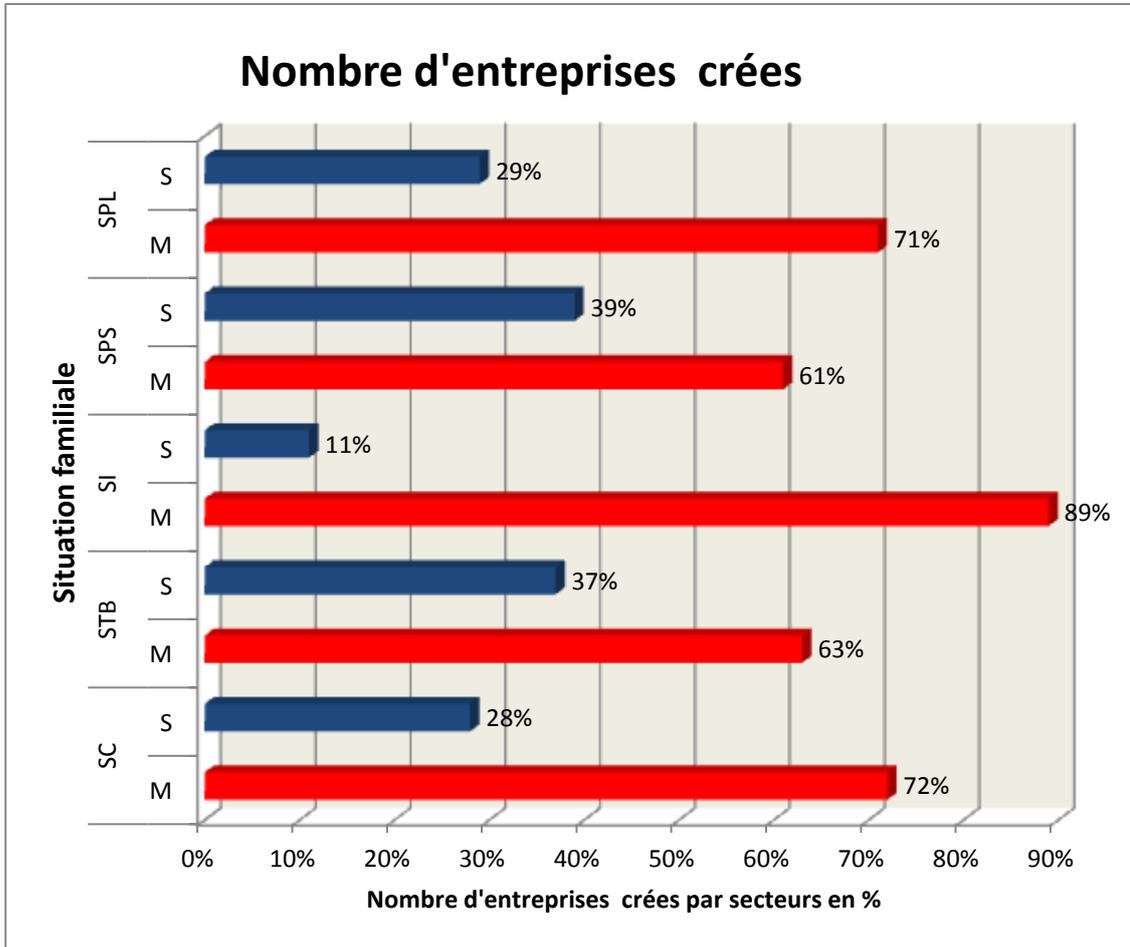
Par secteur, l'enquête a montré que les femmes sont beaucoup plus entreprenantes (avec un degré moins que les hommes) dans le secteur des professions libérales alors que les deux secteurs industriels et travaux bâtiments sont réservés pratiquement aux hommes.

3.3.3 La situation familiale (marié ou célibataire):

La situation familiale peut influencer l'entrepreneuriat surtout au stade démarrage de l'entreprise.

Le graphe N°23 indique la situation familiale des entrepreneurs au moment de création de leurs entreprises.

Graphique N°23 : l'influence du genre situation familiale sur la création d'entreprises



Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 201

Il n'y a pas de différence significative entre les célibataires et les mariés en matière d'entrepreneuriat. Même si les mariés ont créé plus d'entreprises notamment dans le secteur industriel (89%).

3.4 Le capital humain

Nous explorons le rôle du capital humain dans la création d'une nouvelle entreprise. Il s'agit de voir notamment si :

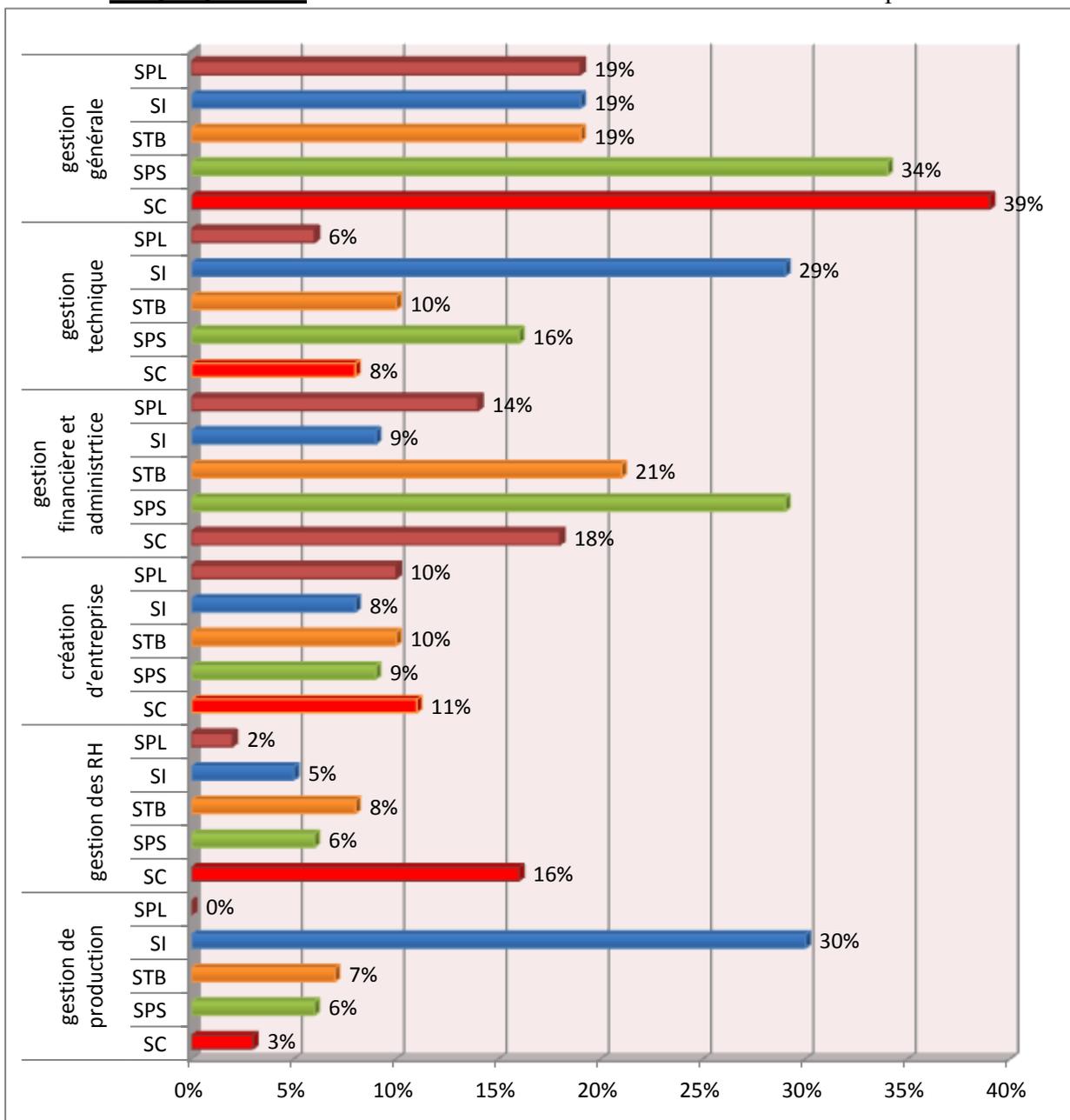
- cet entrepreneur a bénéficié d'une formation ou il a un diplôme dans le domaine (la connaissance)
- s'il a acquis une expérience professionnelle.

Nous essayons dans ce point de mettre en relation la contribution de ce facteur dans la création des entreprises.

3.4.1 La formation

La formation joue un rôle important dans l'obtention des ressources entrepreneuriales l'or de démarrage. Avoir une formation constitue un déterminant crucial. Ces individus possèdent ce qu'on appelle un capital humain spécifique qui contribue directement à la création des entreprises.

Graphique N°24 : l'influence de la formation sur la création d'entreprises



Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2019

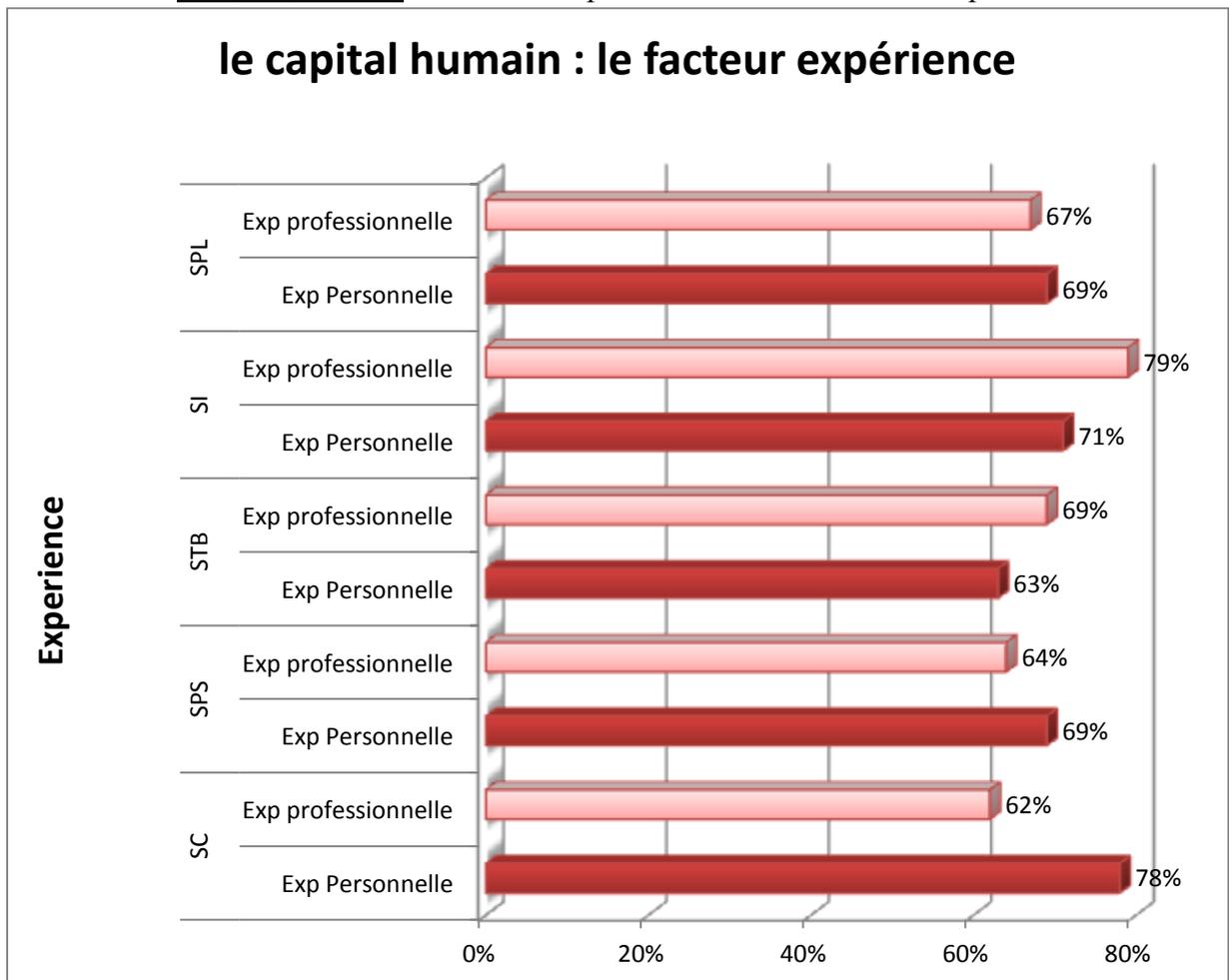
Selon les données de l'enquête, les entrepreneurs enquêtés affirment qu'ils ont subi au moins une formation, mais la proportion diffère d'un secteur à un autre et chaque formation est adaptée au type d'entreprise créée. Cependant, il ya des formations qui sont générale et ne concernent pas un secteur particulier.

D'une manière générale, l'enquête a montré que la probabilité de créer une entreprise est supérieure quand l'individu a subi une formation. De plus, la formation subie détermine le choix de secteurs de l'entreprise à créer. Cela revient à valider l'hypothèse selon que la création d'entreprises dans certains secteurs nécessite la disponibilité de facteurs spécifiques telle que la formation dans un domaine bien précis (technicien, médecin. Avocat...etc.).

3.4.2 L'expérience

Le facteur expérience est peut-être déterminant dans la création d'entreprises car il peut fournir des informations importantes sur la clientèle, les fournisseurs, les concurrents....etc.

Graphique N°26 : le facteur expérience et la création d'entreprises



Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2019

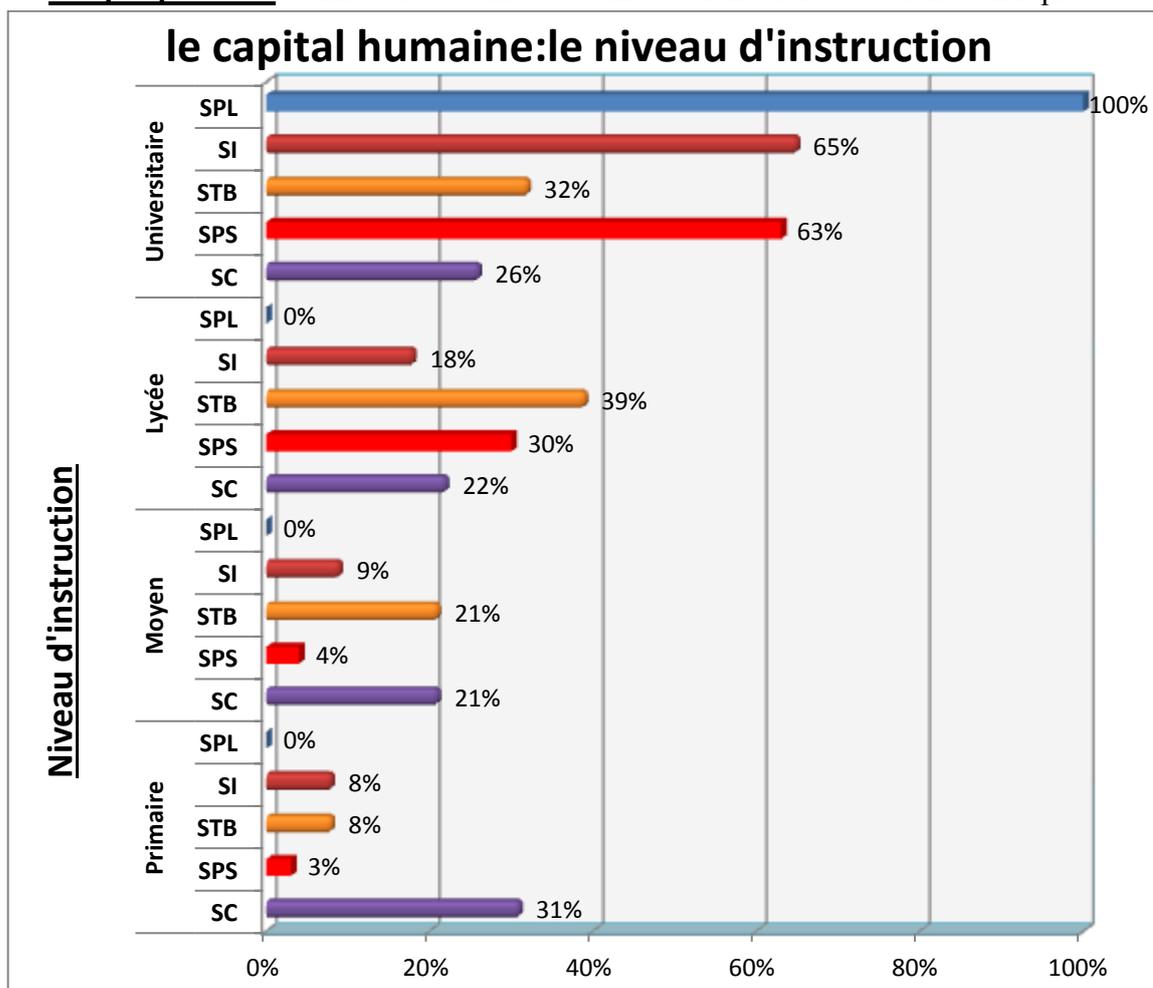
Selon l'enquête, la probabilité de créer une entreprise dans un secteur est supérieure lorsque nous disposons d'une expérience dans le domaine. Une expérience professionnelle est souhaitable dans le domaine de l'industrie puisque 79% des entrepreneurs ont une expérience professionnelle avant de créer une entreprise.

D'une manière générale, l'enquête a montré que les individus qui ont une expérience professionnelle (ou personnelle d'ailleurs) sont prédisposés à créer une entreprise. Le graphique précédent montre aussi qu'il y a une relation directe entre l'expérience de l'entrepreneur et le secteur choisi. Cela confirme l'hypothèse selon que l'entrepreneur cherche à investir essentiellement dans le secteur où il a vécu une expérience antérieure.

3.4.3 Le niveau d'instruction

Le capital humain est l'ensemble des connaissances, des compétences et d'expérience que les individus ont acquis au cours de leur vie, par l'éducation ou de l'expérience de travail.

Graphique N°27 : l'influence de niveau d'instruction sur la création d'entreprises



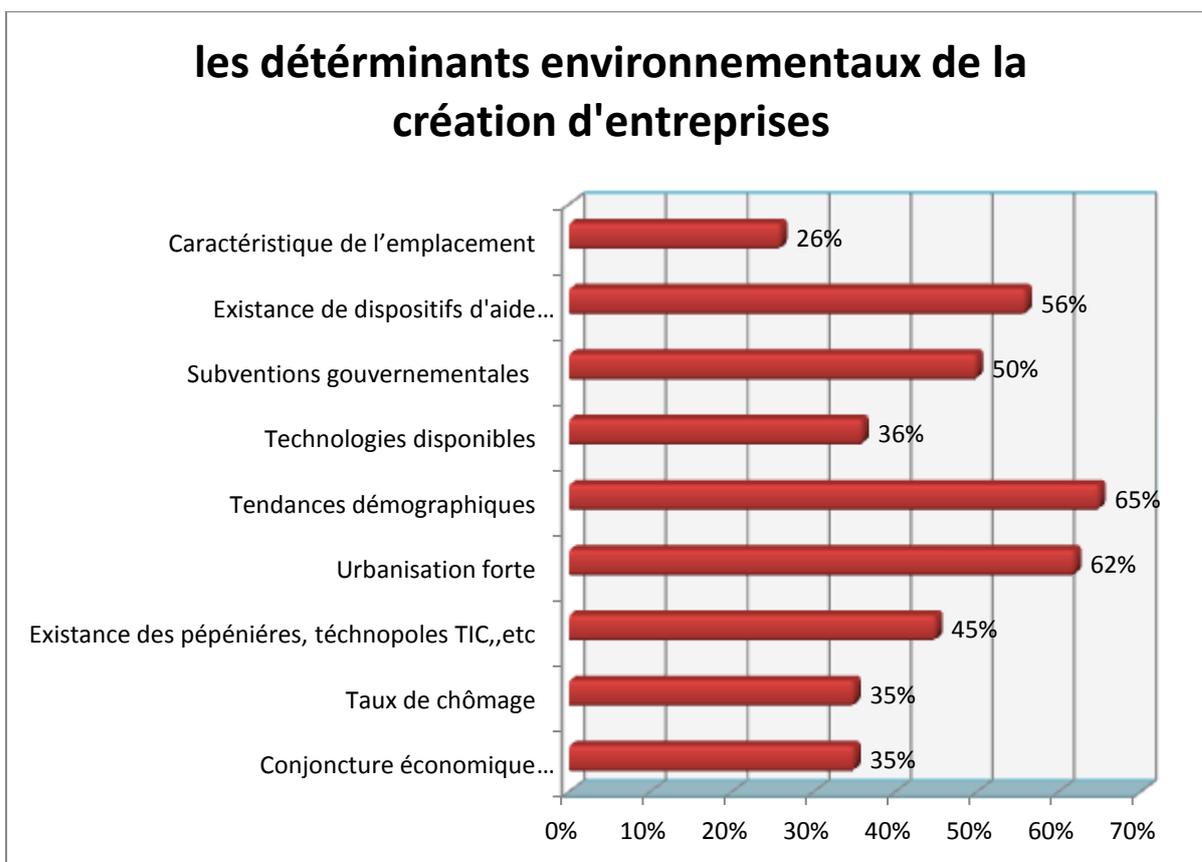
Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2019

Les personnes qui ont un niveau d'instruction plus élevé peuvent être mieux disposées pour démarrer une entreprise dans un secteur. La plupart des études rapportent qu'il y a un effet significatif de niveau d'éducation sur la création le type d'entreprise. Le niveau d'instruction est déterminant dans le e secteur des professions libérales (100%) et le secteur industriel (65%). Cela confirme l'Hypothèse que la création d'entreprises dans certains secteurs nécessite la disponibilité de facteurs spécifiques.

3.5 Les déterminants environnementaux de la création d'entreprises

Un certain nombre de facteurs environnementaux ont une influence sur les taux de création d'entreprises. Les variations du taux de création dépendent de facteurs tels que la conjoncture, Le taux de chômage, l'existence des dispositifs qui encouragent la création d'entreprises, l'existence des pépinières d'entreprises, les revenus des ménages, la consommation, la politique économique de l'État et des collectivités territoriales, la demande, les infrastructures ainsi que les changements technologiques... etc.

Graphique N°29 : les déterminants environnementaux de la création d'entreprise



Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2019

Nous essayons, dans ce point, de mettre en évidence la contribution des facteurs environnementaux dans la création des entreprises dans le domaine des un secteur donné. Cette étude montre que la création des entreprises est influencée fortement par l'augmentation de la demande (mesurée par la croissance démographique : 65%, l'existence des dispositifs d'aide à la création d'entreprises (56%) et le degré d'urbanisation élevé (62%). Cela confirme l'hypothèse selon que certains facteurs de création d'entreprise sont communs à tous les secteurs.

Conclusion :

D'après les résultats de notre l'enquête, nous avons conclu que la majorité des créations d'entreprises sont motivées par différents facteurs. La famille constitue un support par excellence à tous les créateurs d'entreprises et pour la majorité des secteurs que ce soit dans la mobilisation des ressources financières, matériels et humaines. Seulement il y a une différenciation de facteurs de création d'un secteur à un autre.

Les caractéristiques individuelles influent l'attitude de l'individu vis-à-vis de l'entrepreneuriat. Il constitue un facteur déterminant et commun à tous les secteurs. Les variables biographiques sont aussi un prédicateur du développement de l'attitude entrepreneuriale, la majorité des entrepreneurs enquêtés sont de sexe masculin et d'âge murs entre 25 et 40 ans. Le capital expérience est un facteur déterminant pour tous les secteurs.

La disponibilité des facteurs spécifiques apparait clairement dans le capital social et le capital humain. A titre d'exemple, La création d'entreprises dans le secteur industriel dépend de réseau social et du capital humain disponible.

Conclusion générale

L'objectif de ce travail vise à identifier les facteurs influençant la création d'entreprises dans la wilaya de Bejaia par secteur d'activité et ce afin de comparer les résultats, de fixer des politiques et de prendre des mesures appropriées pour encourager la création d'entreprises pour chaque secteur.

La croissance d'une économie dépend de stock des entrepreneurs dont dispose cette même économie. Ces derniers sont présentés comme des personnes capables de stimuler la croissance et la productivité d'une économie. L'entrepreneur crée et détecte des opportunités et participe au processus d'innovation et renouvellement de l'économie.

L'histoire économique de la région de Bejaia nous renseigne que pendant la colonisation française, la population de la région est constituée de deux segments : La population autochtone qui exerce des petites activités commerciale et artisanales dans l'objectif de survivre et la population française qui ont le monopole sur l'industrie et les autres secteurs d'activité. Après l'indépendance et sous le régime socialiste, l'Etat a pris en charge le développement et le control de l'activité économique⁵⁵. Même si les reformes économiques consistant à libérer les initiatives et à encourager le secteur privé n'ont été engagé en Algérie que vers la fin des années 80, cela n'a pas empêcher, dans la wilaya de Bejaia, l'émergence de certains catégories d'entrepreneurs qui ont réussi a créer des entreprises d'envergure nationale et ce notamment dans le secteur industriel. Leurs participation au produit intérieur brute (PIB) de l'Algérie est sans équivoque. Cela montre le poids de la région dans l'économie national au niveau de création de la richesse.

Au terme de ce travail, nous avons montré que les déterminants de la création d'entreprises tiennent compte, par nature, des spécificités sectorielles. Certains d'entre eux devraient donc avoir un impact différent dans un secteur à un autre.

Au terme de notre enquête, les résultats obtenues indiquent que les caractéristiques de l'individu peuvent avoir un impacte positif et majeur dans l'orientation entrepreneuriale. En effet, le besoin de réalisation, le contrôle, la tolérance au risque, la confiance en soi et la capacité a innover sont des facteurs déterminants dans la décision de créer un entreprise.

⁵⁵ TALEB HOURIA, Thèse doctorat « Ouverture économique et dynamique entrepreneuriale », soutenue en 2011. Université de Bejaia.

La majorité des individus enquêtés ont un fort désir de créer une entreprise. Nous trouvons ces caractéristiques dans chaque entrepreneur, cela montre que les traits de personnalité est un facteur déterminant et commun à tous les entrepreneurs de différents secteurs d'activité. Et ne constitue pas un facteur spécifique pour un secteur donné, cela revient à confirmer l'hypothèse selon que certains facteurs de création d'entreprises sont communs à tous les secteurs.

Pour le capital social qui représente l'ensemble des ressources potentielles qui sont liées à un réseau de relations pour posséder un bien durable. Au terme de notre enquête, les résultats obtenues indiquent que la famille constitue un support par excellence à tous les créateurs d'entreprises et pour la majorité des secteurs que ce soit dans la mobilisation des ressources financières, matériels et humaines. Seulement il y a une différenciation de facteurs de création d'un secteur à un autre. Par exemple la sensibilité du secteur des professions libérales est de degré moins que les autres secteurs. Les fournisseurs constituent aussi un facteur déterminant dans l'obtention des ressources notamment sur le plan techniques pour le secteur industriel et le secteur de prestation de service. En finalité, Chaque relation dont dispose un entrepreneur l'or de démarrage peut être un déterminant crucial pour la concrétisation et la réussite de projet entrepreneurial. Cela revient à confirmer l'hypothèse selon que certains facteurs tel que le capital social sont déterminants et communs à toute création d'entreprises quelque soit le secteur.

En revanche, notre enquête a montré que le capital humain, a une influence plus forte dans la création d'entreprises notamment dans le secteur industriel et le secteur des professions libérales. En effet, ce facteur ne peut pas être substitué parce qu'il est à la fois déterminants et spécifique pour démarrer une entreprise. Cela revient à confirmer l'hypothèse selon laquelle que la création d'entreprises dans certains secteurs nécessite la disponibilité de facteurs spécifiques.

Les variables biographiques est un préicateur possibles du développement de l'attitude entrepreneuriale. Au terme de notre enquête, les résultats obtenues indiquent que le facteur démographique est peut être déterminant dans la création d'entreprises, ces facteurs ne sont pas spécifique à un secteur donné.

Pour les facteurs environnementaux, les résultats obtenues indiquent que les déterminants environnementaux contribuent également à la création de nouvelles entreprises et sont commun pour tous les entrepreneurs. Ces derniers peuvent devenir des facteurs spécifique

pour déclencher le désir d'entreprendre dans un secteur bien déterminé. Par exemple la disponibilité d'une technologie spécifique pour un secteur donné peut être considérée comme étant un facteur déterminant à toute création. C'est-à-dire la création de telle entreprise dans un secteur dépend de la disponibilité de ce facteur qui est la technologie utilisée.

Le capital expérience est déterminant dans la création d'entreprise car il fournit des informations importantes sur la clientèle, les fournisseurs, les concurrents, la technologie, etc. Notre enquête a montré que pratiquement la majorité des entrepreneurs ont déjà une expérience professionnelle antérieure dans le secteur. Cela revient à confirmer l'hypothèse selon laquelle l'entrepreneur cherche à investir essentiellement dans le secteur où il a vécu une expérience antérieure.

Dans ce travail, nous avons essayé de d'identifier les facteurs influençant la création d'entreprises dans la wilaya de Bejaia par secteur d'activité et de répondre à la problématique que nous avons posée. Même si nous avons pu apporter quelques éléments de réponses, nous ne prétendons pas résoudre le problème et détenir toute la vérité sur le sujet. Notre travail a bien évidemment ses limites, liées notamment aux difficultés dans l'accès aux différentes statistiques et données des entreprises concernées.

En fin au terme des recommandations à faire aux pouvoirs publics pour soutenir les dynamiques entrepreneuriales : faciliter l'accès au foncier, adapter le système de formation aux besoins des entreprises. Faciliter l'accès aux financements. Et garder d'avantages les dispositifs de création d'emplois Ansej et Andi le plus longtemps possible parce que ces derniers constituent un facteur déterminant pour la création des jeunes entreprises. L'enquête que nous avons menée se limite à la seule wilaya de Bejaia, alors mener un travail au niveau national nous permet de comparer toutes les régions du pays dans l'identification des facteurs de création d'entreprises afin d'orienter les pouvoirs publics dans une démarche nationale et globale.

Bibliographie

Ouvrages :

- A FAYOLLE, « Le métier de créateur », Editions d'Organisation, 2003.
- ABDOU.A, BOUYACOUB A, LALLEMENT.M, MADOUIM (2006) : « Entrepreneurs et PME, approche algéro-françaises ».Edition, L Harmattan.
- Aldrich, H., & Zimmer, C. (1986). Entrepreneurship through social networks. In D. Sexton, & R. Smilor (Eds.), The art and science of entrepreneurship. Cambridge, MA: Ballinger.
- Amit, R., Mueller, E., & Cockburn, I. (1995). Journal of Business Venturing.
- BENGUERNA.M : « les entrepreneurs algériens : du malaise à l'émergence » in « Djillali LIABES : la quête de la rigueur ». Casbah Editions. (2006).
- Boislandelle H.M. : « Dictionnaire de Gestion : vocabulaire, concepts et outils », Economica, Paris, 1998.
- Boutillier.S : « Quelle est l'utilité marginale de l'entrepreneur ? ». In problèmes économiques, N°2742, 2 Janvier 2002.
- GRIM Nordine , Entrepreneur, pouvoir et société en Algérie. Casba, Editions. 2012.
- Casson M. :« l'entrepreneur», Economica, Paris, 1982.
- Schumpeter J : « théorie de l'évolution économique », 2^{ème} édition, Dalloz, Paris, 1938.
- Schumpeter J: « Capitalisme, socialisme et démocratie », 2^{ème} édition, Payot, Paris, 1951.
- Chenery. H : « Growth and transformation ». In industrialisation and growth,. par Chenery H/Robinson, S/Syrquin, M, oxford university presse, New-York, 1986.
- Courlet C , Soulage B.: « industrie, territoires et politiques publiques », l'Harmattan, Paris, 1994.
- *Desseigne G* : « la création d'entreprise », P.U.F., Paris, 1996.
- Furetière A : « Dictionnaire Universel », Vol.1, 1690, P.951. Cité par Boutillier S: « l'entrepreneur : une analyse socio-économique », Economica, Paris.
- Hagen H : « On the theory of social change », Homewood Dorsey Press, 1962.
- Hernandez E.M :« le processus entrepreneurial vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », Harmattan, Paris, 1999.
- Hisrich R.D : « Entrepreneurship and intrapreneurship : Lexington Books, 1986.
- Julien P.A , Marchesnay M : « La petite entreprise principes d'économie et de gestion », Vuibert , Paris , 1988.
- Julien P.A, Marchesnay M. : « l'Entrepreneuriat », Economica, Paris, 1996.

- Leibenstein H : « Entrepreneurship and development ». In American Economic Review, papers and proceedings, vol.LVIII , n°2 , 1968.
- Mc Clelland D : « The achievement motive », Appleton-Century-Crofts, New-York, 1953.
- Peters M.P : « Entrepreneurship : lancer, élaborer et gérer une entreprise », Economica, Paris, 1991.
- Schumpeter J : « Can capitalism survive ? Harper et Row, New-York, 1952.
- Scott Shane, Entrepreneurial motivation, School of Business, USA, 2003.
- SHAPERO Albert, entrepreneurship and economic développement and entreprise développement.
- Tangeoui S : « les entrepreneurs marocains : pouvoirs, société et modernité », Khartala, les Afriques, Paris, 1993.

Revues et articles :

- Ayad-Malek N, Abdelmadjid Djenane : « Création d'entreprises et choix des facteurs de localisation : étude empirique auprès d'un échantillon de pme de la wilaya de Bejaia ». université Abderrahmane Mira. Bejaia.
- Nasroun N, Belattaf M, « Entrepreneuriat et création d'entreprises. Facteurs déterminant l'esprit d'entreprise : cas de Béjaïa Colloque national Stratégies d'organisation et d'accompagnement des PME en Algérie, Organise par FSEGC de l'Universite de Ouargla. Avril 2012.
- MARZOUK. F, « PME et compétitivité en Algérie », Revue économie et management, in « Les PME maghrébines facteur d'intégration régionale », Université e Tlemcen n°09, Octobre 2010.

Documents, rapports et études :

- TALEB HOURIA, Thèse doctorat « Ouverture économique et dynamique entrepreneuriale », soutenue en 2011. Université de Bejaia.
- TAKABAÏT DJAMEL, Mémoire magister «Les TIC et les dynamiques territoriales de développement : Etude de l'usage des TIC dans les PME de Bejaia », soutenue en 2011. Université de Bejaia.
- Monographie de la wilaya de Bejaia, DPAT, édition 2017.
- Bulletins annuels émis par le ministère de la PME, 2016, 2017, 2018.
- Annuaire des statistiques de la DPAT de la wilaya de Bejaia, 2018.
- Annuaire des statistiques de centre des impôts de Bejaia (CDI), 2019.

Séminaires et colloques :

- BOUYACOUB A : Entrepreneuriat, territoire et capital humain, In colloque international : création d'entreprises et territoires, Tamanrasset, 2006.

Webographie :

<http://www.univ-bejaia.dz/dspace/>

SOMMAIRE

Introduction générale	10
------------------------------------	----

Chapitre I : Le cadre conceptuel et théorique de l'entrepreneuriat

Introduction	14
--------------------	----

Section 1 : Evolution théorique du concept d'entrepreneur 14

1.1 Les origines du concept d'entrepreneur	14
1.2 Les principales théories contemporaines de l'entrepreneur	17
1.2.1 Leibenstein et la théorie de l'efficience X	17
1.2.2 Hayek et Kirzner et le processus de marché	17
1.2.3 Knight et l'incertitude	18
1.2.4 L'entrepreneur innovateur de Schumpeter	18
1.2.5 La firme qui entreprend de Andrews et Penrose	20

Section 2 : Définitions et caractéristiques de l'entrepreneur 22

2.1 Définitions de l'entrepreneur et notions voisines	22
2.1.1 L'entrepreneur	23
2.1.2 L'entrepreneuriat	24
2.1.3 L'esprit d'entreprise	24
2.1.4 La création d'entreprises	25
2.1.5 L'intraprenariat	25
2.1.6 L'extraprenariat	25
2.1.7 L'essaimage	26
2.2 Les caractéristiques de l'entrepreneur	26
2.2.1 Le besoin d'accomplissement	26
2.2.2 L'internalité du lieu de contrôle (Locus of control)	27
2.2.3 La propension à la prise de risques (Risk - taking propensity)	27

Section 3 : Origines, typologies et rôle des entrepreneurs	28
3.1 Origines des entrepreneurs	28
3.1.1 L'environnement familial	29
3.1.2 L'éducation	29
3.1.3 Les valeurs personnelles	29
3.1.4 Les activités professionnelles antérieures	29
3.2 Typologies des entrepreneurs	29
3.2.1 Typologie de Norman Smith	30
3.2.2 Typologie de Knight	30
3.2.3 Typologies de Jacqueline Lanfer	31
3.2.4 La typologie d'Ettinger	32
3.2.5 Typologies de Jacqueline Lanfer	32
3.2.6 La typologie d'Ettinger	33
3.3 Rôle de l'entrepreneur	34
3.3.1 L'entrepreneur et l'appropriation de l'information	34
3.3.2 Entrepreneur et développement économique	36
3.3.3 L'entrepreneur au plan micro-économique	37
3.3.4 Entrepreneur, innovation et développement	37
3.3.5 La demande et l'offre de facteur entrepreneur	39
3.3.6 Entrepreneur et développement inégal des nations	40
Conclusion	42

Chapitre II : les déterminants à la création de l'entreprise

Section 1 : les facteurs motivationnelles	44
1.1 Définition de la notion de la motivation	45
1.2 Les motivations entrepreneuriales	46
1.3 Les besoins à l'origine de motivation entrepreneurial.....	46
1.4 Comprendre l'acte entrepreneurial	46
1.4.1 L'approche par les traits personnalité.....	47
1.4.2 Les approche comportementaliste de l'entrepreneurial	48
1.4.2.1 le model de la formation organisationnelle de learned	49
1.4.2.2 le model de l'événement entrepreneurial shapero	49
1.4.2.3 le model de l'intention entrepreneuriale de Boy et Vozikis	51
Section 2 : les déterminants environnementaux de l'entrepreneuriat.....	52
2.1. La famille.....	52
2.2 Le niveau d'instruction.....	53
2.3 Le territoire	54
2.4 L'expérience professionnelle.....	55
2.5 L'âge de fondateur.....	55
2.6 Le capital social	56
Section 3 : les déterminants économiques et démographique de l'entrepreneuriat.....	57
3.1 Les déterminants démographiques	57
3.2 Les facteurs économiques.....	57
3.2.1 Les ressources humaines	57
3.2.2 Les ressources financières	58
3.2.3 Accessibilité au marché	58

Section 4 : Les facteurs physiologiques, technologiques et contextuels	58
4.1 Les facteurs physiologiques.....	59
4.1.1 L'intention entrepreneuriale	59
4.1.2 Historique personnel	60
4.1.3 Besoin d'indépendance	60
4.1.4 Besoin d'accomplissement	60
4.2 Facteur technologique	61
4.3 Facteurs contextuels	61
4.4 Facteurs politiques	62
Conclusion	63

Chapitre III : Etude des déterminants de création d'entreprises dans la wilaya de Bejaia

Section 1 : Aperçu globale sur les entreprises de la wilaya de Bejaia	65
1.1 Les caractéristiques des PME de la wilaya de Bejaia.....	65
1.2 Répartition des emplois créés par daïra	66
Section 2 : présentation de l'enquête	68
2.1 Présentation du questionnaire.....	70
2.1.1 Les caractéristiques du questionnaire	70
2.1.2 Présentation du choix des critères de notre échantillon	71
- Le nombre d'entreprises choisies de l'échantillon	71
- La taille des entreprises de l'échantillon	71
- L'appartenance sectorielle des entreprises de l'échantillon	71
- La représentation géographique des entreprises de l'échantillon	71
2.1.3 La diffusion du questionnaire	72
2.2 Les entreprises interrogées	72
2.2.1 Taux de réponse	72

2.2.2	Présentativité géographique de l'échantillon.....	73
2.2.3	Présentativité par secteur et selon la taille des entreprises de l'échantillon	73

Section 3 : Analyse des résultats..... 75

3.1 Les traits de personnalité (les caractéristiques des individus)..... 75

3.1.1 Le besoin de réalisation 75

3.1.2 Le contrôle 76

3.1.3 La tolérance au risque 77

3.1.4 La confiance en soi 78

3.1.5 La capacité à innover..... 79

3.2 Le capitale sociale 79

3.2.1 Rôle de capitale sociale dans l'obtention des ressources entrepreneuriales..... 80

3.2.1.1 la famille 80

3.2.1.2 les collègues de travail 81

3.2.1.3 Les fournisseurs 81

3.2.1.4 Les clients 82

3.2.1.5 Les institutions financières 83

3.2.1.6 Centres d'aide aux entreprises 84

3.2.2 Rôle de capitale sociale dans l'obtention des compétences entrepreneuriales..... 85

3.2.2.1 Les entreprises relevant du secteur commercial 85

3.2.2.2 Les entreprises relevant de secteur de présentation de service 87

3.2.2.3 Les entreprises relevant secteur des travaux bâtiment 88

3.2.1.4 Les entreprises relevant des secteurs industriels 89

3.2.2.5 Les entreprises relevant de secteur des professions libérales..... 91

3.3 Les variables bibliographiques 92

3.3.1 Âge 92

3.3.2 Le genre (sexe)..... 93

3.3.3 La situation familiale 93

3.4 Le capital humain 94

3.4.1 La formation 95

3.4.2 L'expérience	96
3.4.3 Le niveau d'instruction	97
3.5 Les déterminants environnementaux de la création d'entreprises.....	98
Conclusion.....	100
Conclusion générale.....	101
Bibliographie.....	104
Table des matières	106
Annexes.....	112
Résumé.	

Annexes

Annexe 1 : le questionnaire

Université Abderrahmane-Mira de Bejaia
Faculté des Sciences Economiques, des Sciences de
Gestion et des Sciences Commerciales
Option : Entrepreneuriat

Enquête sur les déterminants de création d'entreprises
dans la wilaya de Bejaia :

La présente enquête intitulé « *les déterminants de création d'entreprises* » fait partie de l'élaboration d'un mémoire de Master en Sciences de Gestion, option : **Entrepreneuriat**, à la Faculté des sciences économiques, des sciences de gestion et des sciences commerciales de l'Université de Bejaia. Elle est destinée à un échantillon de d'entreprises de la wilaya de Bejaia. Les informations recueillies demeureront confidentielles et ne pourront en aucun cas faire l'objet que d'une utilisation à des fins purement pédagogiques et de recherche scientifique.

Merci pour votre coopération.

Aout 2019

Les déterminants de création d'entreprises
Dans la wilaya de Bejaia

Partie 1 : Informations générales

A.a Activité

1. Quel est le secteur d'activité principal de votre entreprise ?

1. Achat/Revente des produits . 2. Services 3. Production travaux bâtiments PL

2. Quelle est la date de création de votre entreprise ?

3. Quel est le nombre de salariés de votre entreprise ?

4. Quel est le CA annuel hors taxe ?

A.b Statut et implantation géographique

5. Votre entreprise est...

1. Une entreprise de droit privé 2. Une entreprise de droit public 3. Une entreprise mixte

6. Votre entreprise ...

1. Est une entreprise indépendante 2. Appartient à un groupe national 3. Appartient à un groupe étranger

7. Si votre établissement appartient à un groupe, celui-ci regroupe...

1. Un seul site en Algérien, le nôtre 2. Plusieurs sites en Algérie
 3. Un ou plusieurs sites en Algérie à l'étranger 4. Ne sait pas

8. Votre entreprise a intégré une filiale

1. Oui 2. Non

9. Votre entreprise est située dans une zone...

1. Urbaine 2. Périurbaine (périphérique)
 3. Rurale

10. Votre entreprise est située dans une zone...

1. Industrielle 2. D'activité Pépinière

11. Votre clientèle est ...

1. Locale (à l'échelle de la wilaya) 2. A l'échelle des wilayas limitrophes
 3. A l'échelle nationale 4. Etrangère

12. Vos fournisseurs sont ...

1. Locaux (à l'échelle de la wilaya) 2. A l'échelle des wilayas limitrophes
 3. A l'échelle nationale 4. Etrangers

13. Vos concurrents sont...

1. Locaux 2. Nationaux
 3. Régionaux 4. Au niveau mondial
 5. Aucune concurrence

Partie 2 : Contexte générale

14. Vous avez démarré votre entreprise :

- Connaissances familiales et/ou amicales
 Connaissance professionnelles (collègue du travail et autres).
 Proposition d'un organisme d'aide aux entreprises (exemple : incubateur, etc).
 Rencontres à l'origine de l'idée de création. Précisez comment vous vous êtes rencontrés :
.....
 Autre(s), précisez :

15. . Y a-t-il eu dans votre entourage professionnel et/ou personnel des exemples d'entrepreneurs (professions libérales, indépendants, chefs d'entreprise, créateurs d'entreprise ou des personnes ayant eu une expérience entrepreneuriale) ?

- Oui Non (Si, «Non», passez directement à la question 10)

16. Si oui, qui sont-ils ? (Plusieurs réponses sont possibles)?

1. Parents
 2. Frères et/ou sœurs

- 3. Autres membres de la famille
- 4. Amis
- 5. Collègues de travail
- 6. Autre(s),

Précisez :

17. A votre connaissance, globalement ces créations sont-elles des réussites ou des échecs

- 1. Que des échecs
- 2. Une majorité d'échecs
- 3. Un peu des deux
- 4. Une majorité de réussite
- 5. Que des réussites

18. Dans quelle mesure, les personnes les plus importantes à vos yeux, vous ont-elles influencé dans le choix de votre carrière d'entrepreneur ?

1.....2.....3.....4.....5
 Peu influence D'influence modérée Beaucoup d'influence

19. Les personnes qui vous servent de modèle dans votre travail sont des personnes qui :

- 1. Travaillaient pendant plusieurs longues heures
- 2. Passaient plus de temps au travail qu'à la maison
- 3. Continuaient à travailler le soir à la maison
- 4. Discutaient du travail à la maison avec les membres de la famille
- 5. Vous encourageaient à vous intéresser à leurs carrières et leurs affaires
- 6. Vous payaient pour accomplir des tâches au travail quand vous étiez très jeune
- 7. Vous encourageaient à connaître leurs collègues de travail
- 8. Vous ramenaient avec elles aux réunions de travail
- 9. Avaient un mode de vie confortable comme résultat de leurs métiers d'entrepreneurs
- 10. Avaient des discussions significatives avec vous concernant le travail
- 11. Vous encourageaient à choisir un domaine d'étude compatible avec leurs carrières
- 12. Vous apprenaient les détails utiles pour le métier d'entrepreneur
- 13. Vous encourageaient vivement à rejoindre leurs entreprises

20. A votre connaissance, globalement ces créations sont-elles des réussites ou des échecs

- Oui
- Non

21. Juste avant le lancement de votre propre affaire, vous aviez un statut de :

- Employé à temps plein sans emploi dépendant ou profession libérales

Si employé : pendant combien de temps avez-vous été en poste ?

1. Moins d'un an, précisez combien de mois :
2. De un à cinq ans
3. Plus de cinq ans

22. Juste avant le lancement de votre propre affaire, vous aviez un statut de :

- Primaire Lycée Autre. Merci de préciser.....
- Moyen Université. Merci de préciser :

23 Si vous avez bénéficié de formation(s) spécifique(s) en vue de la création de votre entreprise, merci de préciser de quel type de formation il s'agit ?

1. en gestion de production 5. gestion financière
2. en gestion des ressources humaines 6. gestion technique
3. en création d'entreprise 7. en gestion générale
4. en informatique 8. Autre. Merci de préciser

24. Veuillez indiquer si vous appartenez (ou avez appartenu(e)) à une association et quel est votre degré d'implication dans les activités de celle-ci :

1. Association à objectif humanitaire
2. Association d'hommes d'affaires
3. Association d'anciens étudiants
4. Association ou club sportif
5. Association (ou parti) politique

25. Les compétences mobilisées pour la création de votre propre entreprise sont issues de :

1. Votre expérience professionnelle antérieure
2. Votre expérience personnelle
3. Votre formation initiale

Partie 3 : Sensibilité générale et désirabilité

26. Quelles ont été vos motivations pour créer votre entreprise?

- Je prendrai des responsabilités
- J'accéderai à la propriété
- Je désire gérer des hommes et décider
- Je vivrai une situation risquée (relever un défi)
- Je serai autonome (être mon propre chef)
- J'aurai saisi une opportunité
- Je réaliserai un idéal
- Je gagnerai plus d'argent
- J'aurai du pouvoir
- J'aspire à plus de liberté
- Je contrôlerai mon destin
- Je serai autonome financièrement
- J'aurai un emploi et une sécurité
- Je me réaliserai (j'irai jusqu'au bout de mon projet ou idée)

27. Quelles sont les caractéristiques qui vous décrivent le mieux comme entrepreneur

- 1. Compétitif
- 2. Conservateur
- 3. Dynamique
- 4. Innovateur

Partie 4 : Contexte environnemental et faisabilité

28. Lors de la phase de pré démarrage, quels sont les facteurs qui ont influencé votre décision de créer votre entreprise ?

- 1. Conjoncture économique (croissance, récession)
- 2. Taux de chômage
- 3. Demandes de marché
- 4. Existence des technopoles et des pépinières d'entreprises.
- 5. Tendances démographiques
- 6. Technologies disponibles
- 7. Subventions gouvernementales (ex. argent)
- 8. Aides gouvernementales (ex. conseils professionnels)
- 9. Caractéristiques du territoire visé
- 10. Caractéristique de l'emplacement

29. Avant de prendre la décision finale de partir en affaire, comment maîtrisiez-vous les facteurs suivants ? (Veuillez attribuer une note à chaque possibilité)

	Très faible				Très élevé
	1	2	3	4	5
La tendance du marché	1	2	3	4	5
Le volume général de ventes de la future entreprise	1	2	3	4	5
Les besoins en main-d'oeuvre afin d'opérer une telle entreprise	1	2	3	4	5
Le volume minimum de ventes nécessaires pour combler les dépenses	1	2	3	4	5
Le montant d'investissement requis afin de créer l'entreprise	1	2	3	4	5
Les principaux concurrents du secteur	1	2	3	4	5
Les clients intéressés par vos produits (clientèle potentielle)	1	2	3	4	5
La somme de travail que représente la création et la gestion de d'entreprise	1	2	3	4	5
L'importance du rôle de l'innovation dans ce secteur d'activité	1	2	3	4	5
Les principaux fournisseurs de ce secteur	1	2	3	4	5

30. Parmi les propositions des questions n° 28 et n°29, classez les trois principaux facteurs de l'environnement qui ont favorisé la création/démarrage de votre nouvelle entreprise ?

- 1^{er} Choix
- 2^{ème} Choix
- 3^{ème} Choix

31. Parmi les propositions des questions n°28 et n°29, classez les trois principaux facteurs de l'environnement qui ont menacé la création/démarrage de votre nouvelle entreprise ?

- 1^{er} Choix
- 2^{ème} Choix
- 3^{ème} Choix

32. Avez-vous consacré du temps à la recherche d'informations pour mieux formaliser les aspects suivants de votre projet d'entreprise?

(Veuillez attribuer une note à chaque possibilité)

	Pas du tout				Beaucoup
Disponibilité des ressources (humaines, équipements, produits, fournitures)	1	2	3	4	5
Le marché potentiel	1	2	3	4	5
Le produit ou service à offrir	1	2	3	4	5
Spécificités des fournisseurs	1	2	3	4	5
Le montage d'un plan d'affaire	1	2	3	4	5
Emplacement requis	1	2	3	4	5
Analyse de la concurrence	1	2	3	4	5

33. Lors de la phase de pré démarrage, indiquez les raisons pour lesquelles vous avez contacté les organismes/personnes ressources suivants :

(Veuillez encerclez la lettre correspondant à votre choix., plusieurs réponses sont possibles)

	Obtention des ressources : F(Financières) M(Matérielles) H (Humaines)	Obtention des compétences : G (de gestion) E(Entrepreneuriales) T (Techniques) J (juridiques et administratives)	Support et Encouragement	Informations ou conseils affaires et/ou le secteur d'activités	Ne s'applique pas
	F M G	G E T J			
Famille Collègue(s) de travail Patron Amis personnels Autres entrepreneurs Personnels d'institutions financières (ex : banques) Avocats ou notaire Comptables Fonctionnaires Fournisseurs Clients Centre d'aide aux entreprises Groupes de soutien aux initiatives jeunes Organisations professionnelles					
Autre(s) personne(s), précisez :					
Autre(s) organisme(s), précisez :					

34. Ressources obtenues lors de la création de votre entreprise?

- 1. Disposer de compétences en matière de création d'entreprise
- 2. Disposer de compétences techniques (savoir-faire)
- 3. Disposer de capacité à créer et gérer un réseau d'affaires
- 4. Disposer de compétences en matière de gestion d'entreprise des hommes et des équipes
- 5. Disposer de compétences dans les domaines administratif et juridique
- 6. Disposer de formation en apprentissage
- 7. Trouver des personnes compétentes pour vous aider et vous conseiller
- 8. Obtenir une aide financière (subvention, prêt, etc.)
- 9. Bénéficier de démarches administratives allégées
- 10. Intégrer des structures publiques d'aide à la création et d'accompagnement des entrepreneurs
- 11. Avoir accès à une bourse d'idées proposant des projets à développer
- 12. Avoir accès à des réseaux locaux et aux supports d'élites sociopolitiques

35. Lors de la création de votre entreprise, dans quelle mesure les affirmations suivantes vous correspondaient le mieux?

- 1. Le cas échéant, réussir la création d'entreprise vous paraissait faisable
- 2. Vous étiez sûr de la réussite de votre entreprise
- 3. Vous aviez confiance en votre capacité à réussir un projet de création d'entreprise et d'assurer son aboutissement
- 4. Vous pensiez que réussir la création d'une entreprise dépend de votre volonté

36. Quel était l'élément déclencheur qui vous a incité à créer votre entreprise ?

- 1. Rétrogradation (dont : chômage, impossibilité de trouver un travail, licenciement)
- 2. Une mutation à l'extérieur (transfert)
- 3. L'insatisfaction au travail
- 4. Une remise en question
- 5. Saisir d'une opportunité
- 6. Une offre de support financier
- 7. Une offre d'un client potentiel
- 8. Un offre d'une partenaire (collègue, client, ami)
- 9. La fin des études
- 10. La fin de contrat(s) projet
- 11. Le retour au travail
- 12. Etre disposé financièrement et professionnellement
- 13. Envie de changer de métier, d'environnement de travail
- 14. Envie d'essayer quelque chose de nouveau
- 15. Prendre de nouvelles responsabilités
- 16. L'occasion de s'enrichir financièrement

37. D'où vient l'idée de votre projet ? (Plusieurs réponses sont possibles)

- 1. De la PME où je travaillais
- 2. De la grande entreprise où je travaillais
- 3. Un passe-temps (loisirs)
- 4. Un deuxième emploi
- 5. Association avec un inventeur
- 6. Une innovation
- 7. Une recherche active d'opportunité
- 8. Existence d'un marché potentiel
- 9. Une demande spécifique d'un client
- 10. Suite à des rencontres avec des entrepreneurs et/ou des professionnels
- 11. Suite à un projet mené pendant une formation antérieure
- 12. Suite à un projet mené dans un cadre associatif
- 13. Suite à un emploi, à un stage
- 14. En lisant la presse spécialisée
- 15. Suite à un séjour à l'étranger
- 16. Suite de(s) formation(s) spécifiques à
- 17. l'entrepreneuriat et à la création d'entreprise
- 18. Autre(s), merci de préciser :.....

Merci d'avoir bien voulu répondre à ce questionnaire.

Enfin, si vous désirez ajouter des remarques sur ce questionnaire, nous faire part de votre expérience dans la création de votre entreprise, ou encore de vos réflexions concernant ce domaine, vous pouvez utiliser la page ci-après.

Résumé

La croissance d'une économie dépend de stock des entrepreneurs dont dispose cette même économie. Ils sont présentés comme des personnes capables de stimuler la croissance et la productivité d'une économie. De ce fait, l'objectif de ce travail est d'identifier les facteurs influençant la création d'entreprises dans la wilaya de Bejaia par secteur d'activité pour permettre aux pouvoirs publics de créer un climat favorable à l'investissement afin de soutenir les dynamiques entrepreneuriales, et ce par une enquête effectuée auprès de quatre vingt entreprises. Les resultats obtenues indiquent que les déterminants à la création d'entreprises tiennent compte, par nature, des spécificités sectorielles. Certains d'entre eux devraient donc avoir un impact différent dans un secteur à un autre.

Mots clés : entrepreneuriat, facteurs, création d'entreprises, capital humain, capital social, entrepreneur.

Summary

he growth of an economy depends on the stock of entrepreneurs that the same economy has. They are presented as people who can stimulate the growth and productivity of an economy. Therefore, the objective of this work is to identify the factors influencing the creation of enterprises in the Bejaia by sector of activity to allow the authorities to create a favorable climate for investment to support the entrepreneurial dynamics, through a survey of eighty companies. The results obtained indicate that the determinants of start-ups take into account, by their nature, sectoral specificities. Some of them should therefore have a different impact in one sector to another.