

**Université Abderrahmane Mira de Bejaia**

**Faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion**

**Département des sciences de gestion**



**Mémoire de fin de cycle**

**En vue de l'obtention du diplôme de master en sciences de gestion**

**Option : Entrepreneuriat**

---

**La motivation entrepreneuriale : comparaison entre genre féminin et masculin  
enquête sur la wilaya de Bejaïa**

---

Présenté par :

AKKOUR Mohamed redha

Encadré par :

Mr ADJOUT Samir

Promotion Juin 2019

## Dédicaces

« Si un jour mes enfants pensent de  
Moi, ce que je pense de mes parents.  
J'aurai réussi ma vie. »

C'est avant tout, à eux que je dédie ce travail.

A mes frères Yanis, Doudine, Nonor.

A ma famille.

A tous ceux qui me sont chers.

## **Remerciements**

Sans l'appui de certaines personnes, ce travail ne serait sans doute pas réalisé. A cet effet, je tiens à remercier tous ceux et toutes celles qui ont contribué de près ou de loin à sa réalisation.

Mes remerciements s'adressent à :

Mr ADJOUT Samir, directeur de ce mémoire, celui qui m'a encadré et dirigé tout au long de mon travail, pour l'aide et le temps qu'il a bien voulu me consacrer. Je ne la remercierai jamais assez pour sa patience et sa disponibilité, qu'il trouve en ces lignes l'expression de ma gratitude, et ma loyauté éternelle.

Aux entrepreneurs et porteurs de projets qui ont accepté de faire partie de l'échantillon et de répondre à mes questions.

A mes parents, mes frères, mes cousins pour leur appui et leur soutien moral qu'ils trouvent ici toute ma reconnaissance.

A tous mes proches et amis (es) qui m'ont toujours soutenu et encouragé au cours de la réalisation de ce mémoire, en particulier mon groupe de Master avec qui j'ai passé des moments inoubliables et gagné une expérience riche.

Merci à Dieu de m'avoir donné la force et le courage de mener à terme ce travail

## Liste des abréviations

**ANAT** : Agence Nationale de l'Aménagement Territorial

**ANDI** : Agence Nationale de Développement des Investissements

**ANGEM** : Agence Nationale de gestion du Micro-crédit

**ANSEJ** : Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes.

**APSI** : Agence de Promotion de soutien et de Suivi des Investissements

**BTP** : Bâtiments et Travaux Publics

**CALPI** : Comités d'Assistance, de Localisation et de Promotion des Investissements

**CAM** : Chambres de l'Artisanat et des Métiers

**CNAC** : Caisse National d'Assurance-Chômage

**CNAS** : Caisse Nationale d'Assurance Sociale

**CNRC** : Centre national du registre de commerce

**DPAT** : Direction de la Planification et l'Aménagement du Territoire

**EPE** : Entreprise Publique Economique

**EPIC** : Etablissement Public à caractère Industriel et Commercial

**EURL** : Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée

**FGAR** : Fonds de Garantie des prêts bancaires accordés aux PME

**INAPI** : Institut National Algérien de la Propriété Industrielle

**OCDE** : Organisation de Coopération pour le Développement économique

**OMC** : Organisation Mondiale du Commerce

**ONS** : Office National des Statistiques

**PE** : Petite Entreprise

**PIB** : Produit Intérieur Brut

**PIC** : Pérennité, Indépendance, Croissance

**PME** : Petite et Moyenne Entreprise

**SARL** : Sociétés à Responsabilité Limitée

**SNC** : Sociétés en Nom Collectif

**SPA** : Sociétés Par Actions

**TPE** : Très Petite Entreprise

**ERD** : besoins existentiels, besoins relationnels et besoins de développement

**ERG** : Existence, Relatedness & growth

# SOMMAIRE

<b>Introduction générale</b>	<b>05</b>
<b>Chapitre I : entrepreneuriat : cadre conceptuel et fondements théoriques</b>	<b>09</b>
Introduction	09
1- Histoire, éclatement, définition et importance de l'entrepreneuriat	10
2- L'entrepreneur : définition, motivations et caractéristiques	21
Conclusion	28
<b>Chapitre II : La motivation et le genre : cadre conceptuel</b>	<b>29</b>
Introduction	29
1- La motivation entrepreneuriale : fondements théoriques	30
2- Le genre en entrepreneuriat : cadre conceptuel	40
Conclusion	48
<b>Chapitre III : Réalités entrepreneuriale en Algérie : cas de la wilaya de Bejaïa</b>	<b>49</b>
Introduction	49
1- Bejaia : infrastructure et fondements économique-historique	<b>50</b>
2- Données globales concernant la wilaya de Bejaïa	54
Conclusion	62
<b>Chapitre IV : Analyse des résultats de l'enquête</b>	<b>63</b>
Introduction	63
1- Méthodologie de la recherche	64
2- Analyse des résultats de l'enquête	68
Conclusion	85
<b>Conclusion générale</b>	<b>86</b>
<b>Bibliographie</b>	
<b>Liste des tableau et figures</b>	

## Introduction générale

Appréhender la conception de la motivation c'est ce a fait l'objet de nos premières investigations. En prime abord, c'était au sein des organisations que l'on s'est intéressé aux liens pouvant exister entre les environnements de travail et les attitudes des individus. Ces recherches ont fait l'objet d'approfondissements au cours de travaux consacrés à l'identité des personnes et à leur niveau d'implication. Les études sur la motivation des créateurs sont des éléments importants pour la compréhension de la motivation des individus à s'engager dans des projets. Les enquêtes menées auprès des personnes, des TPE, PE et des PME ont constitué les premières approches de la motivation entrepreneuriale. Cette dernière s'affiche comme un élément explicatif dans l'analyse des causes des disparités qui existent dans le dynamisme de la création d'entreprise. La recherche sur un domaine aussi vaste que l'entrepreneuriat suppose que l'on s'appuie sur un cadre de référence qui nous permet d'approfondir la connaissance. Bien que ce cadre ne soit pas figé, il a pour intérêt d'apporter des hypothèses de travail qui forment une assise pour des études plus spécifiques.

Le développement de la motivation entrepreneuriale, et la recherche en entrepreneuriat est un phénomène très récent en Algérie. En effet la plupart des PME Algériennes sont née à partir des années 80 à l'essor de la nouvelle politique économique mise en place pour instaurer des règles de l'économie de marché, et axer sur la promotion de l'entreprise. Les recherches quand elles sont plus récentes, la plupart repose sur des études de chercheurs américain ou français tel qu'Alain Fayolle, Bertrand saporta ou Thierry Verstraete, et plusieurs autres auteurs du même domaine qui ont apporté plusieurs définitions à la notion dont Thierry Verstraete<sup>1</sup> qui selon ses termes, l'entrepreneuriat se définit comme un phénomène combinant un individu a une organisation, et l'un se définit par rapport à l'autre et vice versa. Ainsi, le terme entrepreneuriat décrit une relation symbiotique entre un entrepreneur et une organisation : l'entrepreneur agit, structure et engage son environnement à des fins socio-économiques. Son action induit du changement et conduit une modification partielle d'un ordre existant. L'entrepreneur construit son ordre. Celui-ci ne lui est profitable (pas seulement économiquement) que si l'ordre socio-économique dans lequel il s'insère y trouve également un intérêt et en tire de la valeur. Le terme entrepreneuriat est parfois utilisé, dans les revues spécialisées, pour designer la notion de « création d'entreprise »

---

(1) Verstraete Thierry, 2000, Histoire d'entreprendre-les réalités de l'entrepreneuriat, édition EMS, P1

L'étude du phénomène de la motivation entrepreneuriale en Algérie revient dans notre cas à s'intéresser au porteur de projet dans le secteur de la TPE PE PME et des personnes physiques. Notre choix est fait suite à l'engouement dont fait l'objet ce secteur ces dernières années en matière de création d'entreprises. Cela dit, Plusieurs mesures ont été prises, suite à quoi des institutions tel l'ANSEJ, ANGEM, CNAC DPAT ... ont été créés dans le but de soutenir les initiatives et dispositions individuelle, à Bejaïa et dans plusieurs autres wilayas du pays.

La wilaya de Bejaia comme nous allons le voir dans le chapitre trois consacré aux statistiques concernant la création d'entreprise, et le tissu économique de cette dernière nous démontre l'importance et le volume de ce tissu, qui classe la wilaya de Bejaïa parmi les 10 premières wilayas du pays. En termes de nombre d'entreprises privées, wilaya qui fait partie des régions qui jouissent d'un certain pouvoir d'attractivité et de compétitivité

### **L'objectif de la démarche :**

La présente synthèse n'a pas pour but de définir le model général de la motivation entrepreneuriale, elle s'affiche comme étant une présentation de la motivation à entreprendre à savoir la comparaison des motivations des deux genre féminin et masculin, et conduit à l'analyse exhaustive des limites des facteurs psychologiques et opportunités environnementales sociétales et personnelles qui affecte un porteur de projet.

Pour répondre à notre question principale complétée par une question subsidiaire et vérifier nos hypothèses de recherche, notre travail est fondé d'une part, sur une recherche et une étude documentaire, basée sur la consultation des différents documents nécessaires pour la compréhension des concepts et logiques relatives à notre thématique. D'autre part, sur l'exploitation des divers documents fournis par les dispositifs (CNAS, ANSEJ...ETC) de la wilaya de Bejaïa, accompagné d'une enquête de terrain réalisée par le biais des entretiens et questionnaires remis à un groupe de femmes et hommes entrepreneurs.

L'objectif de ce travail de recherche est de : découvrir et analyser les différents facteurs qu'ils soient psychologiques, socioculturels ou personnels, qui poussent au faite ou qui motive une femme ou un homme à devenir porteur de projet et se lancer dans la création d'une entreprise. Pour y parvenir, nous passeront par l'étude de la motivation psychanalytique, et origine de la motivation et de la motivation entrepreneuriale en générale, ensuite à l'étude de l'aspect sexe biologique et genre. Mais d'abord on essayera de cerner le contexte entrepreneurial des créateur et porteur de projet au niveau de la wilaya de Bejaïa.

Le choix de ce sujet est motivé d'une part, par la volonté de comprendre la notion de la motivation à l'entrepreneuriat et la volonté de porter un projet et créer une entreprise au niveau de la wilaya de Bejaïa, d'évaluer et comprendre l'implication des facteurs sexe biologique et genre des entrepreneurs et des personnes créateurs d'entreprises, et de voir l'apport des entreprises créées sur le territoire de la wilaya de Bejaïa. D'une autre part, c'est l'originalité de notre travail qu'on a expliqué pour continuer dans cette démarche. Ainsi, la notion du genre et sexe biologique retient particulièrement notre attention, par le peu d'initiatives enregistrées dans ce domaine et par les possibilités de développement qu'il peut générer.

### **Problématique de recherche :**

Quand un individu est un entrepreneur qu'il soit homme ou femme, il est appelé à se déplacer et faire le suivi de ces affaires, quel qu'en soit l'heure ou l'endroit. Il doit rencontrer des gens qu'il ne connaît pas, négocier des contrats, faire la navette entre plusieurs endroits et chercher l'information là où elle se trouve. Dans un même contexte, il est tenu de prendre ses décisions indépendamment parce que c'est le seul et le premier représentant de son entreprise. Sur un second volet l'entrepreneur doit accéder à un accompagnement qui soit adapté à la fois à ses besoins et aux besoins de son projet. La notion de l'entrepreneuriat était d'abord asexuée, non liée à la notion du genre, contre certaines visions qui font que l'entrepreneur est logiquement un homme et que, une femme est un être incapable d'entretenir un projet de travail individuel, ou d'aborder le domaine des affaires économiques souvent réservé à l'homme, la recherche à ce sujet est une révolution.

En Algérie, il y a 1.96 million de chef d'entreprise selon la CNRC, seulement 6% de chiffre représente le nombre de chefs d'entreprise femme. Un chiffre en évolution due au changement de génération, des idées et des volontés, car indépendamment de cet état de fait, la femme par ses capacités physiques, psychologiques et intellectuelles, cherche à exploiter ses idées dans le domaine des affaires et d'en profiter pour créer son propre projet d'entreprise. Ce qui nous amène à nous poser la problématique suivante : **Le genre est-il une variable de différenciation en terme de motivation entrepreneuriale ?**

La réponse à cette question principale, nous amène à s'interroger, notamment sur les facteurs qui incitent favorablement, les hommes et les femmes à s'inscrire dans une démarche entrepreneuriale. Nous tenterons également de détecter les facteurs pouvant les pousser dans la création d'entreprise, comme une piste professionnelle forcée. La nature des motivations : économique, sociale, personnelle feront également l'objet de ce travail.

### **Hypothèses de recherche :**

Notre travail de recherche repose sur les hypothèses suivantes, que nous sommes appelés à vérifier :

**Hypothèse 1.** La motivation entrepreneuriale des hommes et des femmes est différente.

**Hypothèse 2.** Les hommes sont plutôt orientés vers des activités entrepreneuriales pour des motifs économiques.

**Hypothèse 3.** Les femmes s'inscrivent dans le domaine entrepreneurial pour des raisons personnelles et sociales.

### **Structure du mémoire :**

Afin d'apporter les éléments de réponse à notre problématique et de confirmer ou infirmer nos hypothèses. On a réparti notre travail en quatre chapitres et chacun d'eux contient deux sections

L'objet de notre premier chapitre est de présenter certaines clarifications des concepts relatifs à l'entrepreneuriat, l'entrepreneur, l'esprit d'entreprise et la création d'entreprise.

Le deuxième chapitre portera sur la présentation du concept de la motivation entrepreneuriale ces fondements théoriques ainsi que la concept d'une vision genre et sexe biologique. Qu'on appliquera en cours d'étude de terrain à la wilaya de Bejaïa.

Quant au troisième chapitre, il portera sur la réalité de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Bejaïa, la présentation des différents chiffres et donnée récoltée a partir des organismes tel CNAS ou ANSEJ portant sur les PME crée dont dispose la wilaya de Bejaïa.

L'objet du dernier chapitre s'articule autour de l'enquête que nous mènerons auprès d'un échantillon d'entrepreneurs dans la wilaya de Bejaïa. Les résultats nous permettront de répondre aux préoccupations de notre problématique. Les éléments essentiels de ce chapitre concerneront la présentation de la méthodologie à suivre dans l'accomplissement de l'enquête et l'analyse des résultats obtenus de cette enquête.

# CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT, CADRE CONCEPTUEL ET FONDEMENTS THEORIQUES

## Introduction

L'entrepreneuriat trouve son point de départ dans les sciences économiques, puis la recherche sur le management de projet, à partir de là, on a pu observer un bigbang dans le champ de la recherche en entrepreneuriat.

Souvent aperçu comme discipline scientifique, un objet d'enseignement tout aussi comme de débats politique, économique, l'entrepreneuriat est mis à table à tous les niveaux, son importance est claire, et devient au jour d'aujourd'hui un enjeu majeur pour tout économie et pays.

En dépit des multiples approches scientifique possibles pour tenter de comprendre l'entrepreneuriat, ce phénomène comprend toujours une face cachée, des zones d'obscurités, et c'est son caractère protéiforme qui constitue cet état de fait.

Ce chapitre pose le cadre conceptuel et les fondement théorique de la présente étude. Il est subdivisé en deux sections. La première section présentera le cadre conceptuel de la notion de l'entrepreneuriat. La deuxième section au pour objet de faire l'esquisse du cadre général de la notion de « la motivation entrepreneuriale ».

L'entrepreneuriat se dit comme tant comme une fonction qui joue un rôle moteur dans la croissance économique, qu'un avènement induit par des facteurs sociaux-culturels ou l'entrepreneur est le personnage central du développement économique, cet ensemble de fait-présent fait qu'une sphère de chercheurs contemporains ont élaboré plusieurs théories afin d'expliquer ce phénomène.

# CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT, CADRE CONCEPTUEL ET FONDEMENTS THEORIQUES

## 1. Histoire, éclatement, définition et importance de l'entrepreneuriat

### 1.1. Histoire de l'entrepreneuriat<sup>1</sup> :

Il a eu à signaler en prime abord que les fondements de l'entrepreneuriat sont issus des sciences économiques, en effet, l'histoire a retenu que Richard Cantillon était le premier à mettre la lumière sur le concept et fera ses premières apparitions dans la littérature économique.

C'est en 1935 avec Joseph Schumpeter que l'entrepreneur et l'entrepreneuriat se retrouvent au-devant de la scène. Et celui-ci sera qualifié aujourd'hui Selon L. J. Fillion (1997) comme le père du l'entrepreneuriat

A partir de là, la discipline a été analysé par de différents angles qui se projetait sur différents courant de pensées, tout d'abord :

#### 1.1.1. Les économistes :

La croyance populaire a souvent attribué l'origine de l'entrepreneuriat aux sciences économiques. Deux auteurs généralement identifié comme étant les pionniers du domaine, Cantillon et Say, laisse apparaitre a des auteurs qui s'intéressait tant à l'économie qu'aux entreprises, à leur création, leur développement et leur gestion<sup>2</sup>.

On observe, à partir des écrits de Cantillon et Say, que leur intérêt a l'entrepreneuriat ne facilite pas sa classification dans une discipline donnée, quand l'entrepreneuriat prend son envol en 1935 J. Schumpeter a clairement associé l'entrepreneuriat à l'innovation.

*« L'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la perception et l'exploitation de nouvelles opportunités dans le domaine de l'entreprise...cela a toujours à faire avec l'apport d'un usage différent de ressources qui sont soustraites de leur utilisation naturelle et jettes à de nouvelles combinaisons »<sup>3</sup>*

Non seulement Schumpeter associe l'entrepreneur et l'entrepreneuriat a l'innovation, mais l'ensemble de son œuvre imposante démontre leur importance pour expliquer le développement économique.

---

<sup>1</sup> FAYOLLE. A, 2005, « Introduction à l'entrepreneuriat » », édition Dunod, paris, page 10.

<sup>2</sup> FILION L-J, 1997, « le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », Revue internationale PME, vol. 10, no 2, page 4-6.

<sup>3</sup> FILION L-J, (1997), Ibid. p4.

## **CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT, CADRE CONCEPTUEL ET FONDEMENTS THEORIQUES**

Comprendre ou mieux cerner le rôle que joue l'entrepreneur en tant que dynamo du système économique était le principal objectif des théories formulées par les économistes. En ce sens, ils voient l'entrepreneur comme un "dénicheur" d'opportunités d'affaires, un créateur d'entreprises qu'un preneur de risques, F. Hayek a montré que le rôle de l'entrepreneur consistait à informer le marché des nouveautés qu'il offre. Knight quant-à-lui a avancé que l'entrepreneur endosse un risque à cause de l'état d'incertitude dans lequel il évolue et qu'il est rémunéré en contrepartie par un profit issu de l'activité exercée.

B.F. Hoselitz a parlé d'un niveau de tolérance plus élevé à travailler dans des conditions d'ambiguïté et d'incertitude chez les entrepreneurs.

Casson fera une tentative intéressante pour mettre au point une théorie où sont associés entrepreneurs et développement économique. Il y insiste sur la dimension de la coordination de ressources et de la prise de décision.

En économie l'entrepreneuriat et l'entrepreneur sont sujet omniprésent, cependant on l'a peu ou point intégré dans les modèles classiques de développement économique. Lorsqu'on l'a fait, l'entrepreneur est représenté par une fonction. Les économistes qui se sont intéressés à l'entrepreneur demeure la plupart du temps des marginaux. Comme dans d'autres disciplines d'ailleurs, Si on voulait faire une synthèse des principaux courants de pensée en économie concernant l'entrepreneuriat on serait amené à accepter la suggestion de W. Baumol et faire référence à deux catégories d'entrepreneur : le gestionnaire d'entreprise et l'innovateur. Le premier représenté par les classiques et décrit par Say, Knight et Kirzner, et le second représentait l'entrepreneur type de Schumpeter.

### **1.1.2. Les behavioristes :**

Le behaviorisme est identifié comme un paradigme de la psychologie scientifique selon lequel le comportement observable est essentiellement conditionné essentiellement par l'histoire des interactions de l'individu avec son environnement<sup>4</sup>.

L'appellation "Behavioriste" inclut, les psychologues, sociologues et autres spécialités du comportement humain. Max Weber. Sociologue notoire, un des premiers à s'être intéressé à cette discipline, a identifié le système de valeur comme un élément fondamental pour expliquer le comportement des entrepreneurs, il les voyait comme des innovateurs. Des gens indépendants avec une absence d'autorité formelle de par leur rôle de dirigeant d'entreprise.

## CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT, CADRE CONCEPTUEL ET FONDEMENTS THEORIQUES

Et c'était vers les années cinquante du 19ème siècle, que les sciences du comportement atteignent les firmaments notamment grâce à D. McClelland, celui-ci qui s'est essentiellement penché sur l'histoire afin d'expliquer le pourquoi des grandes civilisations, suite à quoi il a défini l'entrepreneur comme étant :

*« Un entrepreneur est quelqu'un qui exerce un contrôle sur une production qui ne sert pas qu'à sa consommation personnelle »<sup>5</sup>*

### 1.2.L'éclatement de l'entrepreneuriat<sup>6</sup> :

1980. Une parcelle du temps moderne marqué par, la première publication d'une encyclopédie qui présente l'état des connaissances liées au domaine de l'entrepreneuriat, et le premier grand colloque annuel, celui de Babson dédié exclusivement à la recherche dans cette discipline émergente. Une période qui s'est caractérisé par une émergence sans précédent de docteurs et chercheurs, ceci dit la plupart d'entre eux, à savoir ceux qui s'intéressait au domaine viennent de disciplines autre que l'entrepreneuriat, cependant l'activité de recherche et d'enseignement entrepreneuriale était une activité connexe a leurs activités principale et n'était vraiment leur principal centre de recherches, et plus en plus de ces chercheurs consacre tant et plus de temps et intérêt à cette discipline face à la progression de la création d'entreprise, chose faite en vue de suivre l'évolution et les besoin des étudiant ainsi que les clients qui baigne dans la sphère entrepreneuriale.

---

<sup>4</sup> FILION L-J, (1997), Idem., p7

<sup>5</sup> KAWASAKI. G, 2009, « La réalité de l'entrepreneuriat », Edition Diatino, Paris, p18.

<sup>6</sup> FILION L-J, (1997), Op. Cite, 11.

## CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT, CADRE CONCEPTUEL ET FONDEMENTS THEORIQUES

### 1.3. Définition de l'entrepreneuriat

Le concept « Entrepreneuriat » a été défini par plusieurs auteurs, de part de points de vues différents, les auteurs ont développé des définitions diverses du concept.

Une des définitions les plus courantes de l'entrepreneuriat consiste à l'associer, parfois de façon synonymique, à la création d'entreprise. Comme le souligne Verstraete dans sa définition

*« L'entrepreneuriat est un phénomène conduisant à la création d'une organisation impulsée par un ou plusieurs individus s'étant associés pour l'occasion »<sup>7</sup>.*

Devenue aujourd'hui le mot d'ordre en matière de développement. Cette création, se base principalement sur le fait que l'entrepreneur est considéré comme la clef de cette richesse par son travail et à la décision de création, la mobilisation et l'allocation de ressources, la recherche d'opportunités, et la recherche de la position la plus profitable pour son entreprise.

Selon Julien et Marchesnay (1997) « *Le vocabulaire d'entrepreneuriat dans la littérature tourne généralement autour de trois concepts : l'entrepreneur, l'esprit d'entreprise, et la création d'entreprise* »<sup>8</sup>.

Nous déduisons donc par cela, que l'entrepreneuriat est un arrangement entre un individu et une organisation. L'un se définit par rapport à l'autre et vice versa. Ainsi le terme d'entrepreneuriat décrit une relation entre un entrepreneur et son entreprise, comme le signale Julien et Marchesnay.

---

<sup>7</sup> VESTRAETE. T, FAYOLLE. A, 2005, « paradigmes et entrepreneuriat », revue de l'entrepreneuriat, vol 4, n°1, P 37.

<sup>8</sup> JULIEN P-A et MARCHESNAY M, 1997 « Economie et stratégies industrielles », Edition Economica, p 26.

## CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT, CADRE CONCEPTUEL ET FONDEMENTS THEORIQUES

Fayolle et Filion pensent que « *L'entrepreneuriat : est le processus par lequel des personnes prennent conscience que le fait de posséder leur propre entreprise constitue une option ou une solution viable, ces personnes pensent à des entreprises qu'elles pourraient créer, prennent connaissance de la marche à suivre pour devenir un entrepreneur et se lancent dans la création et le démarrage d'une entreprise* »<sup>9</sup>.

La création d'entreprise est tant un moyen de lutte contre le chômage qu'une source très importante d'innovation. Cette notion est un paradigme dans la construction de l'acte entrepreneuriale.

L'entrepreneuriat conduit beaucoup de changements dans les marchés et les secteurs de l'économie parce que de nouveaux produits arrivent pour remplacer les anciens (la destruction créatrice), cette compréhension se doit beaucoup à l'économiste Josef Schumpeter, d'après lui « *Un entrepreneur est une personne qui veut et qui est capable de transformer une idée en une innovation réussie* »<sup>10</sup>

Il y a eu aussi que « *L'entrepreneuriat est une dynamique de création et d'exploitation d'une opportunité d'affaires par un ou plusieurs individus via la création de nouvelles organisations à des fins de création de valeur* »<sup>11</sup> dit Rachid Zammar

Par extension a ces définitions on peut donc dire que l'entrepreneuriat est une activité qui émane vers l'introduction de nouveaux biens et services, de nouvelles structures d'organisation et de nouveaux marchés, grâce aux actions de recherche, d'évaluation et l'exploitation de nouvelles idées et d'opportunités, la prise de décisions modérément risquées, par des moyens existants ou qui éventuellement, n'existaient pas auparavant.

Néanmoins Fayolle et Verstraet (2005) pensent que l'entrepreneuriat est un domaine trop complexe et trop hétérogène pour se limiter à une seule définition. Ils proposent donc de classer les différentes définitions avancées par les auteurs selon quatre courants de pensée ou paradigmes.<sup>12</sup>

<sup>9</sup> BERREZIGA A et MEZIANE A, 2005, « La culture entrepreneuriale chez les entrepreneurs algériens », Colloque National sur les stratégies d'Organisation et d'Accompagnement des PME en Algérie ». P2.

<sup>10</sup> BERBER. N, 2014, : « L'entrepreneuriat en Algérie », Mémoire de Magister en Management, Université d'Oran, page 14.

<sup>11</sup> ZAMMAR. R, 2009, « Conférence « Initiation à l'entrepreneuriat », Université Mohammed V, Rabat, page 8

<sup>12</sup> JANSSEN. F, JULIEN. P-A, 2016 : « Préface, Entreprendre : une introduction a l'entrepreneuriat », Edition Boeck Supérieur, Paris, Page 32

## CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT, CADRE CONCEPTUEL ET FONDEMENTS THEORIQUES

**1.3.1. Le paradigme de l'opportunité d'affaires :** est une perspective qui définit l'entrepreneuriat comme étant la capacité à évaluer, créer ou à repérer des opportunités et à les exploiter (Shane et Venkataraman, 2000).

Elle y associe parfois d'autres notions, telles que la capacité à réunir les ressources pour poursuivre l'opportunité. Elle s'intéresse aux sources des opportunités, au processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation de celles-ci, ainsi qu'aux individus qui les découvrent, les évaluent et les exploitent.

**1.3.2. Le paradigme de l'émergence organisationnelle :** Selon Gartner (1990) c'est un courant de pensée qui ne se limite pas seulement à la création d'une entreprise.

**1.3.3. Le paradigme de la création de valeur :** Cette approche définit l'entrepreneuriat comme un phénomène ou un processus créant de la valeur (Bruyat et Julien, 2001), qu'elle soit individuelle, économique ou sociale. Les travaux portant sur le lien entre l'entrepreneuriat et la croissance économique peuvent être rattachés à ce paradigme.

L'individu est une condition nécessaire pour la création de valeur, il en détermine les modalités de production, l'ampleur... Il en est l'acteur principal. Le support de la création de valeur, une entreprise par exemple, est la « chose » de l'individu, nous avons :

INDIVIDU —> CREATION DE VALEUR

La création de valeur, par l'intermédiaire de son support, investit l'individu qui se définit, pour une large part, par rapport à lui. Elle occupe une place prépondérante dans sa vie (son activité, ses buts, ses moyens, son statut social, ...), elle est susceptible de modifier ses caractéristiques (savoir-faire, valeurs, attitudes, ...), nous avons :

---

CREATION DE VALEUR —> INDIVIDU

Le système entrepreneurial ainsi décrit (création de valeur —> individu) est en interaction avec son environnement et se trouve « embarqué » dans un processus par rapport auquel le temps constitue une dimension incontournable<sup>13</sup> (Bruyat et Julien, 2001).

## CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT, CADRE CONCEPTUEL ET FONDEMENTS THEORIQUES

### 1.3.4. Le paradigme de l'innovation :

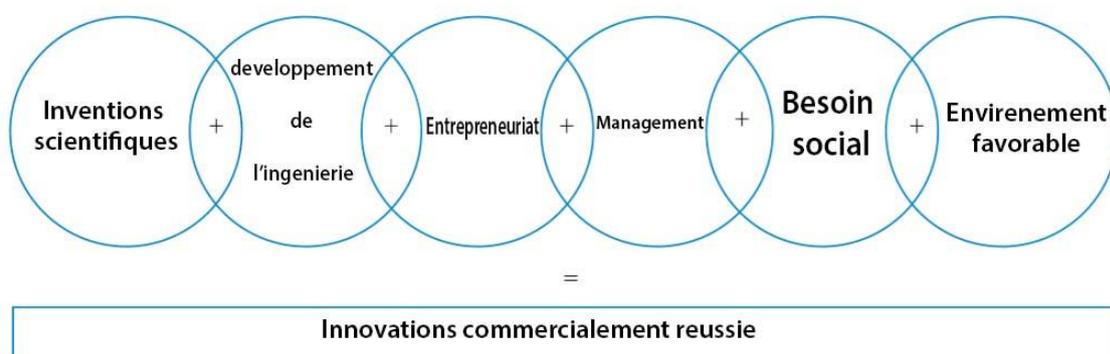
Selon Carland, Hoy, Boulton et Carland (1984), l'innovation est ce qui distingue les entrepreneurs des managers.

Dans la lignée des travaux de Schumpeter, ce courant accorde une importance capitale à l'innovation dans la définition de l'entrepreneuriat (Julien et Marchesnay, 1996 et Drucker, 1985). Pour Carland (1984), l'innovation permettrait également de différencier les entrepreneurs des propriétaires-dirigeants de PME, L'innovation peut prendre de nombreuses formes différentes (nouveaux produits ou services, nouvelles sources de matières premières, nouvelles méthodes de production, de distribution ou de vente, nouveaux marchés, nouvelle organisation...), mais c'est elle qui constituerait le fondement de l'entrepreneuriat.

Parmi les auteurs particulièrement intéressés par le paradigme de l'innovation en entrepreneuriat figurent ceux ayant travaillé sur les entreprises technologiques (création d'entreprise high-tech par ex) et la valorisation économique des travaux de recherche. Ici, l'innovation est la source du développement économique et dépasse généralement la seule mise sur le marché de produits ou de services innovants par une firme établie. Sa réalisation nécessite en effet d'entreprendre.

L'entrepreneuriat peut alors se réduire à une étape d'un processus plus large, comme le schématise Martin (1994) :

Figure 1. l'équation de la chaîne d'innovation ( martin 1994 )



Source : VESTRAETE. T, FAYOLLE. A, 2005, « paradigmes et entrepreneuriat », revue de l'entrepreneuriat, vol 4, n°1, P 43

## **CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT, CADRE CONCEPTUEL ET FONDEMENTS THEORIQUES**

### **1.4. Les différentes approches dominantes dans la recherche entrepreneuriale**

#### **1.4.1. Approche centrée sur les individus**

L'approche centrée sur les individus ou approche descriptive appelée également, approche par les traits. Consiste à repérer les traits de personnalité et les caractéristiques qui définissent la personnalité de l'entrepreneur. L'hypothèse principale derrière cette école de pensée est que les entrepreneurs possèdent des traits de personnalité, des attributs personnels et un système de valeurs qui les prédisposent à une activité entrepreneuriale et les distinguent des autres individus (les non-entrepreneurs)<sup>13</sup>.

Les chercheurs des années 80 ont essayé d'avancer certaines caractéristiques psychologiques et des traits de personnalité qui caractérisent les entrepreneurs qui réussissent. L'approche par les traits de personnalité a essayé d'appuyer un profil psychologique typique de l'entrepreneur, en partant du principe que les personnes qui possèdent les mêmes caractéristiques que les entrepreneurs sont plus susceptibles d'avoir ce potentiel à agir de manière entrepreneuriale, contrairement aux personnes qui ne possèdent pas ces caractéristiques. Les chercheurs ont donc procédé par la recherche de déterminants du comportement (besoins, attitudes, croyances et valeurs spécifiques). L'entrepreneur et le non entrepreneur doivent pouvoir être différenciés par des tendances entrepreneuriales et des traits psychologiques distincts. Parmi les traits de

personnalité cités dans la littérature « le goût de risque, le besoin d'accomplissement, le besoin de pouvoir, la créativité, l'innovation, le besoin d'indépendance et d'autonomie ».

En dépit du vaste engouement littéraire consacrée aux entrepreneurs et leurs caractéristiques psychologiques, les entrepreneurs pouvait toujours présenter de nouveau traits de personnalité, ce qui n'était pas possible c'est de définir un seul profil type de l'entrepreneur En effet, il n'y a pas d'entrepreneur typique. Les critiques soulevées à l'égard de cette approche ont été très nombreuses. La recherche du profil de l'entrepreneur ne répond pas à la question fondamentale « comment une entreprise voit-elle le jour ? » L'entrepreneur type est un mythe. Par conséquent, toute typologie qui tenterait de catégoriser les entrepreneurs à partir des traits de personnalité paraît illusoire.

## CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT, CADRE CONCEPTUEL ET FONDEMENTS THEORIQUES

Dans son célèbre article « Who is an entrepreneur ? Is the wrong question », Gartner (1988) soulève plusieurs critiques à l'égard de l'approche par les traits. Il propose de se focaliser sur ce que fait l'entrepreneur (approche par les faits) et non ce qu'il est (approche par les traits). En d'autres termes il s'agit de question « qui est l'entrepreneur ? » Par « que fait remplacer là l'entrepreneur ? »

### 1.4.2. Approche comportementale :

Nous avons tendance à parler d'entrepreneur (self-made man) et nous négligeons la faite que sa réussite ne dépend pas uniquement de ses traits de personnalité, et caractéristiques psychologiques. En effet, « l'entrepreneur se forme graduellement, influencé d'abord affectivement par sa famille, ensuite symboliquement par le milieu du travail et ses modèles entrepreneuriaux, et enfin sociologiquement par son implication graduelle dans un milieu, son enracinement et son intégration dans ce dernier », (Schmitt, 2008). En d'autres termes, la dimension individuelle de l'entrepreneur n'est rien sans un environnement adéquat<sup>14</sup>.

L'approche comportementale est donc intéressante en ce qu'elle se préoccupe des comportements de l'entrepreneur dans l'exercice de son activité, lesquels s'inscrivent dans un environnement culturel, social, économique et politique (Gartner, 1988).

Vers les années quatre-vingt-dix, la recherche en entrepreneuriat s'est orientée vers l'étude des comportements des entrepreneurs (approche comportementale). La logique sous-tendant cette approche veut que l'on puisse prédire la performance des entrepreneurs en observant le « faire entrepreneur » et non « l'être entrepreneur ». Autrement dit, l'approche comportementale s'est orientée vers la définition de l'entrepreneur par ce qu'il fait, c'est-à-dire par les actions et les comportements qu'il engage tout au long du processus de création d'entreprise plutôt que par ses traits de personnalité (Chandler et Jansen, 1992).

Selon Gartner (1993), la meilleure manière d'étudier le comportement entrepreneurial est de suivre la logique adoptée par Mintzberg pour étudier le comportement managérial, la recherche sur les comportements entrepreneuriaux doit être fondée sur le travail de terrain selon le modèle de l'étude de Mintzberg sur le travail managérial. Les chercheurs doivent observer les entrepreneurs lorsqu'ils sont en train de créer des organisations.

<sup>13</sup> FAYOLLE. A, 2005, « Introduction à l'entrepreneuriat » », édition Dunod, paris, page 11.

<sup>14</sup> DIAMANE. M, KOUBAA. S, « Les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat », Ecole Doctorale du Groupe ISCAE Casablanca, Maroc, page 2.

## **CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT, CADRE CONCEPTUEL ET FONDEMENTS THEORIQUES**

### **1.4.3. Approche centrée sur le processus :**

Depuis le début des années 90, les recherches en entrepreneuriat changent d'orientation pour s'intéresser désormais au processus entrepreneurial. En effet, de nombreux auteurs ont affirmé qu'il est réducteur de limiter l'étude du phénomène en se référant à quelques traits de personnalité (approche descriptive) ou à des comportements (approche comportementale). Il paraît important de s'ouvrir à de nouvelles perspectives de recherche qui prennent en considération l'aspect dynamique et processuel de l'entrepreneuriat. Autrement dit, les recherches en entrepreneuriat ne sont plus centrées sur l'entrepreneur et ses traits de personnalité mais plutôt sur le processus entrepreneurial (Carter, Gartner et Reynolds, 1996).

Cependant il s'oppose aux approches fixistes du monde où l'on forme des relations et l'état des notions et des concepts. Elle correspond à toutes ces publications récentes où il n'est plus question du créateur et de ses caractéristiques, mais de formation d'organisation, de création d'organisation, d'émergence organisationnelle, etc. » (Hernandez, 1995). Contrairement à l'approche descriptive et comportementale, l'approche processuelle privilégie une vision plus large de l'entrepreneuriat.

Si l'approche descriptive cherche à comprendre le rôle de l'entrepreneur dans l'économie et la société et l'approche comportementale explique les actes et les comportements des entrepreneurs en les situant dans leurs contextes spécifiques, la démarche processuelle quand elle a pour objet d'analyser dans une perspective temporelle et contingente, les variables qui favorisent l'esprit d'entreprise

### **1.5. Vue synthétique du champ de l'entrepreneuriat :**

Etant inspiré des travaux de Filion et Landstrom, la vue synthétique qui va être présentée ci-dessous présente les disciplines qui traitent le domaine de l'entrepreneuriat et ces liens avec des objets et questions de recherche, tout aussi présente l'évolution d'intérêt au niveau de la recherche en une vue générale et globale. Selon (Filion 2005), la nécessité de caractériser l'évolution des recherches entrepreneuriales au cours des dernières années est d'une part, « la réorientation du centre focal, qui s'est déplacé de l'individu et d'autre part le passage d'une épistémologie clairement positive à des épistémologies plus nuancées s'ancrant parfois dans des courants constructivistes »

## CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT, CADRE CONCEPTUEL ET FONDEMENTS THEORIQUES

**Tableau 1. Les différents courants de la recherche entrepreneuriale**

Question principale	Quoi (approche fonctionnel)	Qui/Pourquoi (approche sur les individus)	Comment (approche sur les processus)
Echelle du temps	Les 200 dernières années	Depuis le début des années 50	Depuis le début des années 90
Domaine scientifique principale	Economie	Psychologie Sociologie Psychologie-cognitive Anthropologie-sociale	Sciences de gestion Sciences de l'action Théorie des organisation
Paradigmes dominant	Positivismes	Positivismes sociologie compréhensive	Constructivisme Positivismes
Méthodologie	Quantitative	Quantitative Qualitative	Quantitative Qualitative
Hypothèse de base	L'entrepreneur joue ou ne joue-t-il pas un rôle important dans la croissance économique	Les entrepreneurs sont différents des non-entrepreneurs	Les processus entrepreneuriaux sont différents les uns des autres
Lien avec la demande sociale ( qui est intéressé par ...)	Etat, collectivités territoriales, responsables économique	Entrepreneurs Entrepreneurs potentiel Système éducatif Formateurs	Entreprises Entrepreneurs Entrepreneurs potentiel Educateur et formateur Structures d'accompagnement et d'appui des entrepreneurs

Source : FAYOLLE, A, 2005, « introduction à l'entrepreneuriat », édition dunod, paris page 17

### 2. L'entrepreneur : définition, motivations et caractéristiques :

Comprendre l'entrepreneuriat ne peut se faire en écartant de simples synthèses de définitions élaborées par de différents concepteurs, en effet chaque auteur met l'accent sur un concept à lui bien défini. En conséquence il y a eu raison d'exposer l'évolution de la théorie de l'entrepreneur.

Identifié comme une pièce centrale et un individu « extraordinaire », l'entrepreneur a un rôle particulier et indispensable dans l'évolution du système économique et libérale, et occupe une place majeure dans la littérature scientifique relevant de la discipline de l'entrepreneuriat.

Il existe plusieurs théories qui sont liées à l'entrepreneur, Trois auteurs au courant de pensées ont, à ce titre, considérablement influencé leur époque et la vision que l'on peut avoir de l'entrepreneur chaque une d'entre elles s'appuie sur un aspect particulier de celui-ci :

<sup>15</sup> FAYOLLE. A, 2005, op.cit.

## CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT, CADRE CONCEPTUEL ET FONDEMENTS THEORIQUES

### 2.1.1. L'entrepreneur de Cantillon :

Richard Cantillon est probablement le premier à présenter la fonction de l'entrepreneur et son importance dans le développement économique, comme à mesurer les difficultés d'une gestion qui affronte le risque. L'entrepreneur est vu comme l'élément fondamental, clé de la dynamique économique<sup>18</sup>

*« L'entrepreneur est celui qui exerce son jugement pour faire face à l'incertitude. L'entrepreneur y est défini comme une "personne indépendante »<sup>16</sup>.*

Cependant Cantillon a regroupé les entrepreneurs en une classe très hétérogène, bien que l'environnement s'est diversifié, celui-ci a réussi à découper la société de son époque en classes sociales, ou il a pu constater que la variable fédératrice du concept d'entrepreneur est dès lors l'incertitude liée aux clients et le risque sur le prix, même si tous les entrepreneurs se procurent leurs moyens d'action à taux fixe et revendent des biens et services à un prix incertain.

En conséquence, l'entrepreneur peut être défini à tout moment par sa fonction : prévision des risques et affrontement de l'incertain. Le profit serait alors la juste rémunération d'une activité aussi risquée. Cantillon met ainsi l'accent sur la fonction et non sur la personnalité de l'entrepreneur, adoptant ainsi une position comportementale

### 2.1.2. L'Entrepreneur : individu égoïste

Il n'y a pas d'entreprise. Il n'y a que des individus égoïstes, il n'y a qu'un marché qui relie des individus qui échangent. L'homme emploie ses capitaux seulement dans le but de recevoir un profit. Il emploie toujours son capital dans des activités dont le produit lui permettra de gagner le plus d'argent. Effet c'est ce que Adam Smith a transmis à travers son ouvrage « la recherche sur la nature et les causes de la richesse des nations » (1776), L'égoïsme de cet entrepreneur se justifie par le fait que ce dernier ne cherche pas à servir l'intérêt public, mais il ne pense que se donner personnellement une plus grande sûreté, et en dirigeant cette industrie de manière que son produit ait le plus de valeur possible.<sup>19</sup>

## CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT, CADRE CONCEPTUEL ET FONDEMENTS THEORIQUES

### 2.1.3. L'entrepreneur de Jean-Baptiste Say :

J-B. Say (1803) avec Cantillon et Schumpeter, l'un des trois pères fondateurs de la théorie économique de l'entrepreneur. Il définit l'entrepreneur comme l'intermédiaire entre le savant qui produit la connaissance et l'ouvrier qui l'applique à l'industrie, son objectif est d'accroître la production et de maximiser son profit. L'entrepreneur c'est l'agriculteur, le manufacturier ou le commerçant qui "*entreprend de créer pour son compte, à son profit et ses risques, un produit quelconque*"<sup>21</sup>.

Say dessine les fonctions de l'entrepreneur comme un véritable organigramme. Il fait de l'entrepreneur une pièce maîtresse de l'échange économique, il envisage une théorie de la production et de la distribution reposant sur le rôle de coordination de l'entrepreneur

L'entrepreneur est en effet le personnage central puisque c'est lui qui combine les facteurs de production. Cette définition large inclut tous les chefs d'entreprises, propriétaires ou non, et plus largement les responsables d'organisations.

Cette mission primordiale de l'entrepreneur dans l'économie est composée de différentes tâches, l'entrepreneur, administrateur de la production, est chargé de prévoir non seulement la production mais également son financement et sa rentabilité, d'organiser, de commander, de coordonner et de contrôler. De nombreux talents managériaux sont nécessaires pour être un entrepreneur qui réussit. De plus, Say y associe des qualités de caractère qu'il juge indispensables : goût du risque, fermeté de caractère et de jugement.

En résumé, Say élargit la définition de l'entrepreneur en y associant le concept de combinaison des facteurs de production. Il développe une conception plus industrielle, liée au processus de production et au risque qui en est issu.

---

<sup>16</sup> VAN CAILLIE. D, MULLER. A, 1999, : « Séminaire, la PME et L'entreprise familiale », Institut des Reviseurs d'Entreprises, Université de Liège, page 9.

<sup>17</sup> BERBER. N, 2014, : « L'entrepreneuriat en Algérie », Ibid.

<sup>18</sup> VAN CAILLIE. D, MULLER. A, 1999, : « Séminaire, la PME et L'entreprise familiale », Institut des Reviseurs d'Entreprises, Université de Liège, page 8.

<sup>19</sup> VAN CAILLIE. D, MULLER. A, 1999, Ibid.

## **CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT, CADRE CONCEPTUEL ET FONDEMENTS THEORIQUES**

### **2.2.L'entrepreneur de la pensée contemporaine :**

Bon nombre d'études ont été menées au cours des 15 dernières années de manière à affiner le concept d'entrepreneur. Les auteurs contemporains ont beaucoup de difficultés pour définir avec précision l'entrepreneur en tant qu'agent économique. Ils étudient le comportement et les caractéristiques de l'entrepreneur pour étudier son apport particulier dans le fonctionnement de l'économie, au cours de ces années, ces recherches évoluent dans trois directions :

#### **2.2.1. L'entrepreneur chez Drucker :**

Selon Drucker (1980)<sup>22</sup> l'entrepreneur est celui qui innove. Selon lui, les principes de management pratiqué jusqu'en 1970 par les entreprises tels que : l'organisation scientifique du travail surtout manuel, la décentralisation, la planification à long terme...etc., sont devenus insuffisants parce que beaucoup d'organisations ont constaté que la spécialisation avait des limites et parce que des besoins nouveaux sont apparus tel que : les besoins d'innovation, changement social, nécessité d'organiser efficacement le travail ...

Pour Drucker, l'innovation peut se faire même par rapport au style du management, « *le management constitue lui-même une innovation : le management, ce savoir utile qui permet pour la première fois à l'homme de faire travailler de façon productive des personnes de qualifications et de discipline très différentes au sein d'une organisation, est une innovation de ce siècle* ». Celui-ci insiste donc sur l'innovation et la considère comme un élément essentiel dans la fonction entrepreneuriale.

#### **2.2.2. L'entrepreneur leader (leadership) :**

L'entrepreneur est un leader<sup>23</sup>, la force motrice à l'origine de la dynamique économique. Il a une vision de l'avenir basée à la fois sur des éléments rationnels, une expérience et des intuitions.

A partir des années 1980 et suivant les travaux de K. LEWIN<sup>28</sup>, W. BENNIS a réalisé de nombreuses investigations sur le leadership dans les organisations et il a pu tirer ces principaux résultats :

## CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT, CADRE CONCEPTUEL ET FONDEMENTS THEORIQUES

- Le leader a une capacité de vision, c'est-à-dire se projeter dans le futur en tenant compte des contraintes et des opportunités du présent
- Capable de gérer des communications permettant de partager au plus grand nombre de personnes les valeurs de l'organisation et les objectifs à atteindre
- La confiance définit comme étant la capacité à susciter un sentiment de sécurité chez les autres
- La capacité de se gérer par soi-même, en connaissant ses qualités et défauts
- Sa personnalité est orientée vers une capacité à relever des défis, à gérer des contradictions et aussi prendre des risques

### 2.3.L'entrepreneur et la théorie du comportement :

La réussite de l'entrepreneur n'est pas uniquement rattachée à ses qualités personnelles. Mais elle implique la famille qui lui a donné naissance et la société dans laquelle il puise sa culture. L'initiative individuelle n'est rien sans un contexte social, culturel, économique et politique propice.<sup>24</sup>

Weber est le premier auteur auquel nous pouvons rattacher l'approche comportementale dans le champ de l'entrepreneuriat. Cependant, selon plusieurs auteurs, celle-ci a été confirmée par la psychologie présente dans les travaux de McClelland dans le début de la décennie 1960.

McClelland est l'un des premiers à s'intéresser aux liens qui existent entre l'action des individus (les entrepreneurs) et leur environnement (les valeurs, les croyances et les motivations). Le fondement de son analyse est que le développement économique s'explique par l'esprit d'entreprise, qui lui trouve ses sources dans le besoin d'accomplissement. Les variables environnementales caractérisant les individus sont donc devenues des réels objets d'analyse. (Les principales théories comportementales seront citées dans la section qui suit).

<sup>20</sup> BERBER. N, 2014, : « L'entrepreneuriat en Algérie », Mémoire de Magister en Management, Université d'Oran, page.

<sup>21</sup> BERBER. N, 2014, : « L'entrepreneuriat en Algérie », Ibid.

<sup>22</sup> BERBER. N, 2014, : « L'entrepreneuriat en Algérie », Idem.

<sup>23</sup> BEN MAKHLOUF. Y, 2014, : « L'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou », Laboratoire REDYL Réformes Economiques et Dynamiques Locales, Université Mouloud Mammeri, page 12.

<sup>24</sup> Filion, L. (1997), : « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances ». Revue internationale P.M.E, page 135.

## CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT, CADRE CONCEPTUEL ET FONDEMENTS THEORIQUES

### 2.4.L'entrepreneur : agent central de l'activité économique :

#### 2.4.1. L'entrepreneur Schumpetérien<sup>25</sup> :

Schumpeter situe l'entrepreneur dans une problématique de dynamique économique où la règle est le changement. L'entrepreneur de Schumpeter est "*celui qui introduit et conduit l'innovation*" (Bruyat, 1993), celui qui crée une combinaison des facteurs de production de manière à innover au sein du processus de développement économique.

Dans l'optique schumpetérienne, le processus d'innovation est l'essence même du développement économique. Cette innovation doit être comprise au sens large. Il peut s'agir de la fabrication d'un bien nouveau, de l'introduction d'une méthode de production nouvelle, de la conquête d'un nouveau débouché, de la conquête d'une source nouvelle de matières premières ou encore de la réalisation d'une nouvelle organisation de la production.

En résumé, Schumpeter fait de l'entrepreneur l'acteur explicatif de la dynamique économique en adoptant une définition plus fonctionnelle dans laquelle le risque devient une variable parmi d'autres de l'environnement, Schumpeter met l'accent sur le leadership et les aptitudes personnelles de l'entrepreneur et pas sur la propriété des moyens de production.

Nous déduisant donc par cela certaines particularités de cet entrepreneur :

- La capacité à fixer et atteindre des objectifs
- La sensibilité à son environnement dans la mesure où il se saisit des opportunités d'affaires
- Il est celui qui prend des décisions modérément risquées
- La recherche d'autonomie
- La recherche de profits
- Il est le créateur coordinateur des ressources et le créateur innovateur.

## **CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT, CADRE CONCEPTUEL ET FONDEMENTS THEORIQUES**

### **2.4.2. L'entrepreneur à risque (Knight)<sup>26</sup> :**

Knight (1921)<sup>26</sup> relie la fonction entrepreneuriale et la prise de risque, de fait que l'entrepreneur prend des décisions dans un contexte de grande incertitude non probabilisable. Cette dernière signifie qu'un agent économique ne peut, à partir de l'expérience passée, effectuer des probabilités des événements futurs. Il est alors impossible d'appliquer les méthodes probabilistes pour orienter la prise de décision.

Selon KNIGHT, les entrepreneurs sont des individus ayant le plus haut niveau de prévisions, leur permettant de prendre des décisions de production et ont une confiance en leurs propres jugements.

### **2.4.3. L'entrepreneur vigilant (Kirzner) :**

Selon Kirzner (1973)<sup>26</sup>, l'entrepreneur doit être vigilant pour détecter puis exploiter les opportunités qui peuvent se présenter. L'entrepreneur se présente comme l'agent économique qui exploite l'information. Cette vigilance entrepreneuriale, peut être défini « comme une sorte de capacité particulière des entrepreneurs à acquérir l'information de façon spontanée. Cette capacité se manifeste par la faculté de percevoir les opportunités offertes par le marché ». Grâce à cette qualité, l'entrepreneur sait comment combiner les facteurs de production et comment trouver les personnes ayant les informations dont il a besoin pour trouver des sources de profit.

Lafuente et Salas (1989)<sup>28</sup> ont établi une typologie des nouveaux entrepreneurs ayant créé une entreprise en Espagne. Elle est basée sur leurs aspirations au travail et comprend quatre types : l'artisan, l'orienté vers le risque, l'orienté vers la famille et le managérial. Evidemment, il n'existe pas de typologie assez complète pour pouvoir classer tous les entrepreneurs et tous les propriétaires-dirigeants. À la limite, chaque cas est unique. Toutefois, une typologie permet de mieux comprendre les points d'ancrage, l'ensemble du système de valeurs et de pensée, et de créer des repères pour comprendre la cohérence d'ensemble du comportement d'un acteur.

---

<sup>25</sup> Filion, L. (1997), Ibid.

<sup>26</sup> GUECHTOULI, W, GUECHTOULI, M, 2014, « L'entrepreneuriat en Algérie : quels enjeux pour quelles réalités ? », IPAG Business School, Paris, Page 8.

## **CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT, CADRE CONCEPTUEL ET FONDEMENTS THEORIQUES**

### **Conclusion :**

Par conclusion à ce chapitre on peut dire que l'entrepreneuriat en première abord été identifié par les économistes comme étant un phénomène utile afin de mieux cerner le développement et le concevoir. Il intervient comme une solution étendue qui peut guérir tous les maux de la société. L'entrepreneuriat présente plusieurs avantages possibles qui permettent d'alimenter les motivations d'un homme ou encore d'une femme pour devenir entrepreneur. L'avantage évident et probablement important est la création de son emploi et la rupture avec le chômage et bien entendu la rupture avec toute autre barrière sociale dégradante

Les individus amenés à prendre des décisions afin d'agir en entrepreneur doivent mettre en œuvre des comportements afin de voir naître l'entreprise. Ils s'engagent dans le management de l'entreprise nouvelle. L'entrepreneur, maintenant propriétaire-manager, doit être capable d'accompagner l'entreprise dans ces différents stades de développement. Il est alors nécessaire d'adopter de nouveaux comportements managériaux, en plus de ceux indispensables dans la phase de création, afin que l'entreprise parvienne à des résultats jugés performants. Cette modification des centres d'intérêt de l'entrepreneur est décrite comme « probablement la plus difficile à faire et peut être la plus importante pour le développement organisationnel » (Hofer et Charon, 1984).

### Introduction

Dans un premier temps, notre objectif sera d'expliquer et d'apporter quelques éclairages relatifs à tout ce qui traite aux concepts suivant : les fondements théoriques de la motivation, l'origine de la motivation, les fondements pragmatiques de la motivation. Dans un second temps, c'est la motivation dans le domaine de l'entrepreneuriat, une approche par caractéristiques et les besoins des entrepreneurs, approche comportementale et cognitive de l'entrepreneur et enfin aller vers un modèle de motivation entrepreneuriale. Ceci qui constitue l'ensemble de notions qui seront traité.

En effet, Comprendre les motivations de l'entrepreneur suppose un travail liminaire permettant d'appréhender la notion de motivation, attitude largement étudiée en sciences humaines, dont les travaux ont été repris en sciences de gestion. Les concepts ainsi définis, désormais possible de cerner les motivations de l'entrepreneur à l'aide des théories psychologiques et des recherches empiriques menées au cours des deux dernières décennies

#### 1. La motivation entrepreneuriale : fondements théoriques :

L'étude littéraire anglo-saxonne et française indique deux manières d'appréhender la motivation. L'une considère impossible d'agir sur la psychologie de l'individu sans connaître profondément ce qui le motive. L'autre se préoccupe davantage des comportements adoptés par les personnes, lesquels sont censés traduire leurs attitudes. La motivation se retrouve dans la plupart des sciences sociales, bien qu'elle ait été étudiée d'abord par la psychologie, à l'intérieur même de cette science, chaque courant de pensée a cherché à expliquer le pourquoi de l'action humaine, ce qui justifie les choix des individus et comment on peut les comprendre afin de (peut-être) mieux les contrôler<sup>29</sup>.

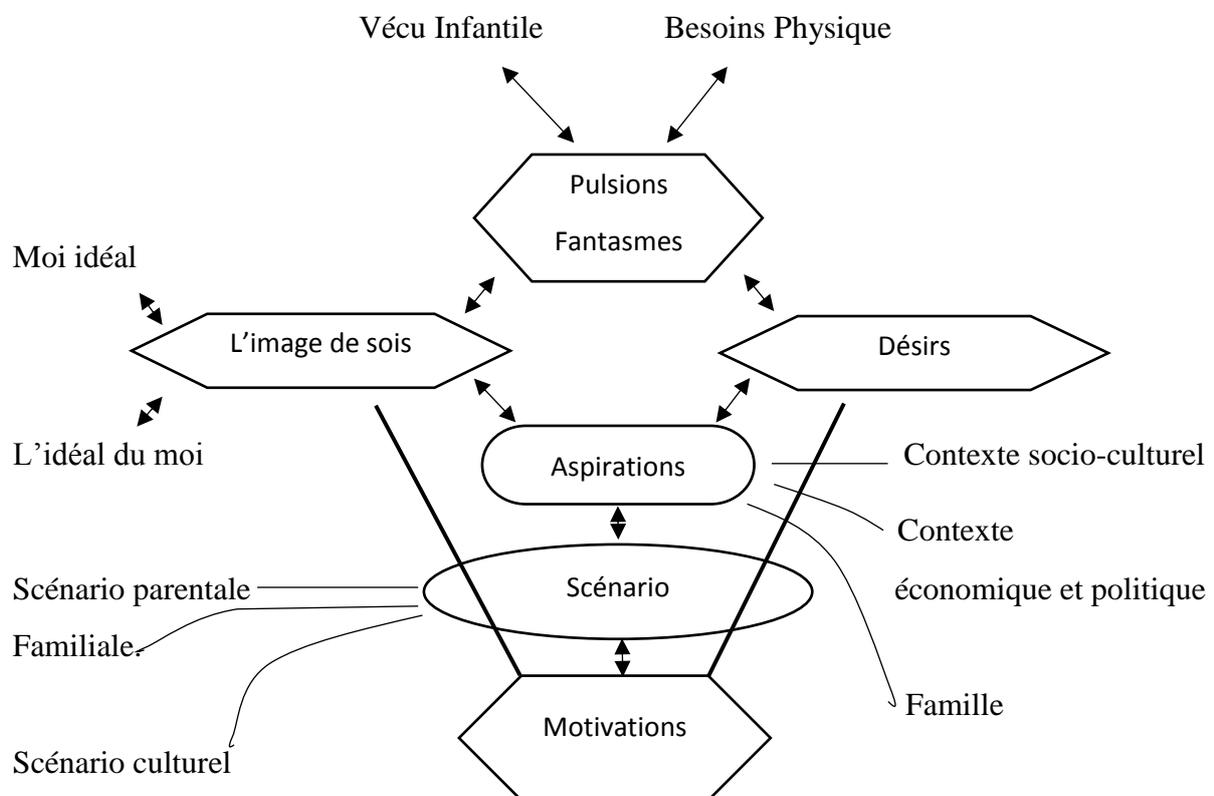
Si l'on retient comme définition de la gestion, la maîtrise du pilotage des organisations, on comprend pourquoi la gestion des ressources humaines s'est très vite intéressée à la motivation. Cette attitude est à l'origine de toute action humaine et plus spécifiquement, conditionne le jeu des acteurs au sein des organisations. Il s'agit donc d'essayer d'appréhender ce que recèle la motivation et comment elle fonctionne. La psychanalyse permet de découvrir les sources profondes de la motivation. Toutefois, cette approche manque d'opérationnalité, c'est pourquoi nous retenons trois autres ensembles de théories reposant sur trois paradigmes : celui des besoins mobiles valeurs, celui des choix cognitifs et celui de l'autorégulation-métacognition (Kanfer, 1990).

## CHAPITRE II : LA MOTIVATION ET LE GENRE : CADRE CONCEPTUEL

### 1.1. Les origines de la motivation : l'approche psychanalytique

Comprendre la motivation nécessite en première analyse de se recentrer sur l'individu. C'est à partir de son passé, de ses projections vers le futur et de l'image qu'il a de lui-même que l'on pourra définir la base de la motivation. Ces trois notions se combinent de manière spécifique pour chaque individu dans ce que l'on appelle un scénario motivationnel. Le schéma suivant, illustre les relations entre les phénomènes en œuvre dans la motivation.<sup>30</sup>

- **Figure 2. Les phénomènes en jeu dans la motivation :**



Source : ESTAY. C, 1995, : « La participation financière des salariés dans l'entreprise : Approche quantitative et qualitative », Bordeaux, page 4

<sup>29</sup> MICHEL. S, 1989, : « Peut-on gérer les motivations ? », Edition PUF, Paris, Page 10-15.

<sup>30</sup> ESTAY. C, 2006, « La motivation entrepreneuriale », Université des Sciences et Technologies de Lille 1 Institut d'Administration des Entreprises, Lille, page 13

## CHAPITRE II : LA MOTIVATION ET LE GENRE : CADRE CONCEPTUEL

La psychanalyse apporte cependant ici un caractère fondamental. En effet, elle nous offre à l'aide de la notion de pulsion, une explication de toute action humaine, et mieux, de toute action motivée. Cette force pulsionnelle fonctionne selon le principe de Freud : évitement du déplaisir et recherche du plaisir, celui-ci étant lié à la réduction de l'excitation.

Il faut néanmoins remarquer que les pulsions sont pour la plupart refoulées du fait de l'intervention du « surmoi » garant de l'adaptation du comportement à des règles « morales » intériorisées dès l'enfance. Malgré ce contrôle, la source de toute action reste au niveau du « ça », c'est-à-dire de la recherche, le plus souvent inconsciente, du plaisir. Mais si l'origine de l'action reste de l'ordre de l'inconscient, force est de constater que l'accès à ce dernier est des plus difficile. Il s'agit donc de repérer ses manifestations dans le conscient.

Le concept de « désir » traduit le versant ressenti, vécu, souvent inconscient, des pulsions du « ça ». Dolto (1980) a montré que le désir était lié à la relation humaine, bien plus qu'aux besoins physiologiques. Le désir demande l'apaisement de sa tension dans un accomplissement, une consommation pour le plaisir ; mais la caractéristique du désir est de supporter le non accomplissement immédiat et de pouvoir subir des avatars continus jusqu'à ce qu'il se satisfasse d'une façon ou d'une autre (Dolto, 1980). Les désirs sont donc à la source des comportements, tendant tous à les satisfaire. La source du désir se retrouve dans les pulsions, elles-mêmes expliquées selon l'école freudienne, dans la recherche des premières expériences de satisfaction de l'enfance. Nous avons une relation indissociable entre le désir et la motivation. Les motivations révèlent les désirs et les désirs expliquent les motivations.

Les désirs ne suffisent pas pour expliquer la motivation. Les aspirations, un autre ensemble d'éléments projetant l'individu vers l'avenir, entre en jeu. Elles sont à la fois liées au milieu d'appartenance et à l'histoire individuelle. Michel (1989) précise que quand l'objet qui oriente le désir est fonction d'un système de valeurs propres à une société, à un milieu, à un groupe, on peut parler d'aspiration. Mais on ne s'éloigne pas pour autant de la notion de désir, car les aspirations sont conditionnées par les désirs de l'enfance. Ainsi les motivations sont les attitudes conscientes des aspirations et des désirs.

La projection vers le futur que l'on opère avec les aspirations est en fait la propre représentation idéalisée de l'individu : « le moi idéal ». Ce dernier est apparu alors que le surmoi n'était qu'en construction et ne pouvait pas encore intervenir. Cependant, le surmoi va opérer a posteriori et superposer au moi idéal, « l'idéal du moi », ce dernier étant un modèle plus digne, attaché de règles « morales » transmises par le milieu familial. L'individu va chercher à atteindre cet idéal

## CHAPITRE II : LA MOTIVATION ET LE GENRE : CADRE CONCEPTUEL

du moi. Ce dernier sera source de motivation, et l'individu va chercher à s'en rapprocher. Malgré tout, l'idéal du moi et le moi idéal se situent dans la sphère de l'inconscient ; il est intéressant de s'interroger sur leur représentation consciente.

L'image de soi va être la représentation consciente du moi idéal et de l'idéal du moi, et celle-ci sera à la base du processus d'attribution des valences. La théorie des attentes se trouve par là même enrichie

La notion de scénario explique comment s'effectue le lien entre les désirs, les aspirations et l'image de soi. Le scénario motivationnel va opérer une sorte de choix correspondant à la personnalité profonde de l'individu. Le scénario motivationnel s'inscrit lui-même dans un scénario complet de l'histoire de l'individu. Ce dernier est construit à partir d'un certain nombre de « certitudes », intégrées par l'individu, et elles-mêmes conditionnées par celles de ses parents. Le scénario a pour fonction essentielle de confirmer ces certitudes. Alors que les aspirations concernent une chose d'idéal à atteindre, le scénario consiste en un déroulement de la vie, comme si tout était déjà tracé.

Transférée au domaine de l'entrepreneuriat, l'explication psychanalytique de la motivation est potentiellement riche d'enseignements sur les raisons qui conduisent un individu à entreprendre. Pourtant, en pratique, seule l'analyse individuelle peut amener un entrepreneur à reconstruire l'histoire qui l'a orienté sur le chemin de la création d'entreprise. Par ailleurs, l'approche psychanalytique est de peu de secours pour le chercheur, en raison de l'éloignement de ce champ disciplinaire des méthodes scientifiques reconnues. Ces limites dirigent la recherche sur la motivation de l'entrepreneur vers un cadre plus conventionnel.

### **1.2. Les fondements pragmatiques de la motivation :**

Une classification des théories de la motivation<sup>31</sup> a été mise en avant par Campbell et al en 1970, (théories des besoins, de l'équité, des attentes, etc.) basée sur la distinction entre contenu et processus de la motivation. Cette taxinomie présente cependant quelques rigidités (difficulté de classer les théories plus récentes). Ruth Kanfer<sup>32</sup> dans la même optique à renouvèle la classification selon trois paradigmes : celui des besoins/mobiles/valeurs, celui des choix cognitifs et celui de l'autorégulation-métacognition.

Roussel<sup>33</sup> rappelle que ces théories se centrent sur l'individu à travers sa personnalité, ses dispositions, ses traits de caractère stables et ses valeurs qui sont à l'origine de ses comportements.

## CHAPITRE II : LA MOTIVATION ET LE GENRE : CADRE CONCEPTUEL

Ceci dit cet ensemble de théories rassemble, d'abord, les théories dites de contenu. Il s'agit ici d'étudier le comportement des individus à partir de leurs spécificités propres et de leur environnement. En fait, elles identifient les besoins et les motifs qui, à l'intérieur d'une personne, provoquent, dirigent, soutiennent et arrêtent le comportement. Les besoins déclenchent des comportements adaptés. Ceux-ci ont pour finalité de répondre, de satisfaire et de faire disparaître momentanément ces besoins. L'assouvissement du besoin est au cœur de toute action motivée. Pour comprendre la motivation, il convient de s'interroger sur la nature humaine, sur sa constitution même, sur des vérités universelles inscrites depuis la naissance dans le psychisme de tout individu. De cette approche découle une vision normative de l'homme et la recherche de besoins fondamentaux qui seraient inhérents à la nature humaine.

Plusieurs auteurs ont tenté d'établir la liste des besoins fondamentaux, ceux qui expliqueraient les motivations des hommes. Ils partent du principe que la personne veut satisfaire des besoins et que la motivation est d'autant plus forte pour agir que cela lui permet de satisfaire ces besoins. Les théories les plus marquantes sont :

---

<sup>31</sup> ESTAY. C, 2006, « La motivation entrepreneuriale », Université des Sciences et Technologies de Lille 1 Institut d'Administration des Entreprises, Lille, page 15.

<sup>32</sup> ROUSSEL. P, 2000, « La motivation au travail - concept et théories », Ouvrage collectif coordonné par Pierre Louart Professeur des Universités, Lirhe, ESUG-UT1, Toulouse, page 5

<sup>33</sup> ROUSSEL. P, Ibid. page 10

## CHAPITRE II : LA MOTIVATION ET LE GENRE : CADRE CONCEPTUEL

### **A. La théorie du besoin de McClelland (1962)**

McClelland (1962)<sup>34</sup> a recherché la « bonne liste » des besoins fondamentaux. Il définit trois types de besoins : besoin d'accomplissement, besoin de pouvoir et besoin d'affiliation. Les individus qui ont besoin de pouvoir sont attirés par l'influence et le contrôle. Ceux qui ont des besoins d'affiliation cherchent à se faire aimer, et ils essaient de s'intégrer dans un groupe social. Les personnes qui ont des besoins d'accomplissement redoutent l'échec.

### **B. La théorie du besoin de Maslow :**

Dans sa théorie de satisfaction des besoins, Maslow (1970)<sup>35</sup> tente d'expliquer le contenu de la motivation au travail. Il propose une taxinomie et établit les règles du jeu qui régissent les relations entre les divers types de besoins.

Il existe essentiellement cinq types de besoins : physiologiques, de sécurité, sociaux, d'estime de soi et de réalisation. Thevenet (1992) fait remarquer que d'autres besoins ont été distingués dans la littérature comme l'agression permettant de surmonter toute opposition ou l'autonomie conduisant à une certaine indépendance vis à vis de l'autorité. La théorie de Maslow s'est largement répandue, et certainement plus pour des raisons relevant de la pédagogie, que pour sa capacité à expliquer les comportements réels des individus. En effet, les recherches empiriques indiquent que cette théorie est rarement supportée par les résultats.

### **C. La théorie ERD ou ERG, Existence, Relatedness & growth d'Alderfer (1969)**

Les recherches d'Alderfer<sup>36</sup> permettent de croire que plus les besoins élevés sont satisfaits, plus ils deviennent importants. S'il est évident que tous les besoins repérés par Maslow existent et sont importants, leur hiérarchisation apparaît fautive : un besoin ne disparaît pas quand il est assouvi, il continue à agir et l'idée même de hiérarchie a été remise en question par toutes les recherches ultérieures. Les besoins humains peuvent tout aussi bien être classés en trois catégories : les besoins liés à l'existence, aux relations et à la croissance.

---

<sup>34</sup> LEBLANC. G, 2012, « Les individus motivés sont-ils plus performants ? », Thèse présentée à la Faculté des études supérieures en vue de l'obtention du grade de philosophiae doctor (Ph.D) en psychologie, Université de Montréal, page 22.

<sup>35</sup> ESTAY. C, 2006, « La motivation entrepreneuriale », Université des Sciences et Technologies de Lille 1 Institut d'Administration des Entreprises, Lille, page 16

<sup>36</sup> ROUSSEL. P, 2000, opcite

## CHAPITRE II : LA MOTIVATION ET LE GENRE : CADRE CONCEPTUEL

### 1.2.1. La théorie bi-factorielle de Herzberg (1968) :

Herzberg<sup>37</sup> dans les années cinquante entreprit une recherche dans le but d'identifier les facteurs de satisfaction et d'insatisfaction auprès d'un groupe de 200 ingénieurs et comptables de la région de Pittsburgh aux Etats-Unis. Cette étude donne des résultats où sa a permis de distinguer deux groupes de facteurs. Un qui avait trait à des facteurs liés directement au contenu de l'emploi (facteurs intrinsèques), et un autre qui comprenait des éléments reliés au contexte, à l'environnement dans lequel l'emploi se situait (facteurs extrinsèques).

Kanfer (1990) a associé récemment aux théories de « contenu », des théories centrées sur la motivation s'intéressant aux stimulants internes tels que les désirs, les intentions, et les objectifs propres à l'individu. Ils sont opposés aux stimulants externes contrôlés par l'environnement tels que les encouragements et les punitions. Les théories de la motivation intrinsèque sont concernées. Elles s'intéressent aux comportements visant à satisfaire des désirs et à atteindre des objectifs en matière d'accomplissement, de défi ou de succès. Pour la théorie de l'évaluation cognitive, la motivation intrinsèque est considérée comme le déterminant des comportements accomplis pour leur plaisir propre. Les travaux de Deci (1975-85) y reposent sur l'hypothèse du rôle négatif des récompenses extrinsèques, comme les rémunérations, sur la motivation intrinsèque. Ce phénomène est expliqué par les effets préjudiciables des récompenses extrinsèques sur l'intérêt de la tâche et la baisse du sentiment d'autodétermination (Roussel, 1996).

Enfin, les théories mettant en avant essentiellement le rôle des valeurs englobent les théories de l'équité et de la justice organisationnelle. Elles traitent les besoins de justice comme pouvant mener l'individu à adopter des comportements orientés vers la recherche de l'équité dans les relations sociales. La théorie de l'équité a connu ses principaux développements au début des années 1960 avec les travaux de Adams (1963, 1965), il explique la motivation par la disposition de l'individu à comparer sa situation personnelle à celles d'autres personnes.

---

<sup>37</sup> DAOUST.L, 1996, « La satisfaction et la performance au travail : deux concept distinct avec des déterminants différent », Université de Moncton Page 18.

## CHAPITRE II : LA MOTIVATION ET LE GENRE : CADRE CONCEPTUEL

### 1.2.2. Les théories du choix cognitif :

Ruth Kanfer<sup>38</sup> attribue une place capitale aux théories du choix cognitif, celle-ci qui ont dominé la recherche empirique depuis les années soixante dans le domaine de la motivation. Elles sont plus connues sous le nom de théories de l'expectation-valence. La théorie des attentes quand a elles sont dues au travaux de Lewin (1935). Elle avance que des préférences subjectives à l'égard de différents objectifs ou résultats existent dans la tête des individus. D'autant plus que, les individus ont une étendue de préférences parmi les résultats qu'ils recherchent. Une autre théorie avance que les individus peuvent accorder une utilité à un objet particulier (aboutissement, ou ce qu'ils peuvent retirer de leur travail).

### 1.2.3. L'approche cognitive-intermittente :

Victor Vroom<sup>39</sup> mets en avant un ensemble d'idées au sujet de la théorie des attentes (1964) à l'intérieur d'un modèle cognitif. Par exemple, l'argent peut acquérir une « valence » (valeur, degré d'importance, orientation affective ou préférence) lorsque l'individu perçoit qu'il peut lui permettre d'atteindre certaines fins ou de satisfaire certains désirs. Par ailleurs, Vroom met l'accent sur les concepts d'attente et de force. Selon ce modèle, l'effort déployé par une personne (sa motivation) est essentiellement le produit de trois perceptions différentes :

- Attente - C'est la relation qui existe, selon la personne, entre le degré d'effort qu'elle peut déployer et divers niveaux de performance ; en d'autres termes, c'est l'idée que l'individu se fait de pouvoir fournir différents niveaux de performance
- Instrumentalité - C'est la relation qui existe, selon la personne, entre les divers niveaux de performance et les avantages qu'elle peut en retirer (les rétributions).
- Valence - Quelle est l'importance, la valeur des différentes rétributions que la personne peut retirer de son travail ? Cette valeur est d'autant plus grande que l'avantage en question peut satisfaire les différents besoins de la personne. Elle dépend essentiellement de la nature des besoins et de leur degré de satisfaction. Cette valeur peut être positive (une chose que la personne désire) ou négative (une chose indésirable).

---

<sup>38</sup> ROUSSEL. P, 2000, op cite, page 9.

<sup>39</sup> ROUSSEL. P, 2000, ibid., page 12.

## CHAPITRE II : LA MOTIVATION ET LE GENRE : CADRE CONCEPTUEL

Ce système, que l'on qualifie parfois de système VIE (Valence x Instrumentalité x Expectation), fonctionne comme un produit : il suffit qu'un des termes soit nul pour que le produit soit nul. En somme, plus la personne pense qu'elle est apte à faire ce que l'on attend d'elle, plus elle pense que cela va lui rapporter de choses positives, plus elle va déployer d'efforts (sa motivation sera forte). L'interprétation du système VIE ne doit pas se faire de manière statique. Très peu de comportements sont explicables simplement par l'évaluation que l'on fait à un moment précis des probabilités d'obtenir une récompense. Campbell et Pritchard (1976) ont introduit deux boucles de rétroaction qui enrichissent le système : une « boucle de contingence » qui concerne l'ensemble du système VIE (le système se modifie en fonction des renforcements vécus antérieurement) ; une boucle « d'histoire de la valence », qui permet d'expliquer la manière dont la valence se constitue, évolue ou progresse.

L'approche des dynamiques de l'action correspond aux développements parmi les plus récents des théories du choix cognitif (Roussel, 1996). Atkinson et Birch (1974, 1978) insistent sur les effets multiples et dynamiques des tendances motivationnelles manifestées par l'individu dans l'orientation et la durée de ses actions. Ils supposent que les tendances motivationnelles multiples opèrent continuellement. Le comportement d'une personne à un moment particulier est supposé traduire la tendance motivationnelle la plus forte à ce moment-là. Des changements dans l'orientation du comportement reflètent des modifications dans la tendance dominante du comportement (Kanfer, 1990). Le modèle donne des éléments d'explication à la stabilité de la motivation dans le temps à travers des changements d'orientation du comportement. Par opposition aux forces incitatrices (orientent le comportement vers une activité) et consommatrices (diminuent la motivation pour l'activité), la motivation pour une tâche relativement à une autre permet d'entretenir une motivation globale. L'implication du modèle dynamique est que le changement de comportement, plutôt que la cohérence du comportement, représente l'état normal des choses (Kanfer, 1990).

### 1.2.4. Les théories de métacognition :

Communément connu sous autorégulation, selon Ruth Kanfer<sup>40</sup> cet ensemble de théories sont centrées non pas sur les processus qui déterminent le choix des objectifs, mais sur les processus qui déterminent l'impact des objectifs sur le comportement. « Comment motiver les gens ? », Tel est la question à laquelle la théorie de la fixation des objectifs cherche à répondre, la solution, « fixer des objectifs » est évidente. Locke (1968) a développé une approche basée sur le travail et les buts des personnes face aux tâches qu'elles ont à réaliser :

## CHAPITRE II : LA MOTIVATION ET LE GENRE : CADRE CONCEPTUEL

ce sont les intentions personnelles qui vont déterminer le niveau d'effort pour les accomplir. Le modèle comprend trois aspects :

- L'attitude de la personne vis-à-vis d'une certaine tâche. Chaque personne vise dans chaque catégorie de tâches à accomplir certains buts qui lui sont personnels.
- La valeur associée aux résultats de la performance n'aura d'effets sur la motivation que dans la mesure où ils remettent en cause les buts que s'est assignée la personne dans ces tâches spécifiques.
- La satisfaction de la personne envers la performance ne dépend que de ses buts spécifiques. Ce modèle se concentre moins sur les perceptions et le processus cognitif que sur les buts que l'individu s'est fixé lui-même, et l'approche rationnelle des possibilités de les atteindre.

Les théories de la motivation présentées précédemment sont issues principalement des travaux en psychologie et en psychologie du travail. Elles tentent de comprendre les raisons pour lesquelles l'individu est plus ou moins motivé pour accomplir une tâche. Certaines approches - théories des besoins, des traits de personnalité, des attentes - ont été reprises dans le cadre de recherches sur la motivation de l'individu à créer une entreprise.

---

<sup>40</sup> ROUSSEL. P,2000, « La motivation au travail - concept et théories », Ouvrage collectif coordonné par Pierre Louart Professeur des Universités, Lirhe, ESUG-UT1, Toulouse, page 12.

## CHAPITRE II : LA MOTIVATION ET LE GENRE : CADRE CONCEPTUEL

### **1.3.La motivation entrepreneuriale, Les dimensions et ses contexte d'expression :**

L'ensemble des écrits visant à expliquer l'action entrepreneuriale se sont au fur à mesure passé de l'étude des créateurs eux-mêmes vers l'identification des facteurs de motivation susceptibles d'expliquer les dynamiques entrepreneuriales (Kouriloff, 2000).

Néanmoins avant appréhender de tel explication à ce phénomène, il est nécessaire d'ajouter un ensemble de facteurs environnementaux à la dimension individuelle précédemment analysée. Ce travail part dans une optique d'analyse adapté au contexte entrepreneurial. A préciser que les dimensions environnementales s'articulent entre elles de façon spécifique suivant le milieu culturel.

La recherche sur un champ aussi vaste que l'entrepreneuriat suppose que l'on s'appuie sur un cadre de référence qui nous permet d'approfondir la connaissance. Bien que ce cadre ne soit pas figé, il a pour intérêt d'apporter des hypothèses de travail qui forment une assise pour des études plus spécifiques. Lors de nos recherches sur l'importance de l'environnement dans l'acte de création, nous avons retenu un cadre d'analyse, dont les origines sont issues d'études théoriques et empiriques.

L'entrepreneur solitaire n'existe pas, ou ne peut pas aller bien loin, quand il existe. Le créateur d'entreprise réussit car il sait réunir les ressources nécessaires à la concrétisation de son projet et à sa pérennité, parce qu'il parvient à mobiliser des personnes complémentaires et qu'il persuade le plus grand nombre à accepter ses idées selon Bouchikhi (1990). Plus généralement, le créateur se trouve confronté à la relation intime entre le processus entrepreneurial global autrefois décrit par Schumpeter (1934) et le processus décisionnel formalisé par les théoriciens de la décision.

#### **1.3.1. L'approche rationnelle de la décision d'entreprendre<sup>41</sup> :**

Selon Casson (1991), la coordination est la fonction principale du créateur d'entreprise, laquelle rend possible le fonctionnement de l'organisation : l'entrepreneur intervient en négociant avec les personnes concernées de façon à s'approprier au moins une partie, sinon la totalité, des avantages de la coordination. Un individu fonde sa décision de devenir ou non entrepreneur sur une comparaison entre la rémunération escomptée d'une telle fonction et celle qu'il pourra tirer de la meilleure occupation de son temps dans d'autres fonctions (travail ou loisir). Casson place l'entrepreneur au sein d'un environnement qui se caractérise par le rythme des changements économiques, la répartition des fortunes individuelles, le cadre social et institutionnel du système économique dans son ensemble. Pour que des individus décident de devenir

## CHAPITRE II : LA MOTIVATION ET LE GENRE : CADRE CONCEPTUEL

entrepreneurs, il faut à la fois qu'il y ait dans la population des candidats ayant une aptitude à entreprendre et qu'il existe une demande d'entrepreneurs liée aux changements économiques. Il faut également que l'espérance de rémunération soit suffisante pour que l'individu renonce à ces loisirs et se mette au travail.

Campbell (1992) s'inscrit dans la même logique que Casson en indiquant que le phénomène entrepreneurial ne peut pas être réduit à des éléments purement psychologiques. La dimension économique est importante dans la mesure où le futur entrepreneur compare ses bénéfices futurs avec ses possibles gains en tant que salarié. Eisenhauer (1995) complète l'analyse économique en conjuguant à un ensemble de variables personnelles (aversion au risque, bénéfices attendus, etc.) des éléments externes comme le taux d'intérêt, la richesse accumulée, les salaires, le risque de chômage, l'âge de la retraite, et le système social. Il montre que la probabilité pour un salarié de devenir entrepreneur est corrélée positivement avec la richesse, le risque de chômage et la durée de travail dans le secteur salarié ; et négativement, avec les augmentations de salaires et les systèmes sociaux des salariés. Douglas et Shepherd (2000) complètent le processus en introduisant la notion de carrière professionnelle. Certains individus choisissent un parcours de salariés alors que d'autres optent pour la voie d'entrepreneurs. Par ailleurs, ils insistent sur le fait que plus que les phénomènes de contingence pris de façon isolée, c'est la combinaison des facteurs qui est déterminante.

Retenons que l'approche rationnelle de la décision d'entreprendre est influencée par le contexte national. Reprenant le cadre d'analyse de Casson, développé en Angleterre, Papillon (2000) insiste sur les spécificités françaises. Il relève en particulier le coût d'opportunité du passage d'un statut de salarié à celui d'entrepreneur. Le risque supporté par l'entrepreneur n'est pas indépendant des droits associés au statut de salarié. Plus le salaire est garanti et relié à des droits sociaux futurs, plus il est coûteux de quitter ce statut.

---

<sup>41</sup> ESTAY. C, 2006, opcite, page 30

## CHAPITRE II : LA MOTIVATION ET LE GENRE : CADRE CONCEPTUEL

### 1.3.2. La décision d'entreprendre : approche centrée sur l'action :

L'approche centrée sur l'action<sup>42</sup> complète l'analyse fondée sur la motivation individuelle et le contexte dans lequel l'entrepreneur intervient. Amblard et al. (1996) mentionnent que l'acteur n'existe pas en soi mais il est construit et défini comme tel par son action et il est historiquement et culturellement constitué. L'acteur est défini comme non seulement stratégique, identitaire et culturel mais aussi social-historique, groupal et pulsionnel.

Arocéna et al. (1983) ont entrepris d'appliquer le phénomène d'action au processus entrepreneurial. Ils considèrent la création d'entreprise comme la mise en mouvement d'acteurs sociaux divers dans un contexte particulier, global ou local. Malgré l'hétérogénéité des créateurs d'entreprise, les auteurs parviennent à identifier trois pôles constituant un système d'action provoquant l'apparition ou la disparition du projet de création.

2. Le pôle personnel réunit les dimensions motivationnelles et biographiques de l'entrepreneur : histoire personnelle, pays et région d'origine, expérience professionnelle, formations, mobilité, etc.
3. Le pôle relationnel rassemble les relations de proximité que le créateur a su tisser. Le réseau peut être familial, professionnel et social. L'appartenance à des associations, à un parti politique, de même que les contacts pris lors d'activités privées, sont autant d'opportunités pour se constituer un environnement social propice à la réussite entrepreneuriale.
4. Le pôle professionnel décrit l'ensemble de la carrière de l'individu. Les compétences techniques, de gestion ou managériales se conjuguent à un savoir-être adapté au secteur investi par le créateur.

Les trois pôles sont indissociables mais le poids de chacun n'est pas constant. Il n'est pas possible de trouver la présence isolée de l'un d'entre eux ; toute création réussie – au moins dans une certaine mesure – prend nécessairement appui sur ces trois pôles. Ce ne sont pas trois domaines séparés, ayant chacune leur propre dynamique. Les caractéristiques attribuées à l'un des pôles vont nécessairement entraîner des modifications et une structuration spécifique des autres, et réciproquement (Arocéna et al, 1983).

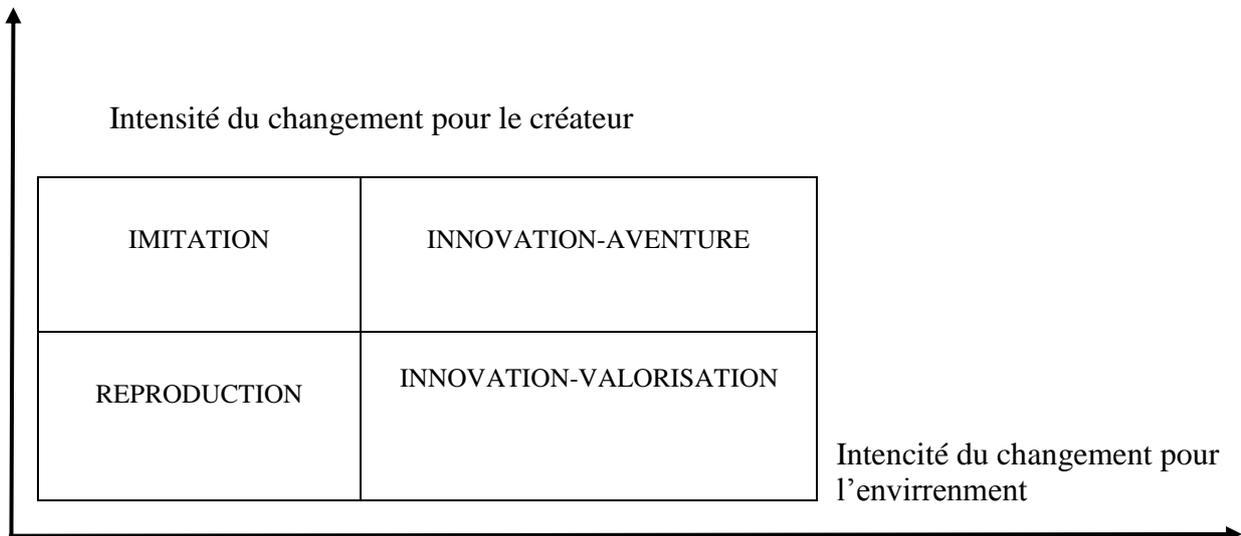
---

<sup>42</sup> BOURGUIBA. M, 2007, « de l'intention à l'action entrepreneuriale : approche comparative auprès de TPE françaises et tunisiennes », institut d'administration des entreprises, université Nancy 2, page 32

## CHAPITRE II : LA MOTIVATION ET LE GENRE : CADRE CONCEPTUEL

S'inspirant des travaux précédents, Bruyat (1993) propose une typologie des approches centrées sur l'action selon deux axes principaux : l'intensité du changement pour le créateur et l'intensité de la nouveauté pour l'environnement. Le schéma ci-dessous résume les logiques d'action du créateur.

**Figure 3. Les logiques d'action du créateur**



Source : Estay, C., Durrieu, F. & Diop, P. M. (2011).

On peut donc dire que le créateur cherche à faire pour son propre compte ce qu'il faisait déjà dans son emploi précédent. Dans celle d'imitation, il tente de monter une entreprise selon une formule déjà établie, mais il ne dispose pas encore des compétences et des ressources nécessaires. La logique d'innovation-valorisation s'adresse à des individus voulant créer leur entreprise à partir d'un procédé ou d'un produit dont ils possèdent le savoir-faire, la difficulté étant la mise au point éventuelle et surtout l'acceptation par l'environnement socio-économique. Enfin, l'innovation-aventure annule les incertitudes liées à l'apprentissage et à l'innovation.

Les modèles précédemment présentés sont utiles dans la recherche des principales dimensions environnementales susceptibles de créer un espace pour l'expression de la motivation entrepreneuriale. Toutefois, la réalité de ces espaces varie selon les zones géographiques dans lesquelles les entrepreneurs développent leurs activités.

<sup>43</sup> ESTAY, C, DURRIEU, F, DIOP, P. M, 2011, Motivation entrepreneuriale et logique d'action du créateur, Revue internationale P.M.E., 24(1), 135–165, <https://doi.org/10.7202/1012554ar>

## CHAPITRE II : LA MOTIVATION ET LE GENRE : CADRE CONCEPTUEL

### 2. LE GENRE EN ENTREPRENEURIAT : CADRE CONCEPTUEL :

Les études entrepreneuriales dans leur globalité, traite l'aspect du « genre » sous l'angle de l'identification des différences entre femmes/hommes entrepreneurs. Ce pourquoi il est utile de faire la présentation des fondements d'une analyse qui mobilise le genre, après avoir bien ou mieux défini ce terme.

#### 2.1. Sexe biologique et genre :

Il y a toujours eu des différences entre les hommes et les femmes quand il s'agit d'éducation, d'accès à l'emploi, aux ressources ou plutôt aux carrières entrepreneuriales, ces disparités ont été expliquées par des approches antagonistes.

En effet, il y a l'idée selon laquelle les différences entre les femmes et les hommes seraient en quelque sorte « naturelles ». Ces travaux reposent sur une idée basée sur la thèse du déterminisme biologique ou sociobiologie (Wilson dès 1975). Le principe de base du champ d'étude repose sur l'idée selon laquelle : Tout comportement social a une base biologique. Dès lors, les comportements sociaux observés auraient une origine génétique. Et donc inévitables et irréversibles.

Cependant d'autres chercheurs s'opposent à cette théorie biologique, et affirment que les rapports de sexe se construisent. Par exemple, une habileté ou un comportement ayant une base biologique est loin d'être immuable puisque le contexte de vie d'une personne peut accentuer, réduire ou faire disparaître ce comportement. Castoriadis (1975) est l'un de ces chercheurs qui avance que les différences entre les sexes sont le produit d'une construction sociale et non le résultat d'une nature qui se développerait spontanément en chacun. Eagly (1987) soutient que l'origine des différences de genre réside principalement dans les rôles sociaux ainsi que dans les préjugés et stéréotypes sociaux. De plus, il semble bien que les rôles sociaux et traits psychologiques selon le genre diffèrent suivant les sociétés et les époques.<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup>. PEYRE. E, WELS. J, 1997, « le sexe biologique et sa relation au sexe sociale », [http://syndromedebenjamin.free.fr/oms/peyre\\_wiels-les\\_temps\\_modernes1997.pdf](http://syndromedebenjamin.free.fr/oms/peyre_wiels-les_temps_modernes1997.pdf). Page 13

### 2.2. La perception du genre :

Le concept « genre »<sup>45</sup> ou en anglais « gender » est apparu en 1976 dans l'ouvrage d'Ann Oakley intitulé « *Sex, Gender and Society* »<sup>46</sup>, qui aborde le sexe social et le différenciant ainsi du sexe biologique. En effet, si cette dernière marque les différences biologiques et physiques entre les hommes et les femmes.

*« La notion de genre renvoie aux constructions sociales et culturelles du féminin et du masculin, des rôles respectifs de l'un et de l'autre sexe, des compétences attribuées aux hommes et aux femmes qui se construisent autour des différences biologiques de l'un et l'autre sexe. Le genre est déterminé donc par les tâches, les fonctions, et les rôles assignés aux femmes et aux hommes dans la vie publique et privée. Ces rôles, généralement différenciés et caractérisés par des inégalités entre les genres, n'ont rien de « naturels » : construits socialement et culturellement, ils varient et évoluent selon les époques et selon les régions du monde »<sup>47</sup>.*

On peut donc en déduire que les différences sexuelles sont universelles et intemporelles. Elles ont un caractère immuable, ne changeant ni dans l'espace (différents pays), ni dans le temps (différentes époques), alors que le genre mobilise des caractéristiques qui sont contextuelles (Dépend des cultures, des pays) et temporelles. Par exemple, considérer qu'il est naturel que les femmes réduisent leur activité professionnelle pour assurer les tâches domestiques.

### 2.3. Les fondements du genre :

Quand on s'approche vers la compréhension de l'idée d'une analyse qui intègre le genre, quatre notions importantes doivent être clarifiées (Kergoat 2000, Gadrey 2001), à savoir :

- Les stéréotypes féminins et masculins.
- Les rôles sexués (principe de séparation)
- L'inégalité entre les femmes et les hommes
- La hiérarchisation du féminin et du masculin.

---

<sup>45</sup>. K. Mane, « Les modes de gestion des hommes et des femmes entrepreneurs dans les PME à Dakar », Institut Fondamental d'Afrique Noire, université de Dakar, mémoire de maitrise, 2008, p 35 – 36

<sup>46</sup>. Ibid.

<sup>47</sup>. Y. Nicolas (sous sa direction), « Promouvoir l'égalité entre hommes et femmes : initiatives et engagements français en matière de genre et développement », Rapport de la Direction générale de la coopération internationale et du développement, décembre 2006, p 2.

### 2.4. Les stéréotypes féminins et masculins.

Dans cette optique B. Ducheneaut et M. Orhan (2000) avance : « *Il semblerait que ce ne soit pas l'appartenance à un sexe, en elle-même, qui détermine des types de comportements, mais plutôt les valeurs morales, le contexte socioculturel et l'expérience de chacun qui joue un rôle déterminant* »<sup>48</sup>

Le comportement des hommes et des femmes semble donc être directement liée à la perception de la société, qui fonctionne à base de stéréotypes.

« *Les stéréotypes sont des images qui s'intercalent entre la réalité et notre image de la réalité. Au travers des stéréotypes, des représentations sont progressivement perçues comme « naturelles », avec des influences sur la façon dont on s'attend à ce qu'une personne se comporte et une anticipation sur ses compétences et incompétences* »<sup>49</sup>.

Dans une analyse genrée, il est intéressant d'identifier les stéréotypes qui conditionne les comportements masculins et féminin, afin de pouvoir déduire ce qui fait les attitudes perçues comme normales ou naturelles, de chacun des sexes.

### 2.5. Les rôles sexués :

Les études qui mobilise le genre repose aussi sur l'objet de déterminer et analyser des rôles attribués, et des fonctions assignées aux deux sexes, qui génèrent des effets de séparation et de ségrégation. C'est ainsi que la sphère privée a longtemps été perçue comme le domaine d'actions des femmes, et que la sphère publique est réservée aux hommes. Cette séparation est le résultat des stéréotypes de l'un et de l'autre sexe, de ses compétences et de ses rôles. C'est ainsi que des secteurs sont perçus comme naturellement féminins (esthétique, décoration,) ou masculins (secteur du bâtiment, ...).

---

<sup>48</sup>. ADJOUT. S, 2011, « Entrepreneuriat féminin : Etat des lieux et caractéristiques, cas de la wilaya de Bejaia », Université Abderrahmane mira de Bejaia page 26-29.

<sup>49</sup>. A. Cornet & Ch. Constandinidis, « Entreprendre au féminin : Une réalité multiple et des attentes différenciées », Revue Française de Gestion N° 151, Juillet-Aout 2004, p 07

### 2.6. L'inégalité entre les hommes et les femmes :

Les inégalités homme/femme comporte toutes les formes de discrimination entre les deux sexes en termes d'accès aux ressources, au pouvoir, et de représentation dans les différents lieux de décision et organismes. Ces situations d'inégalités s'appuient sur des stéréotypes sexués et les renforcent. Ainsi l'image que les femmes sont incapables d'assumer les risques liés à la gestion d'une entreprise est retenue pour justifier les décisions de refus de crédits bancaires, et à l'inverse la faible proportion des femmes qui sollicitent le financement bancaire renforce le stéréotype selon lequel ces dernières sont incapables de gérer une entreprise.

#### 2.6.1. La hiérarchisation du féminin et du masculin :

Cette hiérarchisation se construit autour d'une dévalorisation des caractéristiques dites féminines et d'une survalorisation des caractéristiques perçues comme masculines. C'est ainsi que les activités liées à la sphère professionnelle se trouvent survalorisées, contrairement aux activités liées à la sphère domestique

### 2.7. Le concept du genre en entrepreneuriat<sup>50</sup> :

Selon De Bruin (2007) « *Si le champ de recherche de l'entrepreneuriat se situe dans la phase adolescente, celui des études sur les femmes entrepreneures correspond à la période de l'enfance. Ainsi, ces domaines nous offrent de belles perspectives de recherches* »<sup>51</sup>. On comprendra donc à partir de là, le bien-fondé d'une telle problématique et la pertinence de toutes recherches qui visent à démontrer un quelconque lien entre entrepreneuriat et genre.

L'une de ces recherches est celle de Cornet et Constandinidis (2003), celle-ci visait à identifier les caractéristiques des femmes entrepreneures, les traits liés au type d'activité économique qu'elles ont opté et les stratégies avancées pour réussir leur projet. En fait, ces auteurs voulaient démontrer qu'un projet entrepris par des femmes a certes des similarités avec celui des hommes, mais qu'il implique des rapports sociaux de genre sur les choix et les stratégies d'entreprises.

---

50. CHASSERIO. S, POROLI. C, PAILOT. P, 2016, « L'entrepreneuriat est-il genré ? », Université Côte d'Azur, SKEMA, France, page 3-8

<https://www.researchgate.net/publication/313888319>

51. De Bruin (2007), Cité par T. Lebegué & R. Paturel, « De l'intention à la création d'entreprise chez les femmes : Les transformations sur l'image de soi et les conséquences sur le temps du projet », IAE, Brest, 2008, p 06

## CHAPITRE II : LA MOTIVATION ET LE GENRE : CADRE CONCEPTUEL

Ils révèlent que la vie des femmes entrepreneures, la façon dont elles se positionnent dans la sphère économique, la manière dont elles gèrent leurs projets entrepreneuriaux reste influencée par leurs réalités de « fille », de « conjointe » et de « mère ». La répartition des tâches familiales et parentales continue à structurer et à influencer une partie de leurs choix.

Lavoie (1979), dans une démarche d'identification des discriminations que subissent les femmes entrepreneures, a pu constater que celle-ci souffrent d'un bon nombre de préjugés semblables à ceux des femmes sur le marché du travail. Et considérée comme inapte à faire face à la concurrence, et de subir les pressions économiques et sociales surtout dans les secteurs non traditionnellement féminins. Plusieurs chercheurs<sup>60</sup> ont montré que la difficulté d'accès au crédit par la discrimination était le principal problème auquel les femmes entrepreneures doivent faire face, à l'étape de lancement, ce qui implique que l'appartenance sexuelle du porteur du projet n'est pas tout à fait négligée par les banquiers. Cependant Lee-Gosselin et Grisé (1990) notent que si certains banquiers, fournisseurs et clients peuvent manifester un manque de confiance vis-à-vis des affaires dirigées par des femmes, il leur en faut peu pour que la confiance soit instaurée.

Guyot et Lohest, dans une enquête<sup>61</sup> réalisée auprès de 538 créateurs d'entreprises en Wallonie, ont montré l'effet spécifique de la variable sexuée en tant que frein à la création, et la spécificité des freins selon le sexe. En se fiant à la seule variable sexuée, à l'exemple de Westhead (2003) a tenté de dégager un certain nombre de motivations, qui incitent les femmes à devenir entrepreneures, on recense le besoin d'assurer l'équilibre entre vie familiale et vie professionnelle, la nécessité d'échapper aux limites qu'imposent les grandes organisations.

Plus récente, l'étude de (Gupta et Bhawe, 2007) a abouti à la conclusion selon laquelle, la menace des stéréotypes de genre diminue de façon significative l'intention entrepreneuriale des femmes les plus proactives<sup>62</sup>. Cette conclusion démontre la puissance des stéréotypes négatifs sur les femmes. En effet, malgré leurs qualités personnelles fortes, ces femmes sont sensibles au regard et aux perceptions de l'extérieur.

---

60. ADJOUT. S, 2011, « Entrepreneuriat féminin : Etat des lieux et caractéristiques, cas de la wilaya de Bejaia », Université Abderrahmane Mira de Bejaia, page 30

61. ADJOUT. S, 2011, Ibid.

62. ADJOUT. S, 2011, Idem.

## CHAPITRE II : LA MOTIVATION ET LE GENRE : CADRE CONCEPTUEL

### Conclusion :

La décision de se comporter en entrepreneur ne trouve pas son origine seulement dans les caractéristiques personnelles et dans les différences individuelles. Les liens entre ces caractéristiques et d'autres facteurs de perception situationnelle sont importants à prendre en compte. Le modèle retient cinq ensembles de variables : les caractéristiques personnelles de l'entrepreneur, l'environnement personnel, le contexte des affaires, l'idée à la base du projet et les buts de l'entrepreneur. Par ailleurs, l'hypothèse est formulée selon laquelle l'entrepreneur prend en considération son habileté à développer et mettre en œuvre une stratégie. De même, le porteur de projet est capable d'apprécier les relations entre, d'une part, ses actions et les résultats et, d'autre part, ses attentes et les résultats. La motivation est appréhendée sous ses différentes origines. Les éléments de récompense intrinsèques et extrinsèques rappellent la théorie de Herzberg différenciant les facteurs d'hygiène des éléments motivationnels. La théorie des attentes, introduisant la perception des individus dans leur capacité à atteindre des objectifs apparaît dans le schéma dans la composante « Perception de la relation entre les actions prises par l'entrepreneur et les résultats ». De même, les idées d'instrumentalité et de valence émergent dans le cadre « Perception de la relation entre les attentes de l'entrepreneur et les résultats ». Par ailleurs, les caractéristiques et les buts personnels permettent d'ajouter des variables telles que les besoins d'accomplissement, d'affiliation ou de pouvoir. Les individus amenés à prendre des décisions afin d'agir en entrepreneur doivent mettre en œuvre des comportements afin de voir naître l'entreprise.

Ce deuxième chapitre nous a permis également de nous rendre compte que la notion du genre est quasiment absente dans le champ académique de l'entrepreneuriat, dans la mesure où les auteurs se sont contentés de la seule dimension sexuée du genre. Rappelons ce que Waston et Newby (2005) soulignaient à ce sujet « *Les chercheurs reconnaissent que le sexe n'est pas le genre, sans pour autant prendre en compte ce qu'impliquerait méthodologiquement une telle assertion* »<sup>63</sup>.

---

63. REDIEN-COLLOT. R, 2006, « Pour une approche genrée de l'entrepreneuriat », réseau de recherche genre et entrepreneuriat, académie de l'entrepreneuriat, page 13.

### **CHAPITRE III : REALITE ENTREPRENEURIALE EN ALGERIE : CAS WILAYA DE BEJAIA.**

#### **Introduction**

Au cœur de la dernière décennie, la dynamique entrepreneuriale en Algérie a permis un développement des PME qui investissent de plus en plus dans les différents secteurs économiques. Autrement dit, l'engagement résolu du pays dans la voie de l'économie de marché libère les énergies entrepreneuriales, et une forte dynamique économique est enclenchée se caractérisant par un développement important et rapide des entreprises<sup>64</sup>.

L'objet de ce chapitre est justement d'essayer d'avoir la place des PME dans la wilaya de Bejaia.

L'Algérie comme la plus grande superficie au Maghreb avec une population de près de 41,32 millions d'habitants en 2017, un taux d'activité de 42 % et un taux de chômage de 11,7 %. Le tissu économique algérien est fragmenté et essentiellement constitué de petites entreprises. Dans les années 90, passant d'une économie socialiste à une phase de transition vers l'économie de marché l'Algérie a révolutionné son économie. Le gouvernement a engagé un certain nombre de réformes économiques s'éloignant du modèle socialiste qui a prévalu jusque-là, et qui s'est caractérisé par « un mécanisme de gestion et de coordination de type planifié, et la propriété publique sur l'outil de production et de distribution » (Boukhari, 2009). Par ailleurs, l'économie algérienne a la particularité d'être une économie rentière qui dépend à plus de 93,09 % des ressources d'hydrocarbures. En 2018, l'Algérie a réalisé des recettes en devises excédant les 64 milliards de dollars et des réserves en devises dépassant les 110 milliards de dollars, qui lui ont permis d'assainir sa dette externe. Cela ne suffit toutefois pas à améliorer la croissance économique du pays<sup>65</sup>.

Ce changement introduit est basé sur la libéralisation des marchés. L'initiative entrepreneuriale privée est dès lors encouragée. L'Etat algérien prend conscience du rôle important des PME dans le développement de la croissance économique algérienne. Des initiatives sont prises pour encourager leur extension, notamment par le biais de la loi d'orientation sur la promotion de la P.M.E., en 2001. Par ailleurs, l'Etat donne une forte impulsion politique, en créant un Ministère délégué, une Agence Nationale pour la Promotion des PME, ainsi que des fonds de Caution et de Promotion. Les PME/PMI connaissent un essor considérable (Gillet, 2003). A partir de là, la wilaya de Bejaia, la région qui nous sert à l'étude de cas renferme un réel potentiel, nous allons essayer de mettre en évidence les principaux atouts de la région.

<sup>64</sup> GUECHTOULI W, GUECHTOULI M, 2014, « L'entrepreneuriat en Algérie : quels enjeux pour quelles réalités ? », IPAG Business School, Paris, Page 4.

<sup>65</sup> DIRECTION GENERALE DES DOUANES, Statistiques du commerce extérieur de l'Algérie 2018, Centre National de l'Informatique et des Statistiques, Page 10

## CHAPITRE III : REALITE ENTREPRENEURIALE EN ALGERIE : CAS WILAYA DE BEJAIA.

### 1. Bejaia : Infrastructure et fondements économique-historiques :

En prime abord, nous allons non seulement présenter la superficie géographique, démographique, mais aussi les différentes infrastructures économiques qui font la wilaya de. Dans un deuxième point, nous allons présenter un état des lieux du dynamisme entrepreneurial de cette région statistiquement parlant via une présentation et analyse de données statistiques récoltées auprès des différents organismes locaux (Direction de la PME et de l'artisanat, CNAS, La chambre de commerce et de l'industrie...). En dernier lieu nous ferons une synthèse sur l'impact de la création des entreprises sur le développement local de Bejaia.

#### 1.1.Historique :

*Bejaia, une ville, un port, une industrie,*

Au cœur de l'espace méditerranéen, la ville de Bejaia possède de nombreux sites naturels et vestiges historiques datant de plus de 10 000 ans, ainsi que de nombreux sites archéologiques recelant des objets d'origine remontant à l'époque néolithique.

Bejaia joua un grand rôle dans la transmission du savoir dans le bassin méditerranéen, grâce au dynamisme de son port, la sécurité de la région, la bonne politique et les avantages douaniers. Bougie a su attirer beaucoup de puissants marchands.

La Saldae romaine devient un port d'embarquement de blé du grenier de Rome, ce n'est qu'aux XIème siècle, que Bgaieth, devenue Ennaceria, pris une place très importante dans le monde de l'époque, Bejaia devient l'une des plus importantes villes de la méditerranée.

#### 1.2.Les activités économiques de wilaya de Bejaïa<sup>66</sup> :

En effet, la population des PME se concentrent au niveau des wilayas du nord a plus de 438 000 PME en novembre 2018, à elle seule Bejaïa totalise 31340 PME crée, près de 34% de la population de PME du pays.

---

<sup>66</sup> HAMADACHE Amara, 2017, « Quelle sont les ressources de financement des PME algériennes : problèmes et évaluation ? Cas des PME de la commune d'Akbou, HIMI-Bejaia (groupe INSIM), p 65

## CHAPITRE III : REALITE ENTREPRENEURIALE EN ALGERIE : CAS WILAYA DE BEJAIA.

**Tableau 2. Le tableau ci-dessous nous présente cet état de fait :**

Wilaya	Nbre de PME Année 2017	Mouvement des PME Année 2017				Nbre de PME S1 2018	Population par Wilaya (RGPH 2008)*	Taux de concentration
		Création	radiation	réactivation	croissance			
<b>Nord</b>								
Alger	67839	1709	124	297	1882	69721	2988145	23
Tipaza	27472	1012	77	158	1093	28565	591010	48
Boumerdès	23099	840	74	105	871	23970	802083	30
Blida	21243	671	69	184	786	22029	1002937	22
Tizi Ouzou	36754	1256	180	479	1555	38309	1127607	34
Bouira	14373	445	19	108	534	14907	695583	21
Médéa	10072	328	11	98	415	10487	819932	13
Ain Defla	9899	219	10	79	288	10187	766013	13
Bejaia	30165	978	31	279	1226	31391	912577	34
Chlef	13481	325	61	78	342	13823	1002088	14
Oran	28683	963	17	108	1054	29737	1454078	20
Tlemcen	14784	544	66	213	691	15475	604744	26
Sidi Bel Abbes	10114	317	1261	397	-547	9567	949135	10
Ain Temouchent	6498	152	8	39	183	6681	726180	9
Mostaganem	9915	215	59	34	190	10105	737118	14
Mascara	9697	240	9	68	299	9996	784073	13
Relizane	8162	203	9	31	225	8387	371239	23
Constantine	19309	528	46	119	601	19910	938475	21
Mila	11029	311	98	115	328	11357	766886	15
Jijel	11610	431	90	168	509	12119	636948	19
Annaba	14632	356	18	73	411	15043	609499	25
Skikda	12756	346	133	60	273	13029	898680	14
El Tarf	4976	143	46	53	150	5126	408414	13
Guelma	8097	192	4	54	242	8339	482430	17
<b>Total du Nord</b>	<b>424 659</b>	<b>12 724</b>	<b>2 520</b>	<b>3 397</b>	<b>13 601</b>	438260	<b>21075874</b>	21
<b>Hauts-Plateaux</b>								

Source : CNAS/ONS

La wilaya de Bejaia se tourne autour d'un vrai engouement économique dans plusieurs branches d'activités, du fait qu'elle se situe dans les 10 première au classement en ce qui concerne la création de PME au niveau nationale, à cet effet nous allons citer les différentes branches d'activités occupées au niveau de cette wilaya.

### 1.2.1. Secteur industriel :

Depuis l'an 2000 ? Le secteur industriel dans la wilaya de Bejaia réalise une réelle avancée. Le secteur public qui était le secteur dominant dans les années 90, perdait de superficie devant ces privés qui ont pu émerger sur une période de temps relativement courte.

Les organismes industriels de la wilaya de Bejaia ont connu ces dernières années une ascension remarquable au niveau national, avec un tissu industriel extrêmement dense et variées. La wilaya de Bejaia arrive même à concurrencer les grandes métropoles tel que Alger ou Oran, en matière d'attraction des investisseurs nationaux et étrangers. Dominée par des industries agroalimentaires. Et ils se répartissent de façon aléatoire sur tout le territoire bougeotte.

### **CHAPITRE III : REALITE ENTREPRENEURIALE EN ALGERIE : CAS WILAYA DE BEJAIA.**

Les centres urbains constituent le principal lieu de concentration de ces institutions ou les plus importantes se situent dans des zones d'activité industrielles aménagées à ces fins. Tel que les zones Bejaia, akbou qui sont les plus dominante.

#### **1.2.2. Le secteur agricole :**

Bejaia possède un réel potentiel agricole :

- 164 794 hectares soit 51,12 % de sa superficie totale.
- 130 348 hectares de terre fertile ou SAU soit 79,1% dont
- 6 003 Ha irrigués soit 4,61 % de la SAU qui est répartie comme suit
  - Cultures permanentes : 70 672Ha.
  - Terres labourables : 59 676 Ha.
  - Pacages et parcours est de 30 859Ha.

La wilaya repose sur une surface agricole utile de 130 348 ha, qui se subdivise en deux grands groupes :

- L'agriculture de plaine
- L'agriculture de montagne.

L'agriculture de plaine s'étale sur les terres de la Soummam et en font les cultures arboricoles, les terres de céréales, l'aliment de bétail et la culture légumière. Quand a L'agriculture de montagne est pour les activités liées aux a sol humide tel que les oliviers, figuiers et l'levage des bovin, caprin ... etc.

#### **1.2.3. Les activités tertiaires :**

Le secteur du bâtiments et travaux publics, les commerce et les transports sont des secteurs d'activités dominant, en effet on recense plus de 13 000 organisme employant 45 000 salariés.

Cependant le secteur tertiaire a été encouragé par des dispositifs de création de l'emploie, comme l'ANSEJ qui continue de financer un grand nombre de PME/PMI à travers la wilaya de Bejaïa, ces derniers représentent 21 000 entité existante créant 59000 emploie.

## **CHAPITRE III : REALITE ENTREPRENEURIALE EN ALGERIE : CAS WILAYA DE BEJAIA.**

### **1.3. Les infrastructures de base<sup>59</sup> :**

#### **1.3.1. Infrastructures aéroportuaires :**

La ville de Bejaïa d'un aéroport national reliant le territoire national ainsi qu'un aéroport international favorisant le transport aérien.

#### **1.3.2. Infrastructures portuaires :**

Le port de Bejaia joue un rôle très important dans les transactions internationales vu sa place et sa position géographique.

Aujourd'hui, il est classé 1er port d'Algérie en marchandises générales et 3ème port pétrolier. Il est également le 1er port du bassin méditerranéen certifié pour les trois systèmes ISO 9001.2000 pour la qualité, ISO 14000 pour l'environnement et OHSAS 18001 pour l'hygiène, santé et sécurité au travail, et à avoir ainsi installé un système de management intégré.

#### **1.3.3. Infrastructures ferroviaires :**

La voie ferrée dont dispose Bejaïa s'étend sur 90km reliant 9 gares.

#### **1.3.4. Réseaux routiers :**

La ville de Bejaïa dispose de trois entrée principale venant de (Bouira, Tizi Ouzou et Sétif ...)

---

<sup>67</sup> Agence Nationale d'Intermédiation et de Régulation Foncière, 2013, « rubrique monographique de la wilaya de Bejaïa », ANIREFF, page 5.

## **CHAPITRE III : REALITE ENTREPRENEURIALE EN ALGERIE : CAS WILAYA DE BEJAIA.**

### **2. Données globale concernant la wilaya de Bejaïa<sup>61</sup> :**

La PME par définition englobe un ensemble d'entreprises ou chaque une emploie plus-au-moins de 250 salariés, qui solde un CA annuel inférieur à 2 milliards de dinars ou dont le total du bilan annuel inférieure a 500 million de dinars.

Ces dernière années la wilaya de connait une réelle dynamique économique faisant émerger un nombre conséquent de PME. En novembre 2018 la wilaya a enregistré 31 391 PME sur le marché.

#### **2.1. Présentation du tissu économique de la wilaya de Bejaia 2018 :**

##### **2.1.1. Les PME Privée :**

Les services statistiques de la CNAS et le BIS de la PME, la wilaya de Bejaia enregistre en novembre 2018 31 390 entreprises, générant un taux de concentration global de 34%. Permettant ainsi de classer Bejaïa à la huitième position à l'échelle nationale, ces entreprises, pourraient constituer les fers de lance d'une dynamique de reprise économique plus efficiente.

Le BTPH, les commerces, les transports et les communications totalise un taux de 61% des activités, permettant de créer une 50enne de % des emplois dont 95% sont des TPE. Contrairement aux moyennes entreprises qui ne totalise que 141 entreprises générant une 50enne d'emplois.

Les PME Privés constituent la majeure variable de la population des PME opérationnelles, et emploient, selon la même source un effectif total de 61.129 emplois déclarés.

#### **A. Répartition des PME et de l'emploi par Daïra :**

Les localités suivantes

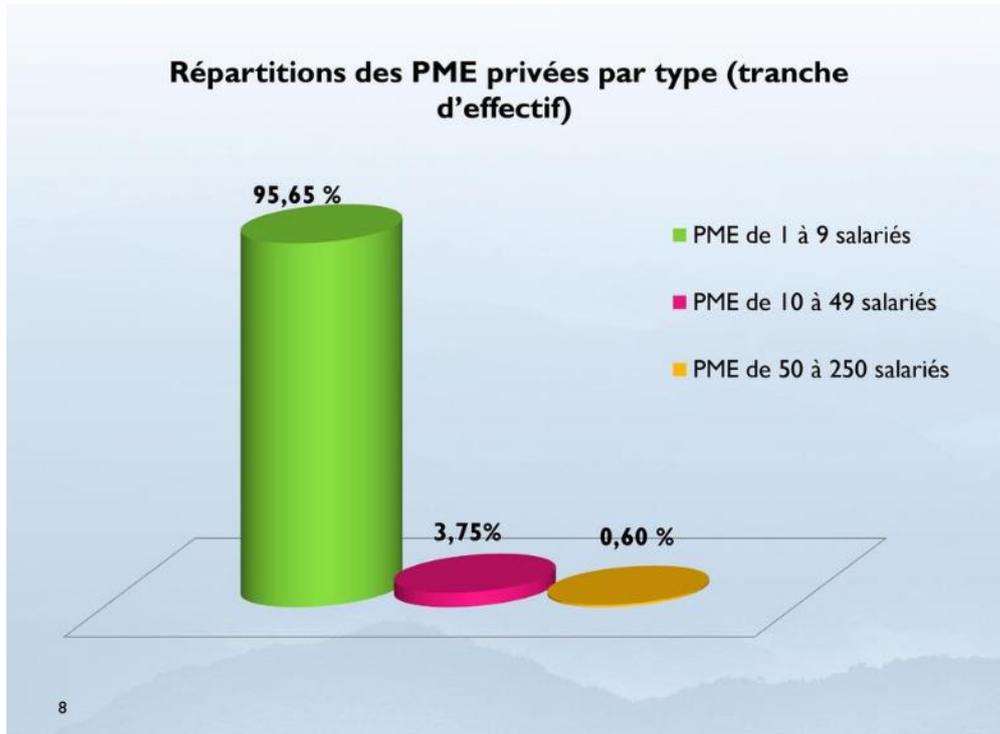
- 1- La daïra de Bejaia avec un taux de 31,17%. Avec 7 317 PME.
- 2- La daïra d'Akbou avec un taux de 9,50 %. Avec 2 231 PME.
- 3- La daïra de Tazmalt au taux de 4,57 %.
- 4- La daïra d'el kseur avec et 4,50 %.

---

<sup>68</sup> Base de données CNAS/ONS.

## CHAPITRE III : REALITE ENTREPRENEURIALE EN ALGERIE : CAS WILAYA DE BEJAIA.

### B. Figure 4. Répartitions des PME privées par type



Source : Le foncier industriel de la wilaya de Bejaïa : situation actuelle et perspectives

Tableau 3. Répartitions des PME privées par type

Secteurs d'activités	PME de 1 à 9 salariés	PME de 10 à 49 salariés	PME de 50 à 250 salariés	Nombre de PME
<b>Services</b>	<b>13 642</b>	<b>383</b>	<b>51</b>	<b>14076</b>
En %	96,92%	2,72%	0,36%	
<b>BTPH</b>	<b>5 316</b>	<b>276</b>	<b>49</b>	<b>5641</b>
En %	94,24%	4,89%	0,87%	
<b>Industries</b>	<b>3 066</b>	<b>152</b>	<b>40</b>	<b>3258</b>
En %	94,11%	4,66%	1,23%	
<b>Agriculture et pêche</b>	<b>425</b>	<b>67</b>	<b>01</b>	<b>493</b>
En %	86,21%	13,59%	0,20%	
<b>Services liés aux industries</b>	<b>02</b>	<b>02</b>	<b>00</b>	<b>04</b>
En %	0,5%	0,5%	00%	
<b>Total</b>	<b>22 451</b>	<b>880</b>	<b>141</b>	<b>23472</b>
En %	95,65%	3,75%	0,60%	100%

Source : Le foncier industriel de la wilaya de Bejaïa, opcit.

### CHAPITRE III : REALITE ENTREPRENEURIALE EN ALGERIE : CAS WILAYA DE BEJAIA.

A signaler 3 258 PME Industrielles (privées) de celle-ci au niveau du secteur industriel, dont 3066 de TPE dont 152 ont un effectif de plus de 10, 40 ont un effectif supérieur à 50 employés. La moyenne d'emplois par PME privée est de 2,60 emplois/ PME

**Tableau 4. Répartition des PME industrielles par secteur d'activité**

Secteur d'activité	Nombre de PME	Emploi
<b>I.S.M.M.E</b>	<b>547</b>	<b>2 168</b>
<b>Matériaux de construction</b>	<b>313</b>	<b>1 632</b>
<b>Chimie, caoutchoucs, plastique</b>	<b>164</b>	<b>747</b>
<b>Industries agroalimentaires</b>	<b>784</b>	<b>3327</b>
<b>Industrie Textile</b>	<b>296</b>	<b>527</b>
<b>Industries des cuirs et chaussures</b>	<b>6</b>	<b>14</b>
<b>Industrie du bois, liège et du papier</b>	<b>1 070</b>	<b>2 110</b>
<b>Mines et carrières</b>	<b>33</b>	<b>469</b>
<b>Industries diverses</b>	<b>45</b>	<b>63</b>
<b>Total</b>	<b>3 258</b>	<b>10 588</b>

Source : Le foncier industriel de la wilaya de Bejaïa, idem

## CHAPITRE III : REALITE ENTREPRENEURIALE EN ALGERIE : CAS WILAYA DE BEJAIA.

### 2.1.2. Les PME Publiques :

L'année 2017 enregistre 41 PME publique dont 21 PME industrielles, soit 0,17% en globalité et totalise plus de 2600 emplois selon la même source, soit 63,56 % par PME.

#### - Tableau 5. Le tissu industriel de Bejaïa est animé par 42 grandes entreprises

Secteur d'activité	Public		Privé		Nbre Ent.	Nbre Emplois
	Nbre Ent.	Nbre Emplois	Nbre Ent.	Nbre Emplois		
Services et travaux publics pétroliers	02	1 088	-	-	02	1088
I.S.M.M.E	-	-	01	286	01	286
Matériaux de construction,	-	-	01	375	01	375
Bâtiments et travaux publics	02	583	08	3034	10	3 617
Chimie, plastique	01	346	-	-	01	346
Industries agroalimentaires	-	-	08	7 668	08	7 668
Industrie Textile, bonneterie,	04	1763	-	-	04	1 763
Industries des cuirs	01	270	-	-	01	270
Industrie du bois, liège, papier,	02	578	01	781	03	1 359
Transport et communication	01	343	04	1885	05	2 228
Services	04	1985	01	574	05	2 559
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>6956</b>	<b>24</b>	<b>14 603</b>	<b>42</b>	<b>21 559</b>

Source : Le foncier industriel de la wilaya de Bejaïa, idem

#### A. L'évolution des PME privées du 31/12/2011 au 31/12/2016 :

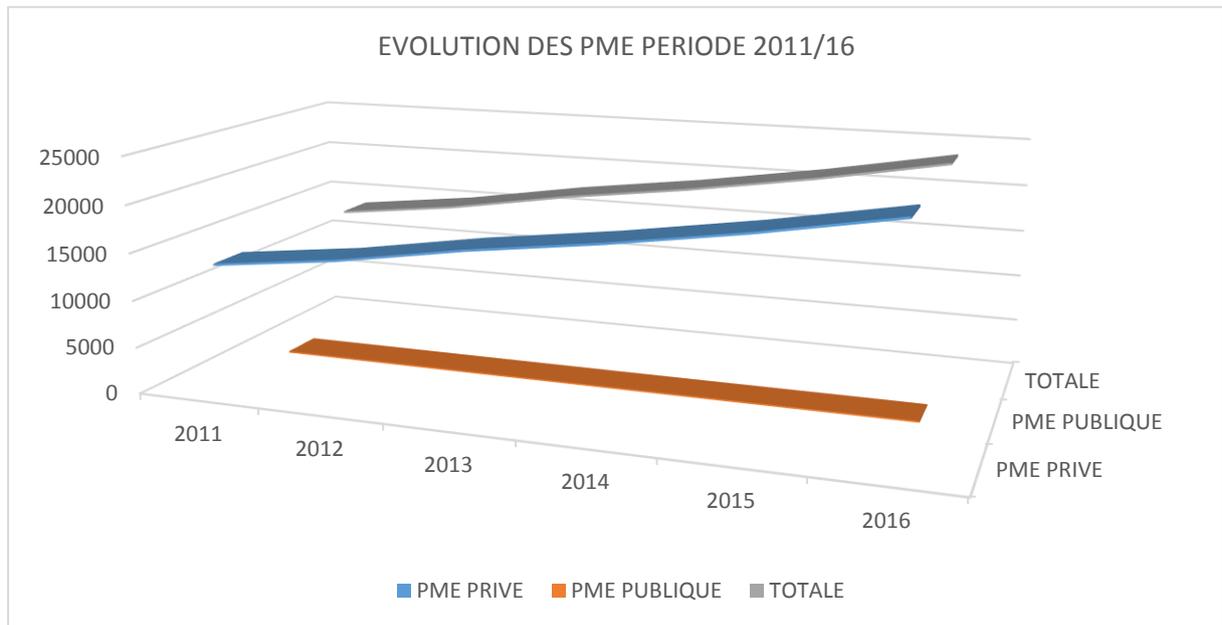
**Tableau 6 :**

N/PME	PME PRIVE	PME PUBLIQUE	TOTALE
2011	13433	41	13474
2012	15000	41	15041
2013	17166	41	17207
2014	18931	41	18972
2015	21026	41	21070
2016	23472	41	23513

Source : la direction des PME de la wilaya de Bejaïa / Ministère de l'Industrie et des Mines, Direction Générale de la Veille Stratégique, des Etudes et des Systèmes d'Information

### CHAPITRE III : REALITE ENTREPRENEURIALE EN ALGERIE : CAS WILAYA DE BEJAIA.

• **Figure 5. Courbe Représentante De L'évolution Des Pme :**



Source : déduction faite par nous-même à partir des données

De par ces données on peut donc en déduire que le nombre de PME est en perpétuel croissance notamment dans le secteur privé, ce qui ne sort du pas du hasard puisque l'état mets à disposition des dispositifs d'aide à la création et de suivi d'entreprise et de porteur de projet tel l'ANSEJ CNAC Etc. ce qui permettait à partir de là de réaliser une réelle valeur ajoutée et une redynamisation a l'économie locale et national.

**CHAPITRE III : REALITE ENTREPRENEURIALE EN ALGERIE : CAS WILAYA DE BEJAIA.**

**B. Tableau 6. Répartition des PME par commune au 31/12/2016 :**

DEPARTEMENT COMMUNALE	N/PME	N/EMPLOIES
BEJAIA	6869	21871
ELKSEUR	816	2609
SIDI AICH	580	1911
TAZMALT	851	1924
AKBOU	1950	7387
TIMZRIT	625	1401
SEDDOUK	444	1758
AMIZOUR	586	1134
SOUK EL TININ	459	1313
TICHI	393	1273
SEMAOUNE	312	825
TASKRIOUT	311	724
AOUKAS	455	1402
OUED GHIR	448	1250
I/OUZELLAGUEN	399	1359
KHERRATA	610	1199
DRAA EL KAID	278	840
TALA HAMZA	260	612
DERGUINA	235	503
AIT REZZINE	221	503
FEROUN	221	401
BERBACHA	209	390
MELBOU	205	957
CHEMINI	197	362
BENI DJELIL	189	480
AIT SMAIL	203	684
BOUDJELIL	179	674
SOUK EFELA	173	442
AMALOU	179	366
IGHRAM	149	402
BOUHAMZA	135	323
FENAIA	118	315
ADEKAR	119	341
EL FLAY	117	466
TAMRIDJET	112	188
BENI MAOUCHE	111	387
M' CISNA	107	541
B/KSILA	103	217
TIZI NBERBER	103	239
KENDIRA	95	197
BOUKHLIFA	100	247
IGHIL ALI	91	153
AKFADOU	91	153
TIFRA	88	185
CHELLATA	80	119
TIBAN	72	172
SIDI AYAD	67	126
TOURIRT/I	76	131
TINEBDAR	63	150
B/MILIKECHE	45	68
TAMOKRA	23	42
TOTALE	23472	61129

Source : Base de données CNAS de la wilaya de Bejaïa

## **CHAPITRE III : REALITE ENTREPRENEURIALE EN ALGERIE : CAS WILAYA DE BEJAIA.**

A partir de ce tableau on déduit que les communes dominantes tel que Bejaia, Akbou et Elkseur sont plus offreuse d'emplois par le nombre important de PME, ce qui peut s'expliquer par la disponibilité d'infrastructures tel les zones industrielles

### **2.1.3. L'objet du développement des PME :**

Même si les bilans de développement des PME démontre clairement le sérieux et la volonté de ces dernières, faute des gaspillages de l'énergie et de l'argent, Leur résultat ne reste pas si satisfaisant que ça, par conséquent des efforts restent à devoir faire. Pour qu'un dispositif soit efficace, il est dans l'obligation de faire une définition claire et opérationnelle des actions à mener. La multiplicité des acteurs institutionnels et l'absence d'une coordination entre les différents organismes n'arrangent pas l'essor de la PME algérienne.

Selon (Karim si-lekhal, Youcef Koraichi, Ali Gaboussa (2013))<sup>61</sup> il existe un potentiel énorme de nouveaux porteurs de projets. E ils propose les plus importantes :

- Moderniser le système bancaire en l'impliquant davantage dans le financement des petits entrepreneurs en développant des instruments adaptés aux besoins spécifiques des PME et en décentralisant la décision d'octroi de crédit.
- Renforcer la capacité de financement des entreprises par la création d'une banque spécialisée dans le financement des PME, comme OSEO en France ou BFPME en Tunisie. Qui aura pour vocation d'accompagner le développement de ces entreprises dans toutes les étapes de leur croissance et leur faciliter l'accès aux financements.
- Développer le financement par le capital-risque et microcrédit qui reste très peu répondu comme instruments susceptibles d'allumer le moteur économique des individus qui n'ont pas les moyens financiers et éveillera la créativité qui existe en chaque personne.
- Le microcrédit peut en outre apporter une réponse aux difficultés financières que rencontrent les promoteurs-chômeurs pour constituer le fameux apport personnel (5% ou 10% du coût du projet) que réclame l'ANSEJ et les banques.
- Réformer l'administration publique et ses institutions, en adaptant leurs fonctionnements aux exigences de l'économie de marché et en réduisant les degrés de la bureaucratie et de la corruption.
- Former les dirigeants des PME, en organisant des séminaires sur l'organisation du travail, la gestion, l'utilisation de l'outil informatique..., avec la création d'un

### **CHAPITRE III : REALITE ENTREPRENEURIALE EN ALGERIE : CAS WILAYA DE BEJAIA.**

réseau de centres de formation des dirigeants des PME, comme celui existant en Tunisie depuis 1980.

- La vulgarisation des aides financières et des garanties existantes pour maximiser l'utilisation des PME pour les lignes de crédits ouvertes.
- Impliquer davantage les collectivités locales (APC et Daïras) dans le processus de la promotion des PME. Leur permettre d'apporter des orientations et des aides techniques, par leur proximité des entrepreneurs grâce à des budgets spécifiques. - Permettre l'accès au foncier aux meilleurs coûts et faciliter l'installation des porteurs de projets de création d'entreprise.
- La mise en place d'un système national efficace de collecte, d'analyse et de diffusion d'informations économiques et financières et l'encouragement de l'utilisation des techniques de communication nouvelles comme Internet.

### **CHAPITRE III : REALITE ENTREPRENEURIALE EN ALGERIE : CAS WILAYA DE BEJAIA.**

#### **CONCLUSION**

D'après ce chapitre, on se rend compte que la wilaya Bejaïa a assisté depuis ces dernières années, à un regain d'intérêt pour les PME. Ce secteur a connu une mutation et une évolution très importante en raison de passage du pays de l'économie administrée à l'économie de marché.

On conclut que les PME jouent un rôle très important dans le développement économique et la wilaya de Bejaïa dispose d'un grand potentiel en opportunité entrepreneuriale, elle constitue un réel pôle d'attractivité à l'investissement en raison des infrastructures économiques dont elle dispose, tel que les réseaux routiers, le port, l'aéroport, les transports ferroviaires ainsi qu'un développement constant du secteur des postes et télécommunication.

Créer une entreprise, une PME, n'est pas aussi compliqué que ça en a l'air, car elles sont les plus amènes à s'intégrer au tissu économique et créer un développement et une croissance, c'est là que réside leur valeur ajoutée, en création d'emplois et développement locale, la stimulation de l'esprit d'entreprise qui est le moteur rénovateur du tissu économique et la créativité et de l'innovation locale.

---

<sup>69</sup> Karim SI LEKHAL, Youcef KORICHI, Ali GABOUSSA, 2013, : « Les PME en Algérie : Etat des lieux, contraintes et perspectives », Université kasdi merbah-ourgl, P12.

## **CHAPITRE IV : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUÊTE**

### **Introduction**

La situation transitoire de l'Algérie vers l'économie de marché a contribué à l'émergence d'autres acteurs économiques, qui commencent effectivement à rentrer en force dans le monde des affaires et prennent part d'avantage dans la vie économique et sociale du pays. L'entrepreneur algérien, bougeotte plus spécifiquement se trouve alors impliquée dans des rôles nouveaux qui lui permettent d'évoluer dans un espace autre que le salariat. De ce fait, il est appelé donc à être accompagnée (conseil, aides financière, suivie post création .....etc.) pour créer et développer son entreprise.

L'objet de ce chapitre est d'analyser d'une manière détaillée toutes les informations collectées. Pour ce faire, nous présenterons l'enquête de terrain que nous avons menée auprès des femmes et hommes entrepreneurs de la région de Bejaia. Ainsi, il devient nécessaire d'exposer dans cette section le choix méthodologique opérés. En effet, à travers cette enquête, nous souhaiterons essentiellement expliquer notre démarche concernant les objectifs de l'enquête et son déroulement, mais aussi à décrire, la conception et le contenu du questionnaire, l'échantillon étudié, la collecte et l'analyse des données et analyser et comprendre le phénomène de la motivation entrepreneuriale entre genre féminin et masculin dans la wilaya de Bejaïa ainsi que les contraintes que rencontrent ces chefs entreprises tout au long de leur parcours.

### **1. Méthodologie de la recherche :**

A défaut de cette enquête, nous allons essayer d'appréhender le phénomène de la motivation entrepreneuriale, une comparaison entre genre féminin et masculin de la wilaya de Bejaia, à partir d'un échantillon de créateurs d'entreprises.

#### **1.1.Objectif de l'enquête :**

Le but de notre enquête est de ressortir le profil des créateurs d'entreprise privés de la wilaya de Bejaia, les caractéristiques de leur entreprise (localisation, statut juridique, taille de l'entreprise, sources de financement, secteurs d'activité...etc.), leur motivation. Pour le domaine de l'entrepreneuriat (les motivations s'orienter vers l'entrepreneuriat, les situations qui ont stimulé le processus de création de l'entreprise, les facteurs importants dans le choix de se lancer en affaires, les facteurs de succès des entrepreneurs...).

## **CHAPITRE IV : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUÊTE**

### **1.2.Elaboration du questionnaire :**

Pour les besoins de notre enquête nous avons utilisé un questionnaire s'adressant aux chefs d'entreprises du secteur privé ayant été à l'origine de la création de leurs propres entreprises. Certaines communes de la wilaya de Bejaia ont été concernées par l'enquête, à savoir : Bejaia, El kseur.

Les questions portent essentiellement sur 3 volets

#### **1.2.1. Informations relatives à l'entreprise :**

Cette section est réservée aux données d'ordre général dont l'objectif est de nous permettre d'une part d'identifier l'entreprise enquêtée, à savoir : son nom, sa localisation, sa date de création, son statut juridique, son secteur d'activité, d'une autre part, de déterminer son poids économique dans le développement de la région, et cela à travers des données d'ordre techniques, qu'il s'agit d'effectif employé.

#### **1.2.2. Informations relatives à l'entrepreneur :**

L'existence de cette section se justifie par le fait que l'entrepreneur est l'acteur responsable du phénomène entrepreneurial. Elle a pour but de voir quelles sont les qualifications du créateur de l'entreprise, son origine, ses antécédents. Il s'agit de saisir l'impact du profil de l'entrepreneur sur la dynamique entrepreneuriale.

#### **1.2.3. Information relative à l'entreprise en matière de processus de création de la structure, obstacles rencontrée et motivations :**

Cette section a pour but de voir les ambitions et les raisons réelles ayant poussé l'entrepreneur à la création de son entreprise, ce qui la motivé à s'orienter vers l'entrepreneuriat les facteurs qui sont à l'origine du choix du secteur d'activité.

La personne enquêtée est le chef d'entreprise, le gérant ou l'un des propriétaires. La passation du questionnaire a nécessité plus d'une heure de temps de travail avec chaque chef d'entreprise enquêté. Le travail de terrain est mené en deux étapes : la première a consisté à déposer le questionnaire au niveau de l'entreprise pour être rempli ; la deuxième a été de compléter le questionnaire par un entretien avec ce dernier.

## CHAPITRE IV : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUÊTE

Afin de ne pas alourdir le questionnaire et d'avoir le maximum de réponses, nous avons veillé à ce que les questions soient administrées de la manière la plus claire et la plus courte possible, ce qui nous a conduit à choisir la méthode des questions fermées à choix multiple. Par ailleurs, nous avons évité au maximum les questions contraignantes pour pallier la méfiance des propriétaires d'entreprises et de gagner leur confiance.

### 1.3. La taille de l'échantillon :

Pour établir une représentation plus proche de la réalité. Il aurait été souhaitable d'utiliser la méthode des quotas qui consiste à respecter la proportionnalité des éléments constitutifs de l'échantillon. Comme nous ne pouvons pas assurer la représentativité équivalente des différents secteurs ; nous avons opté pour la méthode aléatoire. Ce choix s'explique essentiellement par le fait que l'échantillon a été constitué de façon à éviter les non réponses, réduire les coûts de l'enquête ainsi que ses délais. Notre choix de la dimension de cet échantillon s'appuie sur les critères suivants :

- La disponibilité des entrepreneurs à répondre à notre questionnaire.
- La représentativité des secteurs d'activités existant dans la wilaya de Bejaia.
- Le nombre attractif de création d'entreprises dans cette localité.

Notre échantillon se compose de 50 entrepreneurs, auxquels nous avons soumis le questionnaire. A la fin de l'enquête, nous avons pu récupérer 29 questionnaires, ce qui représente un taux de réponse de l'ordre de 58% Seulement 20 sont exploitables, dans la mesure où 9 questionnaires ont fait l'objet de non réponse ou mal remplis, chose qui nous a obligé à les éliminer de notre étude, vu le manque de leur crédibilité (non exploitables).

Les résultats de cette élimination sont récapitulés dans les tableaux n° 7 et n° 8 :

**Tableau 7. La taille de l'échantillon de notre enquête**

<b>Nombre Questionnaire</b>	<b>Nombre d'entreprises dans l'échantillon</b>	<b>Taux</b>
<b>Distribué</b>	50	100%
<b>récupéré</b>	29	58%
<b>Non récupéré</b>	21	42%

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

## CHAPITRE IV : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUÊTE

Tableau 8. Taille de l'échantillon étudié

<b>Questionnaire</b>	<b>Nombre</b>	<b>L'échantillon étudié</b>	<b>Taux</b>
<b>Récupéré</b>		29	58%
<b>Exploitable</b>		20	24%
<b>Non exploitable</b>		09	18%

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

Les restrictions apportées à notre échantillon sont dues essentiellement à :

- La non-disponibilité de certains entrepreneurs.
- Le refus de certains entrepreneurs de répondre au questionnaire.
- La non-conformité de quelques questionnaires.
- La méfiance de certain porteur de projet envers les potentiel information qu'ils pourront donner.

Nous avons choisi pour notre enquête Cinq secteurs d'activités à savoir : les services, l'industrie, l'agriculture, commerce & distribution et l'artisanat, car ce sont des branches qui représentent des taux de création d'entreprises les plus important en effet selon le bulletin d'information statistique de la PME, en 2018, la population de ces secteur d'activité représentent respectivement 24,81%, 28,63%, 36,64% de la population totale des PME). Ainsi, ils sont les plus dynamiques en matière d'économie et d'absorption du chômage. Ces secteurs sont considérés comme pourvoyeurs de poste d'emplois, notamment le secteur de l'agriculture. La classification des entreprises enquêtées selon leurs secteurs d'activité, est présentée dans le tableau n°9.

**Tableau 9. Répartition de l'échantillon Récupéré par branche d'activité**

Secteur d'activité	Echantillon final	Taux
Services	<b>7</b>	<b>35%</b>
Industrie	<b>5</b>	<b>25%</b>
agriculture	<b>3</b>	<b>15%</b>
artisanat	<b>2</b>	<b>10%</b>
Commerce & distribution	<b>3</b>	<b>15%</b>
Totale	<b>20</b>	<b>100%</b>

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

## **CHAPITRE IV : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUÊTE**

A partir des données du tableau n°9, notre échantillon final est constitué de 20 entreprises qui sont réparties comme suit : 7 unités dans les services, 5 unités dans L'industrie, 3 unité dans l'agriculture, 2 dans l'artisanat et enfin 3 unités dans le commerce et la distribution.

### **1.4. Déroulement de l'enquête :**

L'enquête a été lancée 25 mai 2019. Nous nous sommes déplacés au niveau du siège des entreprises, pour rencontrer personnellement les dirigeants et propriétaires de ces entreprises, pour leur administrer le questionnaire. Il faut savoir que d'une façon générale, nos informateurs ne remplissent pas notre questionnaire qu'après plusieurs jours de notre première rencontre, du fait essentiellement de leur non disponibilité, négligence et manque d'intérêt. Rares, sont les entrepreneurs qui acceptent de répondre à nos questions, lors de notre premier déplacement.

Toutefois, la passation du questionnaire a été bien accueillie par certains entrepreneurs, qui n'ont pas hésité à nous consacrer le temps nécessaire, afin de parler d'eux-mêmes, de leurs exploits personnels, de leurs motivations, de leur façon de gérer, de prise du risque et de leur esprit d'entreprise et d'indépendance.

En sachons que, toute au long de notre enquête, nous avons rencontré d'énormes difficultés, pour convaincre les entrepreneurs à répondre à nos questions. En effet, nous pouvons relever une grande résistance ou réticence de certains entrepreneurs privés lesquels, refusent systématiquement de coopérer avec nous, sans avancer de motifs valables. Sans oublier que dans la plupart des cas, les entrepreneurs ne sont pas disponibles à répondre aux questions, ce qui a constitué une contrainte majeure pour l'aboutissement de notre enquête.

### **1.5.Le traitement et dépouillement des questionnaires :**

Nous avons choisi un traitement manuel pour le traitement de données. Les questionnaires ont été vérifiés et numéroté afin de fin faire un travail organisé.

Nous avons fait des tableaux pour chaque question de notre questionnaire, pour ressortir les statistiques dont nous avons besoins, puis on les a informatisés afin de les introduire dans notre travail.

Ayant ainsi présenté les démarches méthodologiques de notre enquête, nous procéderons à la présentation et l'analyse des résultats de l'enquête du terrain qui fera l'objet de la seconde section.

## CHAPITRE IV : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUÊTE

### 2. Analyse des résultats de l'enquête :

#### 2.1.Présentations et caractéristique des entreprises :

Nous avons essayé à travers notre enquête, de répartir les entreprises privées enquêtées de la wilaya de Bejaia, selon les critères suivants : le lieu de localisation de l'entreprise, date de création, secteur d'activité, taille en matière d'effectif, sexe de l'entrepreneur, Age du créateur, son statut, sa forme juridique, la structure de financement initial, les organismes d'aides à la création, niveau de formation, chiffre d'affaire, et source de financement.

##### 2.1.1. La répartition des entreprises enquêtées par commune :

Le secteur privé dans la wilaya de Bejaia, a connu une réelle expansion dans la création et le développement des PME. Ce phénomène est particulièrement perceptible dans la ville de Bejaia. Par ailleurs, le développement de nouvelles zones d'activité, telles que les zones industrielles d'El Kseur a engendré une nouvelle concentration tant des microentreprises que des PME-PMI.

D'après le tableau n°10, La plupart des entreprises enquêtées se concentrent dans la ville de Bejaïa (55%), qui dispose relativement de plus de commodités. La ville, étant couverte par les infrastructures et réseaux d'utilités nécessaires, comporte un nombre important d'entreprises. En effet, la commune de Bejaïa constitue un grand pôle d'attractivité pour les investisseurs privés, la commune dispose d'avantages économiques comparativement aux autres villes de la wilaya tel que la commune d'Elkseur avec (45%).

**Tableau 10. La répartition des entreprises enquêtées par commune :**

Commune	fréquence	taux
Bejaïa	<b>11</b>	<b>55%</b>
Elkseur	<b>09</b>	<b>45%</b>
Totale	<b>20</b>	<b>100%</b>

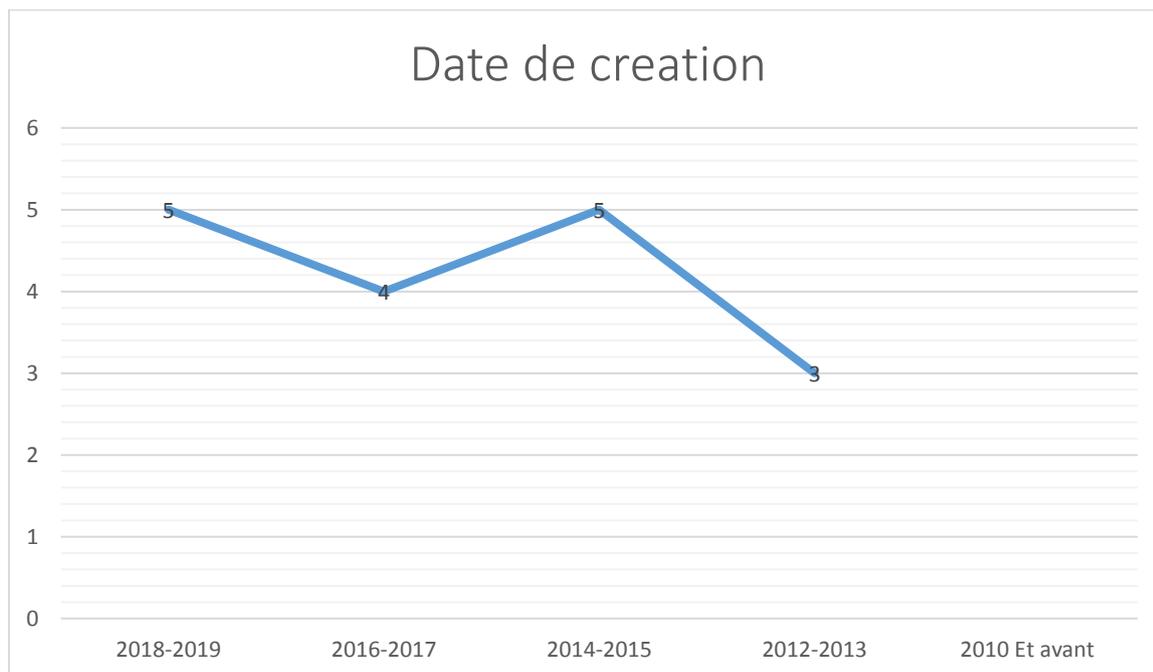
Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

## CHAPITRE IV : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUÊTE

### 2.1.2. La répartition des entreprises enquêtées selon la date de création :

Les résultats de notre enquête montrent que dans l'échantillon 5 entreprises sur 20 sont nouvellement créées à savoir de la période 2018-2019 ainsi que la période 2014-2015. 4 sur 20 concerne la période 2016-2017, et 3 sur 20 concerne la période 2012-2013 ainsi que les entreprises anciennement créées à savoir 2010 et avant.

**Figure 6. Courbe de des entreprises enquêtées selon la date de création :**



**Tableau 11. La répartition des entreprises enquêtées selon la date de création :**

Date de création	fréquence	taux
[2018-2019]	<b>5</b>	<b>25%</b>
[2016-2017]	<b>4</b>	<b>20%</b>
[2014-2015]	<b>5</b>	<b>25%</b>
[2012-2013]	<b>3</b>	<b>15%</b>
[2010-Et avant]	<b>3</b>	<b>15%</b>
<b>Totale</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

## CHAPITRE IV : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUÊTE

### 2.1.3. La répartition des entreprises enquêtées selon la forme juridique :

L'analyse des entreprises de notre échantillon selon leur statut juridique fait ressortir quatre formes à savoir, des entreprises individuelles (personne physique), des sociétés à responsabilité limitée (SARL), des sociétés en nom collectif (SNC), des affaires personnelles (EURL).

Le tableau n °12 illustre que la plupart des entreprises enquêtées sont des entreprises individuelles (soit 35%), c'est la forme la plus facile d'entrée dans les affaires en créant des microentreprises. La forme juridique SARL concerne 25% des entreprises enquêtées, les entrepreneurs optent pour cette forme en raison du capital relativement faible qu'elle nécessite. Les associés peuvent prendre part dans plusieurs entreprises en même temps. Ainsi, en cas de faillite, les risques sont limités uniquement aux apports de chaque associé au capital social de la société créée. Suivi par la forme EURL avec un taux de 30%. Les SNC représentent un taux faible 10%.

**Tableau 12. La répartition des entreprises enquêtées selon la forme juridique**

Forme juridique	Fréquence	taux
Entreprise individuelle	7	35%
SARL	5	25%
EURL	6	30%
SNC	2	10%
Totale	20	100%

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

### 2.1.4. La répartition des entreprises enquêtées selon l'effectif employé :

Notre échantillon est constitué en grande partie d'entreprises classées dans la catégorie d'entreprise individuel (personne physique) et microentreprise, comprenant entre [1-5] employés homme et femme. Elles représentent 55 et 15% du total (soit 15 unités). Les résultats sont récapitulés dans le tableau n°13

## CHAPITRE IV : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUÊTE

**Tableau 13. La répartition des entreprises enquêtées selon l'effectif employé**

Effectif employé	Fréquence	Taux
<b>TPE</b>	17	85%
<b>PE</b>	3	15%
<b>Totale</b>	20	100%

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

**Tableau 14. La répartition des entreprises enquêtées selon l'effectif employé genrée**

Effectif employés	Masculin	féminin
<b>TPE</b>	<b>43</b>	<b>21</b>
<b>PE</b>	<b>14</b>	<b>32</b>
<b>Totale = 110</b>	<b>57</b>	<b>53</b>

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

### 2.2. Informations relatives à l'entrepreneur :

#### 2.2.1. Présentation des entrepreneurs par sexe :

Selon les résultats de notre enquête présentés dans le tableau n°15, les hommes représentent relativement une part majoritaire, au sein de la catégorie sociale entrepreneur. En effet, sur 20 entrepreneurs enquêtés, 12 sont des entrepreneurs-hommes, soit 60 % de la population enquêtée. La part des entrepreneurs-femmes n'est aussi pas très négligeable, elle représente 40 % de la population enquêtée. Ceci montre que la fonction de l'entrepreneur contrairement aux années passées commence à s'ouvrir au genre féminin. Même s'il y a encore des efforts à faire, Les caractéristiques de la société algérienne ne facilitent pas l'intégration des femmes dans un milieu qui paraît dur et fermé.

**Tableau 15. Présentation des entrepreneurs par sexe :**

Sexe	Fréquence	Taux
Masculin	<b>12</b>	<b>60%</b>
Féminin	<b>8</b>	<b>40%</b>
Totale	<b>20</b>	<b>100%</b>

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

## CHAPITRE IV : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUÊTE

### 2.2.2. L'âge des créateurs d'entreprises :

Le tableau n°16, représente les tranches d'âge des entrepreneurs. Le plus grand nombre des entrepreneurs sont des trentenaires âgés en 30 et 39 avec une part qui de 45%, suivi de la catégorie vingtenaires qui représente 40% de la population enquêtée. A partir de ces données, l'entrepreneur se lance dans la création à un âge mature, après avoir acquis une importante expérience professionnelle et rassembler les capitaux nécessaires pour l'investissement. Ainsi, nous pouvons conclure que la création se fait généralement entre 20 et 40 ans.

Effectivement on remarque depuis ces dernière années une assertion des jeunes entrepreneurs dans le domaine entrepreneurial, désormais ils représentent 40% de la population enquêtée, un changement due à la mise à disposition de plusieurs dispositifs d'aide à la création d'entreprises tel l'ANSEJ ou ANGEM ou aidés par leurs parents ou proches.

**Tableau 16. L'âge des créateurs d'entreprises**

Age	Fréquence	Taux
<b>vingtenaire</b>	<b>8</b>	<b>40%</b>
<b>Trentenaire</b>	<b>9</b>	<b>45%</b>
<b>quadragénaire</b>	<b>3</b>	<b>15%</b>
Totale	<b>20</b>	<b>100%</b>

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

### 2.2.3. La situation matrimoniale des entrepreneurs :

Les résultats du tableau n °17 montre que la majorité des entrepreneurs sont célibataire, soit 60% de la population enquêtée. Sachant que l'état psychologique de l'entrepreneur a des incidences sur le projet d'entreprise, le sentiment de liberté et de la prise de risque est plus accru quand l'individu est célibataire, une situation familiale, peut être un élément non négligeable, ou l'individu a peur de risquer son avenir ou celui de ses enfants et préfère la sécurité qu'offre le salariat, ces mariées représente quand même 35% de la population enquêtée, et veuve 5%.

## CHAPITRE IV : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUÊTE

**Tableau 17. La situation matrimoniale des entrepreneurs**

Situation matrimoniale	Fréquence	Taux
Célibataires	12	60%
Mariées	7	35%
Veuf(Ve)	1	5%
<b>Totale</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

### 2.2.4. Niveau de formation :

Selon Souidi. R., Ferfera, M.Y, Akrouf. T, (2000) « La formation et le niveau d'instruction de l'entrepreneur influent toujours sur les choix qu'il effectue en ce qui concerne l'activité. La dimension, le financement et le mode de gestion de l'entreprise sont des conditions nécessaires qui permettent de déboucher sur l'innovation en tout genre ».

La moitié des entrepreneurs qui ont fait sujet d'enquête sont issue de la formation universitaire. Sur les 20 entrepreneurs enquêtés, 50% ont un niveau d'études universitaire, 35% sont issu de la formation professionnelle, 15% ont plus ou moins atteint le niveau d'études secondaires. Nous constatons d'après ces résultats que la plupart d'entrepreneurs ayant un niveau d'instruction de plus en plus élevé. Cette situation peut s'expliquer principalement par le chômage et la difficulté de trouver du travail pour les nouveaux diplômés de l'université. C'est la raison pour laquelle ils préfèrent créer leur propre emploi et de s'engager dans la création de leur entreprise.

**Tableau 18. Niveau d'étude et formation professionnel :**

Niveau de formation	Fréquence	Taux
Secondaire	<b>1</b>	<b>5%</b>
Lycée	<b>2</b>	<b>10%</b>
Université	<b>10</b>	<b>50%</b>
Formation professionnelle	<b>7</b>	<b>35%</b>
<b>Totale</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

## CHAPITRE IV : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUÊTE

### 2.2.5. Situation professionnelle des entrepreneurs avant la création de leur entreprise

Les résultats de notre enquête, présentés dans les tableaux 19,20,21 montrent que plus de la moitié des entrepreneurs enquêtés, soit 55% affirment avoir été chômeur, la plupart d'entre eux était des post-diplômés en manque de poste de travail suite à quoi ils auraient décidé de se lancer dans l'entrepreneuriat, 45% déclarent avoir été salarié ou ils auraient voulu se lancer dans leur propre affaire ou reprendre l'entreprise familiale.

**Tableau 19. Situation professionnelle avant l'entreprise**

Situation pro	Fréquence	Taux
Chômeur	<b>11</b>	<b>55%</b>
Salarié	<b>9</b>	<b>45%</b>
Total	<b>20</b>	<b>100%</b>

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

**Tableau 20. Situation professionnelle avant l'entreprise (Hommes)**

Situation pro	Fréquence	Taux
Chômeur	<b>5</b>	<b>42%</b>
Salarié	<b>7</b>	<b>58%</b>
Total	<b>12</b>	<b>100%</b>

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

**Tableau 21. Situation professionnelle avant l'entreprise (Femmes)**

Situation pro	Fréquence	Taux
Chômeur	<b>6</b>	<b>75%</b>
Salarié	<b>2</b>	<b>25%</b>
Total	<b>8</b>	<b>100%</b>

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

## CHAPITRE IV : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUÊTE

### 2.2.6. Expériences antérieures dans le domaine :

Lors de notre enquête et des entretiens avec les entrepreneurs, nous avons remarqué que dans leur majorité, ils ont créé dans le même secteur dans lequel ils avaient précédemment exercé. 60% (12 entrepreneurs) signalent avoir travaillé et acquis suffisamment de compétences techniques dans un secteur même que celui où ils ont créé leurs entreprises. 30% des enquêtés déclarent avoir une expérience entre 1 ans et 4 ans, et 25% entre 5 et 10 ans, ceci dit 40% (8 entrepreneurs) disent qu'ils n'ont pas d'expérience lors de la création de leurs entreprises.

**Tableau 22. Expérience antérieure des entrepreneurs**

<b>Expérience des entrepreneurs</b>	<b>Fréquence</b>	<b>Taux</b>
<b>Sans expérience</b>	8	40%
<b>[1-4]</b>	6	30%
<b>[5-10]</b>	5	25%
<b>[11- Et plus]</b>	1	5%
<b>Totale</b>	20	100%

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

### 2.2.7. L'entourage familial :

Afin d'évaluer l'influence du milieu familial de l'entrepreneur, sur son entrée dans les affaires, nous allons essentiellement porter notre attention dans ce paragraphe, sur ses relations avec ses parents, sa famille élargie.

Sur l'ensemble de l'échantillon, 35% des entrepreneurs enquêtés semble n'avoir eu aucune influence parentale ou fraternel ou familiale en générale de la faite qu'ils affirment qu'aucun de ces personnes n'a eu une expérience entrepreneuriale. Ceci dit 65% des entrepreneurs enquêtée affirmes avoir eu un membre de la famille entrepreneurs, Ces résultats peuvent être expliqués par le fait que les liens familiaux ont toujours eu une influence sur la personnalité de l'individus ce qui peut au futur l'emmené à s'orienter vers l'entrepreneuriat que sa sois en créant son propre business ou généralement en reprenant l'entreprise familiale, néanmoins le pourcentage des entrepreneur qui affirment n'avoir pas d'entrepreneurs dans la famille peut démontrer un phénomène nouveau ou les gens s'orientent vers l'entrepreneuriat, non pas parce que ils était influencé mais par nécessité due que sa sois au manque d'emplois ou autre ambitions personnels qu'elle soit économique ou psychologique

## CHAPITRE IV : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUÊTE

**Tableau 23. L'entourage familial :**

Membre de la famille	Fréquence	Taux
Parents	<b>3</b>	<b>15%</b>
Frères : sœurs	<b>3</b>	<b>15%</b>
Oncles	<b>6</b>	<b>30%</b>
Autres	<b>1</b>	<b>5%</b>
Aucun	<b>7</b>	<b>35%</b>
Totale	<b>20</b>	<b>100%</b>

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

### **2.3. Informations relatives à l'entreprise : création de la structure, processus et obstacles, motivations**

#### **2.3.1. Chiffre d'affaire de l'entreprise :**

La majorité des entrepreneurs enquêtés et qui ont répondu à notre question et affirment n'avoir pas fait d'important chiffre d'affaire en 1<sup>ere</sup> année d'exercice, 80% affirment avoir fait un chiffre d'affaire situant a moins de 600 000DA. Ceci s'explique par le fait que les entrepreneurs font leur entrée dans le marché par conséquent il ne peut y avoir d'important chiffre sans avoir bien cerné le marché en tant que propriétaire d'entreprise,

Cependant l'ensemble de l'échantillon étudié avoir fait des progrès, en effet 60% affirment avoir réalisé jusqu'à 1 300 000DA de chiffre d'affaire, 20% jusqu'à 2 100 000, 15% affirme avoir réalisé plus de 3 100 000DA de chiffre d'affaire, on peut en conclure à partir de ces résultats que les projets entrepreneuriaux sont plutôt réussi et en constante avance, ces données sont présentée dans le tableau n° 24 et 25.

## CHAPITRE IV : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUÊTE

**Tableau 24. Chiffre d'affaire en 1ere année d'exercice**

Chiffre d'affaire	Fréquence	Taux
Moins de 600 000DA	<b>16</b>	<b>80%</b>
800 000 à 1 300 000	<b>3</b>	<b>15%</b>
1 500 000 à 2 100 000	<b>0</b>	<b>0%</b>
Plus de 3 000 000	<b>1</b>	<b>5%</b>
Non déclaré	<b>0</b>	<b>5%</b>
<b>Totale</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

**Tableau 25. Chiffre d'affaire en dernière année d'exercice**

Chiffre d'affaire	Fréquence	Taux
Moins de 600 000DA	<b>3</b>	<b>15%</b>
800 000 à 1 300 000	<b>9</b>	<b>45%</b>
1 500 000 à 2 100 000	<b>4</b>	<b>20%</b>
Plus de 3 000 000	<b>3</b>	<b>15%</b>
Non déclaré	<b>1</b>	<b>5%</b>
<b>Totale</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

### **2.3.2. Les motivations à la création d'entreprise :**

D'après les résultats de notre enquête, nous avons remarqué que certains entrepreneurs, qu'ils soient hommes ou femmes, ont été motivés par plusieurs facteurs. En effet, 65% ont affirmé qu'ils étaient motivés par des facteurs économiques et psychologiques tels que la liberté, l'argent ou la reconnaissance de l'entourage, 50% déclarent que leur unique motivation était d'exercer dans un domaine qui a fait l'objet de leur domaine d'étude, à savoir une suite logique après la formation, 35% affirment s'être orientés vers l'entrepreneuriat dans le but de concilier leur vie professionnelle avec leur vie privée, par contre quand il s'agit d'une répartition géographique on remarque que les hommes ont tendance à être attirés par des facteurs financiers, quant aux femmes elles cherchent plus à compléter leur parcours de formation, ou concilier leur vie professionnelle avec leur vie personnelle. Ces résultats sont à voir dans le tableau N° 26, 27, et 28

## CHAPITRE IV : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUÊTE

**Tableau 26. Les motivations à la création d'entreprise**

Facteurs	Fréquence	Taux
Liberté, argent, reconnaissance	<b>13</b>	<b>65%</b>
Une suite logique après un parcours pédagogique	<b>10</b>	<b>50%</b>
Concilier vie privée et vie professionnelle	<b>7</b>	<b>35%</b>

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

**Tableau 27. Les motivations à la création d'entreprise : cas femme**

Facteurs	Fréquence	Taux
Liberté, argent, reconnaissance	<b>4</b>	<b>50</b>
Une suite logique après un parcours pédagogique	<b>5</b>	<b>62,5</b>
Concilier vie privée et vie professionnelle	<b>5</b>	<b>62,5</b>

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

**Tableau 28. Les motivations à la création d'entreprise : cas homme**

Facteurs	Fréquence	Taux
Liberté, argent, reconnaissance	<b>9</b>	<b>75%</b>
Une suite logique après un parcours pédagogique	<b>4</b>	<b>33%</b>
Concilier vie privée et vie professionnelle	<b>3</b>	<b>25%</b>

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

## CHAPITRE IV : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUÊTE

### Les motivations à la création d'entreprise entre opportunité et nécessité :

Les résultats de notre enquête, présentés dans le tableau n°29 ci-dessus montrent que 85% des entrepreneurs enquêtés affirment s'être orienté vers l'entrepreneuriat par opportunité, en effet, au-delà des facteurs de motivation tel que l'argent, ou la réussite sociale ou la logique de continuité de leur parcours, l'entrepreneuriat par définition c'est rechercher et saisir des opportunités et en combinant le parcours des porteurs de projet et leur ambition personnelle l'orientation vers l'entrepreneuriat par opportunité est presque une évidence, ajoutant aussi le facteur de la formation universitaire et professionnelle qui joue un rôle important dans la mesure où ce parcours constitue à lui-même une opportunité de création cependant il y a aussi 45% qui affirme s'être orienté vers l'entrepreneuriat par nécessité en effet certains individus contraints par des limites familiales ou personnelles s'orientent vers l'entrepreneuriat pour répondre aux exigences de leur présent.

Cela dit au cours de l'enquête que nous avons menée auprès de cette population d'entrepreneurs nous avons pu constater que certains porteurs de projet s'orientent vers l'entrepreneuriat aussi bien par opportunité que par nécessité.

**Tableau 29. Motivation entrepreneuriale entre nécessité et opportunité :**

Motif d'orientation	Fréquence	Taux
Nécessité	<b>7</b>	<b>35%</b>
Opportunité	<b>13</b>	<b>65%</b>
Totale	<b>20</b>	<b>100%</b>

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

## CHAPITRE IV : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUÊTE

- **Analyse de ces résultat d'un point de vue genrée :**

- **Tableau 30. Résultat de l'enquête auprès du genre féminin :**

Choix d'orientation des femmes entrepreneurs	Fréquence	Taux
Opportunité	<b>6</b>	<b>75%</b>
Nécessité	<b>2</b>	<b>25%</b>

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

Les résultats de notre enquête, présentés dans le tableau n°30 ci-dessus montrent que les femmes entrepreneurs enquêtés, soit 62,5% affirme s'être orienté vers l'entrepreneuriat par opportunité, effet les femmes dans leur optique d'assertion sociale et d'intégration du monde économique elles trouve dans l'entrepreneuriat l'opportunité d'exprimer leurs volontés et leurs idées, et seulement 3 femmes entrepreneurs affirme le faire par nécessité.

- **Tableau 31. Résultat de l'enquête auprès du genre Masculin :**

Choix d'orientation des hommes entrepreneurs	Fréquence	Taux
Opportunité	<b>8</b>	<b>67%</b>
Nécessité	<b>4</b>	<b>33%</b>

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

Les résultats de notre enquête, présentés dans le tableau n°31 ci-dessus montrent que près de la moitié des hommes entrepreneurs s'orientent vers l'entrepreneuriat à la fois par opportunité mais aussi par nécessité, en effet au moment où l'entrepreneuriat c'est la recherche et la saisie d'opportunité, la culture sociale algérienne ce veut que c'est l'homme qui doit travailler et nourrir sa famille condition qui pourrait expliquer cet état de fait.

## CHAPITRE IV : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUÊTE

### 2.3.3. Nature des motivations :

Les résultats de notre enquête, présenté dans le tableau 32 montrent que l'expérience entrepreneuriale de la majorité de la population d'entrepreneurs enquêté est animée par plusieurs facteur à la fois personnels tel que la liberté et l'autonomie, que le facteur financier à savoir la réussite financière, que les facteurs sociaux à savoir la reconnaissance et l'estime d'autrui de l'entourage etc. ...

**Tableau 32. Les facteurs qui anime l'expérience entrepreneuriale de cette population d'entrepreneurs enquêtée**

Facteurs	Fréquence	Taux
Personnels (autonomie, liberté, ... )	<b>17</b>	<b>85%</b>
Financiers ( réussite financière)	<b>19</b>	<b>95%</b>
Sociaux ( reconnaissance sociale, estime de l'entourage, ... )	<b>17</b>	<b>85%</b>
Totale	<b>20</b>	

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

- *Un ou plusieurs personnes peuvent choisir plusieurs options d'où les résultats précédant*

#### 2.3.3.1. Les facteurs qui animent l'expérience entrepreneuriale de cette population femme entrepreneurs enquêtée :

D'après le résultat de notre enquête, la population de femme entrepreneur enquêtée est plutôt ambitieuse, les résultats démontrent que l'expérience entrepreneuriale de la totalité de cette même population est animée a 100% par les trois facteurs, à savoir à la fois par les facteurs personnels tel que la liberté et l'autonomie, que le facteur financier à savoir la réussite financière, que les facteurs sociaux à savoir la reconnaissance et l'estime d'autrui de l'entourage etc. ...

## CHAPITRE IV : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUÊTE

**Tableau 33. Les facteurs qui anime l'expérience entrepreneuriale de cette population femme entrepreneurs enquêtée :**

Facteurs	Fréquence	Taux
Personnels (autonomie, liberté, ... )	<b>8</b>	<b>100%</b>
Financiers ( réussite financière)	<b>8</b>	<b>100%</b>
Sociaux ( reconnaissance sociale, estime de l'entourage, ... )	<b>8</b>	<b>100%</b>
Totale	<b>8</b>	

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

**2.3.3.2. Les facteurs qui animent l'expérience entrepreneuriale de cette population hommes entrepreneurs enquêtée :**

Les résultats de notre enquête, présenté dans le tableau 34 montrent que l'expérience entrepreneuriale de la majorité de la population d'homme entrepreneurs enquêté est animée par des facteur financiers en premier lieu à un taux 83,3% ensuite en viennent les facteur personnels tel que la liberté et l'autonomie, les facteurs sociaux à savoir la reconnaissance et l'estime d'autrui de l'entourage a un taux de 75%.

**Tableau 34. Les facteurs qui anime l'expérience entrepreneuriale de cette population hommes entrepreneurs enquêtée**

Facteurs	Fréquence	Taux
Personnels (autonomie, liberté, ... )	<b>9</b>	<b>75%</b>
Financiers ( réussite financière)	<b>10</b>	<b>83,3%</b>
Sociaux ( reconnaissance sociale, estime de l'entourage, ... )	<b>9</b>	<b>75%</b>
Totale	<b>12</b>	

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

## **CHAPITRE IV : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUÊTE**

### **2.3.4. Comment ces entrepreneurs ont décidé qu'il valait la peine d'investir :**

#### **Les principales suppositions :**

- Par passion pour le domaine
- Domaine de formation où ils ont acquis le plus de maîtrise
- La volonté de devenir chef d'entreprise
- Le devoir d'assurer la pérennité de l'entreprise familiale
- Potentiel commerciale du domaine investit
- A partir des études de marchés et études technico-économiques

Les principaux motifs qui ont animé les entrepreneurs de l'échantillon s'inscrivent dans une logique d'opportunité.

### **2.3.5. Le but de création de l'entreprise :**

#### **Principales suppositions :**

- Motivation économique (réussite financière ...)
- Pratiquer dans le domaine de formation
- Motivation personnelle (liberté, indépendance, ...)
- Motivation professionnelle (acquisition de l'expérience ...)

### **2.3.6. Obstacles rencontré au cour du parcours entrepreneuriale :**

Les résultats de notre enquête, présenté dans le tableau 35 montrent que au détriment de tous les efforts de l'état en matière d'aide la création d'entreprises les porteurs de projet se trouve encore dans des difficultés, en effet, un taux non négligeable de 70% des porteur de projet affirment avoir eu des obstacles au niveau du financement, mais aussi 15% de cette population rencontre des problèmes au niveau de la paperasserie, a sois 50% il faut dire que le problème de la bureaucratie est un frein omni présent dans l'administration algérienne.

## CHAPITRE IV : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUÊTE

**Tableau 35. Obstacles rencontré au cour du parcours entrepreneuriale**

Obstacles	Fréquence	Taux
Financement	<b>14</b>	<b>70%</b>
Bureaucratie	<b>10</b>	<b>50%</b>
Discrimination	<b>7</b>	<b>35%</b>
Totale	<b>20</b>	

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

**Tableau 36. Obstacles rencontré au cour du parcours entrepreneuriale : cas hommes**

Obstacles	Fréquence	Taux
Financement	<b>8</b>	<b>40</b>
Bureaucratie	<b>7</b>	<b>35</b>
Discrimination	<b>2</b>	<b>10</b>
Totale	<b>12</b>	

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

**Tableau 37. Obstacles rencontré au cour du parcours entrepreneuriale : cas femmes**

Obstacles	Fréquence	Taux
Financement	<b>6</b>	<b>75</b>
Bureaucratie	<b>3</b>	<b>37,5</b>
Discrimination	<b>5</b>	<b>62,5</b>
Totale	<b>8</b>	

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

## CHAPITRE IV : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUÊTE

### 2.3.7. Les principales sources de financement :

Selon les résultats de notre enquête, les capitaux initiaux investis, proviennent essentiellement du financement familiale des entrepreneurs a sois 90 %, ensuite en viennent emprunts bancaires avec un taux de 40%, 10% des capitaux investi viennent du l'épargne personnel des porteurs de projet. On peut constater que les emprunts auprès des dispositifs d'aide est presque inévitable, néanmoins le financement parental demeure en premier lieux, ces entrepreneurs Préfèrent rester indépendants et autonome et s'appuyer sur les ressources familiales.

*« L'héritage d'un capital économique et social accumulé par les générations antérieures dispense d'une accumulation préalable à l'installation, en d'autres termes il fait gagner du temps »<sup>62</sup>*

**Tableau 38. Les principales sources de financement de la population d'entrepreneurs enquêtée :**

Source d'aide financière	Fréquence	Taux
Financement personnelle	<b>2</b>	<b>10%</b>
Entourage familiale	<b>18</b>	<b>90%</b>
Organismes financiers	<b>8</b>	<b>40%</b>
<b>TOTALE</b>	<b>20</b>	

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

---

<sup>62</sup> R. AKNINE, R. SOUIDI, « Le profil des créateurs d'entreprises en Kabylie : Le poids de la famille et l'incidence du chômage dans la création d'entreprises », P 5.

## CHAPITRE IV : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUÊTE

### 2.3.8. Les raisons qui ont contribué au choix de dimension des projets de la population d'entrepreneurs enquêtés

Les résultats que montre le tableau n°39 sont les raisons qui ont contribué au choix de la dimension du projet. En effet, 65 % des entrepreneurs ont déclaré avoir créé des micros et des petites entreprises lors du démarrage parce que ils n'ont pas eu les capitaux nécessaires. Limiter les risques en cas d'échec et être à la tête d'une entité qu'ils peuvent contrôler, c'est-à-dire commencer petit pour devenir grand, celle-ci est la combinaison principale du choix de dimension du projet. 45% déclare que c'est en de peur de l'échec et donc limiter les risques, ceci sont les raisons qui ont contribué à la décision de ne pas se lancer dans une grande entreprise.

D'autres, soit 60% des enquêtés ont considéré que « être à la tête d'une entité qu'ils peuvent contrôler » est la raison principale qui a animé ce choix de la petite dimension. Suivi des entrepreneurs qui considère que c'est pour des raison d'opportunité environnementale et qui représente 8 entrepreneur sur 20. Comme mentionnée dans le tableau ci-dessous.

**Tableau 39. Les raisons qui ont contribué au choix de dimension des projets**

Les raisons	Fréquence	Taux
1- Financements limité	<b>13</b>	<b>65%</b>
2- Peur de l'échec	<b>9</b>	<b>45%</b>
3- Opportunités environnementales	<b>8</b>	<b>40%</b>
4- Entre à la tête d'une entité qu'on peu contrôler	<b>12</b>	<b>60%</b>
Totale	<b>20</b>	

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

- *Un ou plusieurs personnes peuvent choisir plusieurs options d'où les résultats précédant*

## CHAPITRE IV : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUÊTE

### 2.3.9. Conciliation entre vie familiale et vie professionnelle :

#### A. Hommes :

- Difficultés d'organisation résulte une fatigue et manque d'optimisme.
- Vie professionnelle concilié avec vie personnelle, résultat satisfaisant.
- Les deux se rencontre, l'entrepreneuriat est un travail à plein temps
- Bonne organisation entre travail et vacances, weekend, etc.
- Deux portion bien distinct, chaque une sa part du temps.
- Parfaitement bien

#### B. Femmes :

- Vie professionnelle concilié avec vie personnelle
- Difficultés d'organisation résulte une fatigue et manque d'optimisme.
- Rencontre satisfaisante en vie professionnelle et privé
- Difficulté de s'occuper dans taches de la vie professionnelle et privé dans la même journée résultat une fatigue.
- Elles ne voient pas beaucoup leurs familles
- Elles ont l'impression que leur enfant n'est pas le fruit de leur éducation

15% de la population d'entrepreneurs enquêtée n'a pas souhaité répondre.

### 2.3.10. Avez-vous l'impression d'avoir réussi ?

Les résultats de notre enquête, présenté dans le tableau 34 montrent que 70% de la population d'entrepreneurs qui ont fait objet de notre enquête déclare avoir réussi leur projet entrepreneurial. Leurs principales réponses :

- Disponibilité d'une clientèle fidèle et permanente
- Bon chiffres d'affaires
- Clients satisfait des services offerts

10% déclarent qu'ils ont échoué pour principales raison :

- Difficulté a l'écoulement de la production
- Chiffre d'affaire déficitaire

## CHAPITRE IV : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUÊTE

**Tableau 34. Avez-vous l'impression d'avoir réussi**

<b>Réponses</b>	<b>Fréquence</b>	<b>Taux</b>
<b>Oui</b>	14	70%
<b>Non</b>	2	10%
<b>N'a pas souhaité répondre</b>	4	20%
<b>Totale</b>	20	100

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

## CHAPITRE IV : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUÊTE

### Conclusion

Au cours de l'enquête que nous avons menée auprès de ces chefs d'entreprise, nous avons pu cerner l'archétype de ces petites et moyennes entreprises créées, en effet la plupart de ces entrepreneurs investie essentiellement dans des secteurs à faible et moyenne intensité capitalistique qui offre des taux de rentabilité élevés. Les entreprises enquêtées se caractérisent globalement par leur taille moyenne. Elles sont nouvellement créées. Leur forme juridique dominante est l'entreprise individuelle et la EURL.

Les entrepreneurs enquêtés sont généralement de sexe masculin, célibataire et d'âge jeune, des vingtenaires et des quadragénaires. Orienté vers l'entrepreneuriat par opportunité et par nécessité, Qui était pour la plupart des chômeurs issue de la formation universitaire, Ce sont des jeunes instruits, a haut niveau d'étude, même s'il y a une proportion importante qui sont issu de la formation professionnelle. Ils ont acquis suffisamment d'expérience et de savoir-faire dans le même secteur où ils ont créé leurs entreprises.

Cependant ces même chefs d'entreprises affirment être confrontées à des lenteurs administratives, des contraintes réglementaires et le manque de financement. Parmi les attentes des entrepreneurs nous citerons la souplesse de l'administration et la lutte contre la bureaucratie, la concurrence déloyale et la facilitation d'accès aux ressources financières et une meilleure implication des banques au ambitions des porteurs de projets.

## CONCLUSION GENERALE

Nos motivations personnelles émanent de nos plus vieilles histoires personnelles. En effet, Ces dernières permettent d'identifier nos désirs, de mieux cerner l'image que l'on se fait de soi. De là se créent nos aspirations, ces dernières qui en font une source à nos motivations.

Le désir de réalisation est le plus souvent évoqué, en effet c'est de là que naît la motivation entrepreneuriale qui anime les hommes et femmes porteurs de projet, mais il n'existe pas de recherche spécifique sur l'image qu'un entrepreneur homme ou femme se fait de lui-même, des facteurs qui le pousse à s'orienter vers un projet entrepreneuriale, aspect important pour apprécier l'intensité motivationnelle genrée.

Dans le cadre de notre de recherche, un axe de développement important est la mesure de la motivation entrepreneuriale, la comparaison entre l'aspect genre féminin et masculin, prenant en compte ses deux composants principaux : sexe et genre. Cette recherche, menée au sein de ces deux zones géographiques à savoir Bejaïa et Elkseur, a permis d'apprécier les intensités et l'origine de la motivation entrepreneuriale des deux genres, ces premiers résultats participeront à une meilleure compréhension des dynamiques entrepreneuriales la compréhension théorique de la motivation entrepreneuriale est une aide précieuse pour la mesure de cette attitude, s'éloignant des explications simplistes en termes de traits de personnalité et se distinguant des approches purement behavioristes (données directement observables).

Par ce présent travail de recherche nous avons tenté d'analyser et découvrir les différents facteurs qu'ils soient psychologiques, socioculturels ou personnels, qui pousse au faite ou qui motive une femme ou un homme à devenir porteur de projet et se lancer dans la création d'une entreprise, l'impact de l'actions entrepreneuriales dans ce cadre, dans la wilaya de Bejaïa. Pour y parvenir, On a présenté une étude de la motivation psychanalytique, et ses origines, ainsi que la motivation entrepreneuriale en générale, l'études de l'aspect sexe biologique et genre, et le contexte entrepreneurial des créateur et porteur de projet au niveau de la wilaya de Bejaïa.

L'analyse des résultats de l'enquête nous a permis de vérifier les hypothèses retenues :

## CONCLUSION GENERALE

### **Hypothèse 1. La motivation entrepreneuriale des hommes et des femmes est différente.**

Cette hypothèse a été rejetée dans la mesure où l'on a pu enregistrer des inégalités significatives en matière de motivation ayant poussé les hommes et les femmes à créer des entreprises, en effet, les motivations d'opportunités semblent être la plus retenue, dans la mesure où 17 entrepreneurs sur 20 l'on souligné, ce résultat peut être expliqué par la nature de l'échantillon ou la majorité des enquêtés ont suivi une formation universitaire ou professionnelle, cette formation constitue une opportunité à saisir pour la création d'entreprise.

### **Hypothèse 2. Les hommes sont plutôt orientés vers des activités entrepreneuriales pour des motifs économiques.**

Cette hypothèse a été validée dans la mesure où l'on a pu enregistrer un taux important d'homme entrepreneurs animé par une motivation économique, en effet le facteur « liberté, argent et reconnaissance » semble être le plus retenu dans la mesure où 9 homme entrepreneurs sur 12 l'on affirmé, de résultat peut être expliquer par la coutume sociale algérienne où l'homme est désignée comme le personnage qui prend la responsabilité financière de sa famille, qui constitue une réel motivation à la gagne économique.

### **Hypothèse 3. Les femmes s'inscrivent dans le domaine entrepreneurial pour des raisons personnelles et sociales.**

Cette hypothèse a été validée dans la mesure où l'on a pu enregistrer un échantillon de 5 femme entrepreneur sur 8 ayant affirmé être orienté vers l'entrepreneuriat pour motif « une suite logique après un parcours pédagogique » et « concilier vie privée et vie professionnelle », ce résultat peut être expliquer par le fait que les femmes dans leur optique d'assertion sociale et d'intégration du monde économique trouve dans l'entrepreneuriat l'opportunité d'exprimer leurs volontés et leurs idées.

Une première limite peut être soulevée quant à la représentativité de l'échantillon interrogé, en effet pour des raisons de proximité nous n'avons pas pu élargir notre terrain d'étude limité à la région de Bejaia et Elkseur, mais aussi un manque quant au nombre d'échantillon étudié.

Nom de l'enquêteur : AKKOUR Mohamed Rédha

Questionnaire N° ....

Dans le cadre de la réalisation d'un mémoire de fin d'étude, qui porte sur le thème de la motivation entrepreneuriale, nous avons l'honneur de vous soumettre ce questionnaire, qui constitue l'instrument principal de notre travail de recherche.

Vos réponses sont anonymes, elles feront l'objet d'un traitement académique confidentiel.

La qualité et la précision de vos réponses contribueront à la réussite de ce travail

## QUESTIONNAIRE

### Informations relatives à l'entreprise

1. Nom de l'entreprise : .....
2. Localisation : .....
3. Date de création de l'entreprise : .....
4. Statut juridique : Sarl  Eurl  Snc  Personne Physique 
  - Autre .....
5. Secteur d'activité : .....
6. Nombre d'effectif : ..... Dont
  - Homme .....
  - Femme .....

### Information relative à l'entrepreneur

7. Sexe : Masculin  Féminin
8. Age : .....
9. Situation matrimoniale : Célibataire  Marié(e)  veuf(ve)
10. Niveau de formation : Secondaire  Lycée  Université   
Formation Professionnelle  Autres : .....

11. Situation professionnel avant l'entreprise : Chômeur  Salarié(e)

12. Avez-vous une expérience antérieur (avant) : Oui  non

- Dans votre domaine : oui  non
- Si oui, combien d'années cumulée ? : .... Ans

13. Y a-t-il des entrepreneurs dans votre entourage familial : Oui  Non

Si oui :

- Parent  Frères  Oncles
- Autre : .....

**Information relative à l'entreprise : Création de la structure, processus et obstacles, Motivations.**

14. Chiffre d'affaires estimé :

1ere année d'exercice	dernière année	
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Moins de 600 000 DA
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Entre 800 000 à 1 300 000 DA
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Entre 1 500 000 à 2 100 000 DA
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Plus de 3 000 000 DA

15. quels sont les facteurs qui vous ont motivé à vous orienter vers l'entrepreneuriat :

- La liberté, l'argent, la reconnaissance
  - Une suite logique après votre parcours pédagogique
  - Concilier vie privée et professionnelle
  - Autre .....
- .....

16. Estimez-vous que vous vous êtes orienté vers l'entrepreneuriat plutôt par :

- Opportunité
- Nécessité

17. Votre expérience entrepreneuriale est animée principalement par de facteurs :

- Personnels (autonomie, liberté, ...)
- Financiers (réussite financière)
- Sociaux (reconnaissance sociale, estime de l'entourage, ...)
- Autres : .....

18. Comment avez-vous décidé qu'il valait la peine d'investir dans ce domaine qui est le vôtre actuellement :

.....  
.....

19. Dans quel but avez-vous créé votre entreprise :

.....  
.....

20. Combien de temps écoulée depuis l'idée, jusqu'à sa concrétisation, (la création de cette entreprise) : ..... Ans

21. Avez-vous rencontré des obstacles tout au long de votre parcours entrepreneurial ?

- Difficulté de financement
- Bureaucratie
- Discrimination
- Autres .....

22. Quel ont été vos principales sources d'aides :

- Financement personnel
- Parents
- Proches
- Crédit bancaire
- Dispositif d'aide à la création d'entreprise, à savoir : .....

23. Quelles sont les raisons qui ont contribué au choix de dimension du projet (taille de l'entreprise) :

- Financement limité
- Peur de l'échec
- Opportunités environnementales (infrastructures, avantage fiscaux etc.)
- Etre à la tête d'une entité que vous pouvez contrôler
- Autres .....

24. Comment gérez-vous votre vie professionnelle et personnelle :

.....

.....

25. Avez-vous l'impression d'avoir réussi et pourquoi :

- Oui
- Non

- Pourquoi :

.....

.....

## BIBLIOGRAPHIE

### Ouvrage :

- 1- FAYOLLE. A, 2005, « Introduction à l'entrepreneuriat » », édition Dunod, paris.
- 2- JANSSEN. F, JULIEN. P-A, 2016 : « Préface, Entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat », Edition Boeck Supérieur, Paris.
- 3- JULIEN P-A et MARCHESNAY M, 1997 « Economie et stratégies industrielles », Edition Economica.
- 4- KAWASAKI. G, 2009, « La réalité de l'entrepreneuriat », Edition Diatino, Paris.
- 5- MICHEL. S, 1989, : « Peut-on gérer les motivations ? », Edition PUF, Paris.
- 6- VERSTRAETE. T, 2000, Histoire d'entreprendre-les réalités de l'entrepreneuriat, édition EMS.

### Thèses :

- 1- ADJOUT. S, 2011, « Entrepreneuriat féminin : Etat des lieux et caractéristiques, cas de la wilaya de Bejaia », Université Abderrahmane mira de Bejaia.
- 2- BEN MAKHLOUF. Y, 2014, : « L'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou », Laboratoire REDYL Réformes Economiques et Dynamiques Locales, Université Mouloud Mammeri.
- 3- BERBER. N, 2014, : « L'entrepreneuriat en Algérie », Mémoire de Magister en Management, Université d'Oran.
- 4- BERREZIGA A et MEZIANE A : « La culture entrepreneuriale chez les entrepreneurs algériens », Colloque National sur les stratégies d'Organisation et d'Accompagnement des PME en Algérie ».
- 5- DAOUST.L, 1996, « La satisfaction et la performance au travail : deux concept distinct avec des déterminants différent », Université de Moncton.
- 6- De Bruin (2007), Cité par T. Lebegué & R. Paturel, « De l'intention à la création d'entreprise chez les femmes : Les transformations sur l'image de soi et les conséquences sur le temps du projet », IAE, Brest.
- 7- DIAMANE. M, KOUBAA. S, « Les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat », Ecole Doctorale du Groupe ISCAE Casablanca, Maroc.
- 8- ESTAY. C, 2006, « La motivation entrepreneuriale », Université des Sciences et Technologies de Lille 1 Institut d'Administration des Entreprises, Lille.
- 9- GUECHTOULI. W, GUECHTOULI. M, 2014, « L'entrepreneuriat en Algérie : quels enjeux pour quelles réalités ? », IPAG Business School, Paris.
- 10- GUECHTOULI. W, GUECHTOULI. M, 2014, « L'entrepreneuriat en Algérie : quels enjeux pour quelles réalités ? », IPAG Business School, Paris.
- 11- HAMADACHE Amara, 2017, « Quelle sont les ressources de financement des PME algériennes : problèmes et évaluation ? Cas des PME de la commune d'Akbou, HIMI-Bejaia (groupe INSIM).
- 12- Karim SI LEKHAL, Youcef KORICHI, Ali GABOUSSA, 2013, : « Les PME en Algérie : Etat des lieux, contraintes et perspectives », Université kasdi merbah-ourgl.
- 13- LEBLANC. G, 2012, « Les individus motivés sont-ils plus performants ? », Thèse présentée à la Faculté des études supérieures en vue de l'obtention du grade de (PhD) en psychologie, Université de Montréal.
- 14- R. AKNINE, R. SOUIDI, « Le profil des créateurs d'entreprises en Kabylie : Le poids de la famille et l'incidence du chômage dans la création d'entreprises ».
- 15- REDIEN-COLLOT. R, 2006, « Pour une approche genrée de l'entrepreneuriat », réseau de recherche genre et entrepreneuriat, académie de l'entrepreneuriat.
- 16- ROUSSEL. P, 2000, « La motivation au travail - concept et théories », Ouvrage collectif coordonné par Pierre Louart Professeur des Universités, Lirhe, ESUG-UT1, Toulouse.
- 17- ZAMMAR. R, : Conférence « Initiation à l'entrepreneuriat », Université Mohammed V, Rabat.

### Articles :

- 1- Cornet & Ch. Constandinidis, Juillet-Aout 2004, « Entreprendre au féminin : Une réalité multiple et des attentes différenciées », Revue Française de Gestion N° 151.
- 2- A. K. Mane, 2008, : « Les modes de gestion des hommes et des femmes entrepreneurs dans les PME à Dakar », Institut Fondamental d'Afrique Noire, université de Dakar, mémoire de maitrise.
- 3- BOURGUIBA. M, 2007, « de l'intention a l'action entrepreneuriale : approche comparative auprès de TPE françaises et tunisiennes », institut d'administration des entreprises, université Nancy 2.
- 4- CHASSERIO. S, POROLI. C, PAILLOT. P, 2016, « L'entrepreneuriat est-il genré ? », Université Côte d'Azur, SKEMA, France, <https://www.researchgate.net/publication/313888319>.
- 5- ESTAY. C, DURRIEU. F, DIOP. P. M, 2011, Motivation entrepreneuriale et logique d'action du créateur, Revue internationale P.M.E., 24(1), 135-165, <https://doi.org/10.7202/1012554ar>.
- 6- FILION L-J, 1997, « le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », Revue internationale PME, vol. 10, no 2.
- 7- Filion, L. (1997), : « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances ». Revue internationale P.M.E
- 8- PEYRE. E, WELS. J, 1997, « le sexe biologique et sa relation au sexe sociale », [http://syndromedebenjamin.free.fr/oms/peyre\\_wiels-les\\_temps\\_modernes1997.pdf](http://syndromedebenjamin.free.fr/oms/peyre_wiels-les_temps_modernes1997.pdf).
- 9- VAN CAILLIE. D, MULLER. A, 1999, : « Séminaire, la PME et L'entreprise familiale », Institut des Reviseurs d'Entreprises, Université de Liège.
- 10- VESTRAETE. T, FAYOLLE. A, 2005, « paradigmes et entrepreneuriat », revue de l'entrepreneuriat, vol 4, n°1.

## **BIBLIOGRAPHIE**

### **Rapport :**

- 1- Agence Nationale d'Intermédiation et de Régulation Foncière, 2013, « rubrique monographique de la wilaya de Bejaïa », ANIREFF.
- 2- DIRECTION GENERALE DES DOUANES, Statistiques du commerce extérieur de l'Algérie 2018, Centre National de l'Informatique et des Statistiques.
- 3- Y. Nicolas, 2006, « Promouvoir l'égalité entre hommes et femmes : initiatives et engagements français en matière de genre et développement », Rapport de la Direction générale de la coopération internationale et du développement.

## Liste des figures

**Figure 1.** L'équation de la chaîne d'innovation

**Figure 2.** Les phénomènes en jeu dans la motivation.

**Figure 3.** Logique d'action du créateur d'entreprise.

**Figure 4.** Répartition des PME privé de la wilaya de Bejaïa par type

**Figure 5.** Courbe représentante de l'évolution des PME

**Figure 6.** Courbe de des entreprises enquêtées selon la date de création

## Liste des tableaux

- Tableau 1.** Les différents courant de la recherche entrepreneuriale.
- Tableau 2.** Les différentes activité économique e la wilaya de Bejaïa
- Tableau 3.** Répartition des PME privées de la wilaya de Bejaïa par types
- Tableau 4.** Répartition des PME industriels par secteur d'activité
- Tableau 5.** Le tissu industriel de la wilaya de Bejaïa
- Tableau 6.** Répartition des PME de la wilaya de Bejaïa par commune
- Tableau 7.** Taille de l'échantillon de l'enquête
- Tableau 8.** Taille de l'échantillon étudié
- Tableau 9.** Répartition de l'échantillon final par branche d'activité
- Tableau 10.** Répartition des entreprises enquêtés par commune
- Tableau 11.** Répartition des entreprises enquêtés selon la date de création
- Tableau 12.** Répartition des entreprises enquêtés selon la forme juridique
- Tableau 13.** Répartition des entreprises enquêtées selon l'effectif employé
- Tableau 14.** Répartition genrée de l'effectif employé
- Tableau 15.** Répartition des entrepreneurs par sexe
- Tableau 16.** Répartition selon l'Age de l'entrepreneur
- Tableau 17.** Répartition selon la situation matrimoniale
- Tableau 18.** Répartition selon le niveau de formation
- Tableau 19.** Répartition selon la situation professionnelle antérieur
- Tableau 20.** Répartition selon la situation professionnelle antérieur : cas hommes
- Tableau 21.** Répartition selon la situation professionnelle antérieur : cas femmes
- Tableau 22.** Expérience antérieur des entrepreneurs
- Tableau 23.** L'entourage familial

## Liste des tableaux

**Tableau 24.** Chiffre d'affaire en 1ere année d'exercice

**Tableau 25.** Chiffre d'affaire en dernière année d'exercice

**Tableau 26.** Les motivations à la création d'entreprise

**Tableau 27.** Les motivations à la création d'entreprise : cas femme

**Tableau 28.** Les motivations à la création d'entreprise : cas homme

**Tableau 29.** Motivation entrepreneuriale entre nécessité et opportunité

**Tableau 30.** Motivation entrepreneuriale entre nécessité et opportunité : cas féminin

**Tableau 31.** Motivation entrepreneuriale entre nécessité et opportunité : cas masculin

**Tableau 32.** Les facteurs qui anime l'expérience entrepreneuriale de cette population d'entrepreneurs enquêtée

**Tableau 33.** Les facteurs qui anime l'expérience entrepreneuriale de cette population femme entrepreneurs enquêtée

**Tableau 34.** Les facteurs qui anime l'expérience entrepreneuriale de cette population hommes entrepreneurs enquêtée

**Tableau 35.** Obstacles rencontré au cour du parcours entrepreneuriale

**Tableau 36.** Obstacles rencontré au cour du parcours entrepreneuriale : cas hommes

**Tableau 37.** Obstacles rencontré au cour du parcours entrepreneuriale : cas femmes

**Tableau 38.** Les principales sources de financement de la population d'entrepreneurs enquêtée

**Tableau 39.** Les raisons qui ont contribué au choix de dimension des projets

**Tableau 34.** Avez-vous l'impression d'avoir réussi

## TABLE DES MATIÈRES

<b>Introduction générale</b>	<b>05</b>
<b>Chapitre I : entrepreneuriat : cadre conceptuel et fondements théoriques</b>	<b>09</b>
Introduction	09
1. Histoire, éclatement, définition et importance de l'entrepreneuriat	10
1.1.Histoire de l'entrepreneuriat	10
1.1.1. Les économistes	10
1.1.2. Les behavioristes	12
1.2.L'éclatement de l'entrepreneuriat	12
1.3.Définition de l'entrepreneuriat	13
1.3.1. Le paradigme de l'opportunité d'affaire	15
1.3.2. Le paradigme de l'émergence organisationnelle	15
1.3.3. Le paradigme de création de valeur	15
1.3.4. Le paradigme de l'innovation	16
1.4.Les différentes approches dominantes de la recherche entrepreneuriale	17
1.4.1. L'approche centrée sur les individus	17
1.4.2. L'Approche comportementale	18
1.4.3. L'approche centrée sur le processus	19
1.5.Vue synthétique du champ de l'entrepreneuriat	20
2. L'entrepreneur : définition, motivations et caractéristiques	21
2.1.L'entrepreneur de la pensée classique	21
2.1.1. L'entrepreneur de Cantillon	21
2.1.2. L'entrepreneur : individu égoïste	22
2.1.3. L'entrepreneur de Jean-Baptiste Say	23
2.2.L'entrepreneur de la pensée contemporaine	24
2.2.1. L'entrepreneur Drucker	24
2.2.2. L'entrepreneur leader	24
2.3.L'entrepreneur de la théorie du comportement	25
2.4.L'entrepreneur : agent centrale de l'activité économique	26
2.4.1. L'entrepreneur schumpetérien	26
2.4.2. L'entrepreneur Knight	27
2.4.3. L'entrepreneur Kirzner	27
Conclusion	28

## TABLE DES MATIÈRES

<b>Chapitre II : La motivation et le genre : cadre conceptuel</b>	<b>29</b>
Introduction	29
1. La motivation entrepreneuriale : fondements théoriques	30
1.1.L'origine de la motivation : approche psychanalytique	30
1.2.Les fondements pragmatiques de la motivation	33
1.2.1. La théorie du besoin de McClelland	34
1.2.2. La théorie du besoin de Maslow	34
1.2.3. La théorie ERD ou ERG, Existence, Relatedness & growth d'Alderfer.	34
1.2.4. La théorie bi-factoriel de Herzberg	35
1.2.5. La théorie du choix cognitif	36
1.2.6. L'approche cognitive intermittente	36
1.2.7. Les théories de métacognition	37
1.3.La motivation entrepreneuriale : dimension et contexte	39
1.3.1. L'approche rationnelle de la décision d'entreprendre	39
1.3.2. La décision d'entreprendre : approche centrée sur l'action	41
2. Le genre en entrepreneuriat : cadre conceptuel	43
2.1.Sexe biologique et genre	43
2.2.La perception du genre	44
2.3.Les fondements du genre	44
2.4.Les stéréotypes féminin et masculin	45
2.5.Les rôles sexués	45
2.6.L'inégalité hommes / femme	46
2.6.1. La hiérarchisation du féminin et du masculin	46
2.7.Le concept du genre en entrepreneuriat	47
Conclusion	48
<b>Chapitre III : Réalités entrepreneuriale en Algérie : cas de la wilaya de Bejaïa</b>	<b>49</b>
Introduction	49
1. Bejaia : infrastructure et fondements économique-historique	<b>50</b>
1.1.Historique	50
1.2.Les activités économiques de la wilaya de Bejaia	50
1.2.1. Secteur industriel	51
1.2.2. Secteur agricole	52

## TABLE DES MATIÈRES

1.2.3. Les activités tertiaires	52
1.3.Les infrastructures de base	53
1.3.1. Infrastructure aéroportuaire	53
1.3.2. Infrastructure portuaire	53
1.3.3. Infrastructure ferroviaires	53
1.3.4. Réseaux routiers	53
2. Données globales concernant la wilaya de Bejaïa	54
2.1.Présentation du tissu économique de la wilaya de Bejaïa	54
2.1.1. Les PME privés	54
2.1.2. Les PME publiques	57
2.1.3. L'objet du développement des PME	60
Conclusion	62
<b>Chapitre IV : Analyse des résultats de l'enquête</b>	<b>63</b>
Introduction	63
1. Méthodologie de la recherche	64
1.1.L'objet de l'enquête	64
1.2.Elaboration du questionnaire	64
1.2.1. Informations relative à l'entreprise	64
1.2.2. Informations relative à l'entrepreneur	64
1.2.3. Informations relative au processus de création, obstacles et motivations	65
1.3.Taille de l'échantillon	65
1.4. Déroulement de l'enquête	67
1.5.Traitement et dépouillement des questionnaires	67
2. Analyse des résultats de l'enquête	68
2.1.Présentation et caractéristique de l'entreprise	68
2.1.1. La répartition des entreprises enquêtées par commune	68
2.1.2. La répartition des entreprises enquêtées par date de création	69
2.1.3. La répartition des entreprises enquêtées selon la forme juridique	69
2.1.4. La répartition des entreprises enquêtées selon l'effectif employé	70
2.2.Information relative à l'entrepreneur	71
2.2.1. Présentation des entrepreneurs par sexe	71
2.2.2. Présentation des entrepreneurs Par Age	72

## TABLE DES MATIÈRES

2.2.3. Présentation des entrepreneurs selon la situation matrimoniale	72
2.2.4. Niveau de formation	73
2.2.5. Situation professionnelle avant la création de l'entreprise	73
2.2.6. Expérience antérieurs dans le domaine	73
2.2.7. Le milieu familial	74
2.3. Information relative à l'entreprise : création de la structure/obstacles	
Et motivation	76
2.3.1. Chiffre d'affaire	76
2.3.2. Facteur motivant à l'orientation vers l'entrepreneuriat	77
2.3.3. Facteur qui anime l'expérience entrepreneuriale	79
2.3.3.1. Cas femme	80
2.3.3.2. Cas homme	81
2.3.4. Raison d'investissement	82
2.3.5. Le but par la création de l'entreprise	82
2.3.6. Obstacles rencontrés au cours de l'expérience	82
2.3.7. Les principales sources de financement	83
2.3.8. Raisons qui ont contribué au choix de dimension du projet	84
2.3.9. Comment gèrent-ils leur vie professionnelle et personnelle	85
2.3.10. Avis sur leur potentiel de réussite	85
Conclusion	86
<b>Conclusion générale</b>	<b>87</b>
<b>Bibliographie</b>	
<b>Liste des tableaux et figures</b>	

## **Abstract**

Our personal motivations emanate from our oldest personal stories. they identify our desires, to better define the image that peoples makes of themselves. The desire to achieve is most often evoked, indeed it is that the entrepreneurial motivation that drives the men and women project leaders, but there is no specific research of the entrepreneurs self-esteem, factors that drives him to move towards an entrepreneurial project, important aspect to appreciate the gendered motivational intensity.

As part of our research, an important development axis is the measurement of entrepreneurial motivation, the comparison between the feminine and masculine aspect, taking into account its two main components: sex and gender. This research, carried out in two geographical areas Bejaïa and Elkseur, allowed to appreciate the intensities and the origin of the entrepreneurial motivation of the two genres, these initial results will contribute to a better understanding of the entrepreneurial dynamics the theoretical understanding Entrepreneurial motivation is a valuable aid for measuring this attitude, moving away from simplistic explanations in terms of personality traits and distinguishing itself from purely behavioral approaches (directly observable data).

The objective of this research is to analyze and discover the different factors, (psychological, socio-cultural or personal), that motivates a woman or a man to become a project leader and to embark on the creation of a company, as well as the impact of these entrepreneurial actions in this context, in the wilaya of Bejaia. To achieve this, we will go through the study of psychoanalytic motivation, and the origin of motivation and entrepreneurial motivation in general, then to the study of the biological sex and gender aspect. But first we will try to identify the entrepreneurial context of the creator and project leader at the level of the wilaya of Bejaia.

Keywords :

Entrepreneurship ; entrepreneur ; Business creation ; Entrepreneurial Dynamics; SMEs; Motivation.

## RÉSUMÉ

Nos motivations personnelles émanent de nos plus vieilles histoires personnelles. En effet, Ces dernières permettent d'identifier nos désirs, de mieux cerner l'image que l'on se fait de soi. De là se créent nos aspirations, ces dernières qui en font une source à nos motivations. Le désir de réalisation est le plus souvent évoqué, en effet c'est de là que naît la motivation entrepreneuriale qui anime les hommes et femmes porteurs de projet, mais il n'existe pas de recherche spécifique sur l'image qu'un entrepreneur homme ou femme se fait de lui-même, des facteurs qui le pousse à s'orienter vers un projet entrepreneuriale, aspect important pour apprécier l'intensité motivationnelle générée.

Dans le cadre de notre de recherche, un axe de développement important est la mesure de la motivation entrepreneuriale, la comparaison entre l'aspect genre féminin et masculin, prenant en compte ses deux composants principaux : sexe et genre. Cette recherche, menée au sein de ces deux zones géographiques à savoir Bejaïa et Elkseur, a permis d'apprécier les intensités et l'origine de la motivation entrepreneuriale des deux genres, ces premiers résultats participeront à une meilleure compréhension des dynamiques entrepreneuriales la compréhension théorique de la motivation entrepreneuriale est une aide précieuse pour la mesure de cette attitude, s'éloignant des explications simplistes en termes de traits de personnalité et se distinguant des approches purement behavioristes (données directement observables).

L'objectif de ce travail de recherche est d'analyser et découvrir les différents facteurs qu'ils soient psychologiques, socioculturels ou personnels, qui pousse au faite ou qui motive une femme ou un homme à devenir porteur de projet et se lancer dans la création d'une entreprise, ainsi que l'incidence de ces actions entrepreneuriales dans ce cadre, dans la wilaya de Bejaïa. Pour y parvenir, On passera par l'étude de la motivation psychanalytique, et origine de la motivation et de la motivation entrepreneuriale en générale, ensuite à l'études de l'aspect sexe biologique et genre. Mais d'abord on essayera de cerner le contexte entrepreneurial des créateur et porteur de projet au niveau de la wilaya de Bejaïa.

Mots clés :

Entrepreneuriat ; Entrepreneur ; Création D'entreprise ; Dynamique Entrepreneuriale ; PME Privée ; Motivation