

Université A-Mira de Bejaia
Faculté des Sciences Economiques, de Gestion et Commerciales
Département des Sciences de Gestion

Mémoire de fin d'étude

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

**Option : Management Economique des Territoires et
Entrepreneuriat**

Thème

**Les déterminants à la création de
l'entreprise:
« Cas de la commune de Seddouk
et Beni Maouche »**

Réalisé par :

OUNAS Fatiha

ZAIDI Nadia

Devant le jury composé de :

Président : M^{me} Traki .D

Rapporteur : M^{me} hadou .N

Examineur : M^{me} djamai

Encadré par :

M^{me} : HADOU Naima

Session septembre

Remerciements

C'est avec un réel plaisir que je tiens à présenter ces mots de remerciement à tous ceux qui m'ont accompagné. Conseillé et soutenu tout au long de travail.

Je remercie Dieu tout puissant qui m'a donné le courage et la volonté pour préparer ce modeste travail.

Je remercie profondément, mon encadreur **M^{me} HADOU Naima** d'avoir accepté de diriger mon travail, pour sa disponibilité et ses orientations.

Je remercie également aussi les membres du jury ; d'avoir accepté d'évaluer ce travail et dont les remarques vont sûrement permettre de consolider ce travail.

Je remercie également les entrepreneurs qui ont accepté de répondre à nos questions, pour leur collaboration soignée .

Enfin, je tiens à remercier toute ma famille pour leur soutien et leur patience, et à ma très chère amie qui a été, ainsi que mes côtés, ainsi que tous ceux et toutes celles qui m'ont apporté soutien tout au long de ce travail.

Dédicace

Je Dédie ce modeste travail :

J'adresse ma plus profonde gratitude à mes chères parents et plus particulièrement à ma très chère mère qui ma soutenu tout au long de mon existence et c'est avec émotion que je leurs exprime toute mon affection, mon admiration et mes profonds respects, je leur témoigne une grande reconnaissance et un profond respect.

A mes frères

A ma sœur

A mes tentes et mes oncles

A tout mes cousins et mes cousines

A tous ceux qui ont marqué leurs existences dans ma vie et que mon

Stylo n'a pas cité

Fatiha

Sommaire

Introduction générale :	01
Chapitre 1 : Généralités et concepts de l'entrepreneuriat	04
Introduction :	04
Section01 : Le phénomène de l'entrepreneuriat	04
Section 02: Concept de base de la théorie de l'entrepreneur	14
Section 03 : Création de l'entreprise : acte essentiel de l'entrepreneuriat	21
Conclusion	25
Chapitre 02 : Les déterminants à la création d'entreprise	26
Introduction :	27
Section 01 :Les facteurs de motivationnels de l'entrepreneuriat	27
Section 02 : Les motivationnels des entrepreneur	34
Conclusion	40
Chapitre 03 :états des lieux de la création d'entreprise en Algérie et à Bejaia	40
Introduction :	40
Section 01 : Création d'entreprise en Algérie (PME)	40
Section 02 : Le PME à Bejaia	45
Conclusion	55
Chapitre 04 : Analyse des résultats l'enquête	56
Introduction :	56
Section 01 : Méthodologie de la recherche	56
Section 02 : Analyse des résultats de l'enquête	60
Conclusion	75
Conclusion générale	81
Bibliographie	83
Liste des tableaux et figures	87
Annexe	

INTRODUCTION

GENERALE

Introduction générale

La conception de l'entrepreneur a évolué avec le temps, et semble-t-il avec la complexification de l'activité économique. Pendant le Moyen Âge français, le mot « entrepreneur » désignait une personne qui assume une tâche. Puis, il désignera un individu hardi, prompt à prendre des risques économiques

Aux XVI^e et XVII^e siècles, l'entrepreneur est un individu qui se livre à des activités spéculatives. Le terme ne désigne pas encore le manufacturier, ni le marchand ou le négociant, mais généralement une personne qui passe un contrat avec le Roi pour construire un bâtiment public ou assurer le ravitaillement des armées.

Les évolutions qu'a connues le concept d'entrepreneuriat au cours des 15 dernières années comptent certainement parmi les plus importantes. Le concept s'est déplacé d'une situation singulière et il faut bien l'admettre encore peu fréquente, celle de création d'entreprise, vers des registres plus généraux touchant à l'état d'esprit et à certains comportements. Ces changements ont entraîné, par voie de conséquence, des modifications du champ conceptuel lié à ce mot. Différentes formes d'entrepreneuriat cohabitent aujourd'hui, qui mêlent les niveaux individuel, collectif et organisationnel.

En Algérie l'entrepreneuriat est né à partir des années 1990 suite aux changements sur tous les plans, internes et externes qui ont fait que l'Algérie s'oriente vers une nouvelle organisation ayant pour pierre angulaire encourager et développer l'esprit d'entreprise.

Cependant, l'activité entrepreneuriale a pris tout son essor, à savoir libérer de l'entrepreneuriat à créer des entreprises dans des secteurs de leur choix et ce grâce à la levée de monopole de l'Etat sur l'activité économique et libérer l'initiative privée ou l'Etat a été pendant plus de 30 ans le principal entrepreneur, ainsi un premier code d'investissement était mis en place pour la première fois en Algérie en 1993. Cette libération de l'économie algérienne qui a été marquée dès le début de la décennie quatre vingt dix par l'application des réformes économiques (réformes fiscales, réformes bancaires, libéralisation des prix, libéralisation du commerce extérieur)

Ce mémoire tente de décrire et d'expliquer la dynamique entrepreneuriale dans deux communes de la wilaya de Béjaïa. L'idée centrale de notre recherche est de connaître les caractéristiques des entreprises et les entrepreneurs de cette région des petites et moyennes

entreprises. Pour cela, nous avons divisé notre travail en quatre chapitres en essayant, ainsi, de répondre à nos questions de départ.

Le but de notre réflexion consiste à étudier l'activité entrepreneuriale, en portant une attention particulière sur les différents aspects entourant ce phénomène. Pour mieux expliquer la dynamique entrepreneuriale, mieux vaut observer les acteurs eux-mêmes ; pour ce faire, notre étude va porter sur une question centrale suivante : *Quelles sont les motivations des entrepreneurs qui sont à l'origine de la création de leur entreprise : Cas les entrepreneures de la commune de Seddouk et Beni Maouche?*

Pour pouvoir répondre à notre question centrale, plusieurs autres questions sous jacentes ont été soulevées, tels que :

- Est-ce que l'entrepreneur est motivé par son milieu à l'égard de la création de son l'entreprise ?
- Quelles sont les opportunités environnementales favorisé la décision de la création de l'entreprise ?
- Quelles sont les principales contraintes la création des entreprises ?

Pour répondre à ces questions, nous avons les hypothèses suivantes :

- Les entrepreneures sont motivées par leur milieu familial (leur parent, amis famille...).
- Le propriétaire dirigeant, cherche à investir essentiellement dans les secteurs ou il vécu une expérience antérieure.

L'objectif dans ce mémoire, est de ce tenté de rassembler des éléments d'analyses qui nous permettrons de comprendre phénomène de l'entrepreneuriat, les caractéristiques de l'entrepreneur, les facteurs motivationnels de l'entrepreneuriat

Afin d'affirmer ou infirmer nos hypothèses, nous nous sommes engagés dans une étude qui tourne autour des d'entrepreneurs de PME privées. Notre étude est réalisée à l'aide d'une enquête par un questionnaire administré auprès d'un échantillon représentatif, qui est composé de 50 PME privées, qui se localisent au niveau des communes Seddouk et Beni Maouche. . après avoir fait une recherche bibliographique pour cerner le thème

Le premier chapitre sera consacré à présenter le phénomène d'entrepreneuriat. Ce chapitre sera divisé en trois sections ; la première c'est comprendre phénomène de l'entrepreneuriat, ces quoi l'entrepreneur ces caractéristiques ?. La deuxième les différentes typologies d'entrepreneurs qui existent et ces caractéristiques. La troisième présentera la de création des PME, acte essentiel de l'entrepreneuriat.

Dans le deuxième chapitre les déterminants à la création de l'entreprise: dans la première section les facteurs motivationnels de l'entrepreneuriat. La deuxième section sera consacrée pour les facteurs de motivation des entrepreneurs.

Pour le troisième chapitre présentation de secteur de la PME en Algérie : la promotion de la petite et moyenne entreprise en Algérie dans la première section. La deuxième section sera consacrée pour la PME à Bejaia.

L'objet du dernier chapitre s'articule autour de l'enquête que nous mènerons auprès d'un échantillon de PME privée dans deux communes Seddouk et Beni Maouche. 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 01

Introduction

L'entrepreneuriat prend de plus en plus d'importance dans notre société. Les attentes sont multiples et revêtent des formes différentes et complémentaires. En tant que phénomène économique et social, l'entrepreneuriat est censé dynamiser les entreprises, participer à la création d'emplois.

Nous consacrerons ce chapitre à présenter quelques théories principales de la notion de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur. et nous allons étudier l'entrepreneuriat en tant que phénomène économique et social.

Section 01 : Compréhension du phénomène de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est un thème il se présente comme une discipline en construction. La recherche dans ce domaine vise à comprendre le concept et à expliquer l'activité et la dynamique entrepreneuriale. Dans ce point nous citerons quelques définitions et diverses optiques du phénomène entrepreneurial. Ensuite nous retracerons les trois approches qui délimitent le champ de recherche dans ce domaine (fonctionnelle, comportementale, et processuelle). Enfin nous présenterons les différents modèles de l'entrepreneuriat.

1-1 C'est quoi l'entrepreneuriat ?

La littérature relative au concept d'entrepreneuriat propose une grande variété de définitions, puisque celui-ci expose plusieurs manifestations. Selon Verstraet (2000) « l'entrepreneuriat est un phénomène trop complexe pour être réduit à une simple définition son intelligibilité nécessitant une modélisation. Cette complexité exclut la possibilité d'une délimitation stricte et univoque de ses frontières sémantiques »¹ Dans ce cadre nous discuterons la difficulté d'une définition du concept d'entrepreneuriat, en présentant les diverses optiques du phénomène entrepreneurial.

1-1-1 difficultés d'une définition du concept d'entrepreneuriat

Le mot 'entrepreneuriat' n'est pas répertorié dans les dictionnaires usuels. Julien et Marchesnay (1996)² rappellent que le terme a été choisi au Québec par conseil de la langue française au détriment du terme français entrepreneurs. Ils considèrent que le champ de

¹ Verstraet T., Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat, éditions EMS, 2000, p11

² Julien P.A Marchesnay M (1996), OP, Cit, p7

recherche de l'entrepreneuriat tourne généralement autour de trois concepts ; l'entrepreneur l'esprit d'entreprise et la création d'entreprise.

En effet, on ne peut pas déroger à deux questions qui sont trop souvent posées : « what are we talking about when we talk about entrepreneurship » (Garther 1990).

Les deux questions sont trop larges et la littérature est inépuisable pour tenter d'apporter une réponse. Chaque auteur exprime avec une manière différente la compréhension du phénomène et la façon dont il cerne le champ de l'entrepreneuriat. Les chercheurs s'accordent pour reconnaître qu'il n'y a pas de consensus sur une définition. « Selon les auteurs, et les disciplines, il renvoie à des logiques parfois fort différentes et il serait illusoire de croire en un possible consensus sur une définition, une théorie ou un modèle de l'entrepreneuriat »³

Dans le dictionnaire des sciences de gestion, l'entrepreneuriat désigne l'état de celui ou de ceux qui sont entrepreneurs. Cet état résulte de trois éléments indissociables ; l'esprit d'entreprise, la création d'entreprise, et l'entrepreneur lui-même.⁴

1-1-2 Les divers regards sur le phénomène entrepreneurial

Dans ce point, nous exposons quelques regards des gestionnaires, qui reflètent la complexité du phénomène de l'entrepreneuriat, qui est lui-même un domaine de recherche à multiple point d'entrée : Verstraete T. (1999)⁵ considère l'entrepreneuriat comme un phénomène complexe qui peut être un type particulier d'organisation lancé par un entrepreneur qui agit pour atteindre ses objectifs. Ce terme d'entrepreneuriat contient le mot entrepreneur. donc la démarche entrepreneuriale est impulsée par l'individu. pour cet auteur, ce concept est défini comme un champ d'étude scientifique qui présente un modèle construit, lequel est composé de trois dimensions praxéologique (l'action) et la dimension structurelle (la structure).

Alain Fayolle (2004)⁶ stipule que l'explication du projet entrepreneurial ne peut pas être sous forme d'une suite ordonnée d'étapes et de phases, mais c'est prendre en compte les combinaisons comprend deux composantes : la première est stratégique (le projet, l'environnement et les ressources), la deuxième est humaine (l'entrepreneur : ses

³ VESTRAETE T, entrepreneurs : connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes, L'Harmattan économie et innovation, 1999, p 11

⁴ Henri Mahe de BOISLANDELLE, dictionnaire de science de gestion, « vocabulaire, concept, outils ».

⁵ Verstraete T (1999), Op,Cit, P24-46.

⁶ Alain Fayolle, Entrepreneuriat ; apprendre à entreprendre, DUNOD, Paris 2004.

comportement , ses aptitudes , ses motivations et ses partenaires) .Alors qui ‘ Emile Michel Hernandez (1999) ⁷ précise que la démarche entrepreneuriale prend au sens large les aspects suivants : la croissance interne , la franchise , l’essaimage , la reprise d’entreprise et la création ex nihilo .Enfin l’Académie de l’entrepreneuriat qui regroupe l’élite francophone énonce que « le champ de l’entrepreneuriat couvre tous les aspects e l’engagement de l’entrepreneur , tant que professionnels que , qui apparaissent lors de la l’entreprise et tout au long du cycle de vie celle – ci. Il s’entend aussi à la fonction sociétale de l’entrepreneur et à ses manifestations dans des contextes culturels variés ».⁸

Azzedine Tournés considère « l’entrepreneuriat comme un processus dynamique et complexe Il est le fruit de facteur psychologiques, sociaux culturels, politiques et économiques qui se manifestent dans un contexte donné »⁹

La compréhension du phénomène de l’entrepreneuriat ne peut se réaliser avec une simple synthèse des définitions élaborées par plusieurs concepteurs. Chaque auteur explique avec une manière différente le concept et la façon dont il approche ce phénomène. C’est pour cette raison qu’il intéressant d’exposer dans ce qui suit l’évolution et la tendance actuelle de la recherche en entrepreneuriat.

1-2 Genèse et fondement de l’entrepreneuriat

Alain Fayolle (2005)¹⁰ s’est inspiré des travaux de Stevenson et Jarrillo (1990), il précise que l’évolution de la recherche en entrepreneuriat peut être synthétisée selon trois grands courants de pensée. Jusqu’à la fin de la décennie 80, la recherche a connu deux approches : fonctionnelle et comportementale. La premier approche souligne les points de vue des économistes et voulait répondre à la question «Ce que sur carth est il le faire? ». La seconde est centrée sur l’individu et tentait de répondre à la question «Pourquoi diable est le faire ? ».La décennie 1990 a vu naitre une approche processuelle qui tient compte du dynamisme du processus et du phénomène entrepreneurial. Cette approche s’intéresse à la question « Comment diable fait-il? ».

⁷ Emile-Michel Hernandez : le processus entrepreneurial , vers un modèle stratégique d’entrepreneuriat , Harmattan , 1999 , p19-21 .

⁹ Idem , p30.

¹⁰ Alain Fayolle , Introduction à l’entrepreneuriat , DUNOD , paris , 2005 , p 09 .

Nous présenterons l'évolution de la recherche en entrepreneuriat en distinguant trois approches. Nous partons d'une revue de la littérature consacrée au champ d'étude de ce concept en présentant les points de vue des économistes qui s'intéressent aux effets de l'entrepreneuriat et au rôle de l'entrepreneur dans le développement du système économique. Ensuite nous aborderons successivement les approches centrées sur les individus, celles centrées sur processus et enfin nous finirons avec une synthèse du champ de l'entrepreneuriat d'Alain Fayolle.

1-2-1 Les regards singuliers des économistes (approche fonctionnelle)

Jusqu'au XV siècle, le terme entrepreneur était presque exclusivement utilisé pour désigner les chefs d'entreprise. La figure initiale de l'entrepreneur se confond avec celle du négociateur qui exerce sa compétence sur le marchandage. Il prend des risques en avançant de l'argent, en stockant des produits pour tirer plus de profit. Dans ce type d'entreprise s'occupe des approvisionnement et des débouchés et met aussi sous sa tutelle les artisans et les gens de métier¹¹.

Cette approche a pris forme dans les premiers écrits de la théorie économique, c'est au XVII^e siècle, que Richard Cantillon (1755)¹² élabore l'une des premières théories de l'entrepreneur. Il analyse le rôle joué par cet acteur dans la croissance économique, en le définissant par ses fonctions économique et sociales, il plaçait l'entrepreneur au centre de la production et de l'échange et introduisait le rôle de l'incertitude et du risque. Comme cet économiste a vécu à une époque où l'activité économique dominante était l'agriculture, il a utilisé l'exemple du fermier pour analyser d'une manière détaillée la fonction de l'entrepreneur. « le fermier est entrepreneur qui promet et payer au propriétaire, pour la forme ou la terre, une somme fixe d'argent (...) sans avoir la certitude de l'avantage qu'il tirera de cette entreprise »¹³ donc l'entrepreneur ou le fermier loue à un prix certain, mais il ne connaît pas le prix au quel il pourra sa production, ce qui signifie qu'il n'a aucune maîtrise certaine sur les prix de vente.

¹¹ Michel Chatelet et Jacques Fontanelle, dix grands problèmes économiques contemporains, l'économie en plus 1992, p 177

¹² Cantillon R(1755), cité par Marie-Claude ESPOSITO et Christine ZUMELLO, l'entrepreneur et la dynamique économique ; l'approche anglo-saxonne, *Economica*, Mars 2003, p13-14

¹³ Marie-Claude ESPOSITO et Christine ZUMELLO (2003), *OP*, Cit., p14 (n Cantillon (1975), p28)

Pour Cantillon , « l'entrepreneur prend des risques dans la mesure où il s'engage vis-à-vis d'un tiers de façon ferme , alors n'a pas de garantie certaine de ce qu'il peut en attendre »¹⁴ .Jean Baptiste Say prolongea l'analyse proposée durant la première moitié du XVIII siècle par Richard Cantillon .Il est le représentant principal de l'école classique française , connu par sa loi des débouchés résumée sous la formule célèbre « l'offre crée sa propre demande .Il considère production comme un phénomène central de l'activité économique et place l'entrepreneur au centre du système économique .pour lui , l'entrepreneur est avant tout un agent principal de la production ,il met en œuvre les opérations qui sont indispensables pour la création des produits . Il crée aussi et développe des activités économiques pour son propre compte.¹⁵

Jean Baptiste Say (1821)¹⁶ comme établit une distinction claire entre la fonction de l'entrepreneur et celle du capitalistes , en montrant que la claire à assumer le risque est inhérente au rôle de l'entrepreneur .Il exposé avec précision que le profit du capital (profit du fonds de capital) rémunère le capitaliste , alors que l profit de l'industrie rémunère les industriels (salariés et entrepreneurs) , En conséquence , l'entrepreneur peut avoir deux source de revenu . l'une liée au capital détient, l'autre provenant de son activité d'entrepreneur .

Marie Clause et Christine Zumello insistent sur la disparition de la littérature théorique du concept entrepreneur depuis les analyses de Cantillon et Jean Baptiste Say jusqu'aux travaux de Schumpeter.

Dans la théorie de l'évolution économique, Schumpeter (1911)¹⁷ livre sa conception de l'entreprise , et de l'entrepreneur .L'entreprise est l'exécution de nouvelles combinaisons , de nouvelles méthodes de production et de transport , de nouveaux marchés ou de nouveaux types d'organisation industrielle .L'entrepreneur est l'acteur de cette dynamique , il est le premier responsable et dirigeant de l'exécution de nouvelles combinaisons l'entrepreneur génère la valeur dont tire son profit.

¹⁴ Alain fayolle , du champ de l'entrepreneuriat à l'étude du processus entrepreneurial : quelques idées et pistes de recherche .6congrès international francophone sur PME –octobre 2002 –HEC-Montréal , p02 , (in Boutiller et Uzunidis ,1999)

¹⁵ Marie –clause ESPOSITO et Christine ZUMELLO (2003) ,Op.Cit p16-17

¹⁶ Jean Baptiste Say (1821) , cité par Marie –claude ESPOSITO et christine ZUMELLO (2003) , Op, cit, p 18.

¹⁷ Schumpeter (1911) cite par therry Vestraete , Essai sur la singularité de l'entrepreneuriat comme domaine de recherche ADREG , janvier 2002 , p47-48

Pour Schumpeter le passage d'une économie de l'état d'équilibre à l'état d'évolution sans tenir compte des phénomènes exogènes (guerre, catastrophe naturelle) conduit à une évolution économique induit par des facteurs endogènes. L'évolution économique chez l'auteur est fondée sur l'entrepreneur. Sans oublier le moteur de cette évolution qui est l'exécution de nouvelles combinaisons. L'entrepreneur est considéré comme le destructeur de l'équilibre économique (le célèbre processus de destruction créatrice).¹⁸

Schumpeter insiste sur le rôle de l'entrepreneur qui consiste à réformer ou à révolutionner la routine de la production en exploitant une invention. Il explique aussi, que lorsque l'entrepreneur introduit des nouveaux produits sur le marché, il se trouve en situation de monopole, parce qu'il n'a pas de concurrent. Donc, les prix des produits nouveaux se forment comme des prix de monopole. Le pouvoir de monopole est donc une conséquence temporaire du processus de « destruction créatrice ».

De plus Schumpeter stipule que l'individu sera qualifié comme entrepreneur s'il exécute de nouvelles combinaisons et perd son statut entrepreneurial lorsqu'il se contente de poursuivre l'exploitation de l'entreprise créée. Il énonce aussi que les préférences des consommateurs ne conduisent pas souvent à des innovations, mais ces dernières peuvent provoquer des changements dans les goûts des individus. Cela explique que l'innovation n'est pas seulement le résultat des pressions exercées par les consommateurs, Schumpeter indique aussi, que le risque ne fait pas partie de la fonction de l'entrepreneur même si ce dernier est détenteur du capital investi. Le risque l'atteint comme bailleur de fonds ou possesseur de biens¹⁹.

Pour Peter Drucker (1985)²⁰ l'innovation est considérée comme un aspect essentiel de la fonction entrepreneurial. Pour lui l'entrepreneur est celui qui bouleverse, désorganise. C'est celui qui répond à la formule schumpétérienne de destruction créatrice.

Les contributions citées précédemment sont focalisées sur l'entrepreneur et propose des définitions qui reprennent presque les axes suivants : la notion de prise de risque, Celle de coordination – organisation et celle d'innovation.

¹⁸ Marie –Claude ESPOSITO et Christine ZUMELLO, Op. Cit., P20-21.

¹⁹ Idem, p23

²⁰ Peter Drucker, les entrepreneurs, Hachette, 1985

En synthèse, le point de vu des économistes est important puisque il permet de construire une base historique au champ de l'entrepreneuriat .Mais il y avait d'autres tentatives de la part des économistes et gestionnaires, pour essayer d'apporter un éclairage différent et complémentaire que nous citerons dans ce qui suit .ces essaie se sont regroupés en deux nouveaux courants dont le premier est l'approche comportementale et le second l'approche processuel.

1-2-2 L'approche centrée sur l'individu (approche comportementale)

Ces approches placent l'entrepreneur au centre du phénomène entrepreneurial. Schumpeter a été l'un précurseurs du courant. Il a mis en exergue le rôle joué par l'entrepreneur innovateur dans l'évolution du système économique.²¹

A la suite de Schumpeter, tout un courant est orienté vers la recherche des traits de caractère de l'entrepreneur, Les spécialiste des sciences du comportement ont remis en cause l'idée que la réussite de l'entrepreneur est liée uniquement à ses personnelles .Max Weber est sans doute le premier auteur auquel nous pouvons rattacher l'approche comportementale dans le champ de l'entrepreneuriat. Il a mis en évidence l'importance du système de valeurs. ²²

Dans le début de la décennie 1960, Mc Clelland propose théorie du besoin de réalisation (need for achievement). Le fondement de son analyse est que le développement économique s'explique par l'esprit d'entreprise qui, lui-même, trouve ses sources dans le besoin d'accomplissement, Il s'intéresse aussi aux liens existant entre l'entrepreneur et son environnement (les valeur , les croyances et les motivations). « Les entrepreneurs se caractérisent par un besoin élève d'accomplissement Ils préfèrent être responsable de la solution des problèmes établir leurs propres objectifs et les atteindre par leur seul effort .Ils ont également tendance à prendre des risques modérés en fonction de leurs habilités et recherchent une mesure immédiate de leur performances qu'il trouvent dans le profit »²³

Les travaux de Mc Clelland ont été critique par s'autre chercheurs qui ont dont démontre que les besoin d'accomplissement est une notion intéressante .Il peut être

²¹ Riadh Zghal , l'entrepreneuriat ; (théories , acteurs , pratique) ,Sanabil Med SA, 2007 , p11

²² Alain Fayolle , du champ de l'entrepreneuriat à l'étude du processus entrepreneurial (2002) , Op ,Cit

²³ Emile-Michel hernandez (1999) ,Op,Cit ,p32

considère comme un des attributs de l'entrepreneur, mais pas au point qui 'il soit un indicateur pour discriminer dans une population les créateurs des non créateurs.²⁴

Ce courant vise aussi à produire des connaissances sur caractéristiques psychologiques de l'entrepreneur et cherche à identifier le profil type de ce dernier .l'une des premières questions relatives aux individus a porte encore, sur le caractère inné de l'entrepreneur .La question qui se pose est de savoir si les entrepreneurs ont des caractéristiques innées ? Certains chercheurs et praticiens partagent ce point de vue, alors qu'on trouve beaucoup d'autres qui réfutent cette hypothèse.²⁵

La recherche centrée sur l'individu présente les qualités qui reflètent une certaine idéalisation de cet entrepreneur, point de vue qui n'est pas partagé tous. DANJOU (2002), énumère cette série de « traits à travers une revue de la littérature : le besoin de réalisation, le besoin d'indépendance, le besoin de contrôler son environnement, la propension à la prise de risque, la tolérance face à l'ambiguïté, la confiance en soi, la créativité »²⁶. Bradley (2003)²⁷ stipule que les entrepreneurs ont une culture propre qui les distingue des non-entrepreneurs. Il a analysé dans son exploitation d'une base de données²⁸ les sources relatives aux caractéristiques associées aux entrepreneurs. Il a dégagé quinze caractéristiques associées à ces acteurs dont la plupart sont peu éthiques.

Pour sa part, Alain Fayolle a montré que l'être humain est un produit de son milieu. Les entrepreneurs reflètent les caractéristiques du temps et du lieu où ils évoluent .Ils intègrent, assimilent, et interprètent les cultures, les besoins et les habitudes d'une région, pour construire leur entreprise « tout individu est le produit de son (ou de ses) milieu (x) d'appartenance les caractéristiques du temps et du lieu où ils évoluent (ou ont évolué) ».²⁹ On trouve aussi parmi les qualités les plus citées, celle de prise de risque, qui peut être définie comme le degré de probabilité attaché à l'échec .La dynamique entrepreneuriale est impulsée par l'entrepreneur, donc cet acteur doit prendre des risques lorsqu'il entreprend dans les affaires .³⁰

²⁴ Idem.

²⁵ Alain Fayolle (2005) ,Op , Cit p 11.

²⁶ Riadh Zghal , l'entrepreneuriat (2007) ,Op , Cit ,p 11.

²⁷Bradley (2003) cité par Riadh Zghal , l'entrepreneuriat (2007) , Op .Cit p13-14.

²⁸ Base de données faite d'interviews réalisées par des journalistes et de sources littéraires relatives à des entrepreneurs renommés au plan international , national , local .

²⁹ Alain Fayolle (2005) ,Op,Cip ,p13.

³⁰ Gartner (1988) , cité par Alain Fayolle (2005) ,Op,Cit,p13-14 .

Enfin, les approches centrées sur les individus font l'objet de plusieurs critiques de la communauté des chercheurs en entrepreneuriat à la fin des années 80. Ils estiment qu'il est difficile de modéliser et d'expliquer un comportement complexe (l'entrepreneurial) en s'appuyant sur quelques traits psychologique ou sociologique de l'entrepreneur. C'est pour cela que d'autres chercheurs se sont intéressés à l'étude des processus entrepreneuriaux³¹.

1-2-3 L'approche centrée sur le processus (approche processuelle)

Les travaux effectués en entrepreneuriat se sont beaucoup intéressés à l'individu. Des économistes ont cherché à typer l'acteur à travers les fonctions qu'il met en œuvre. Alors que d'autres travaux de recherche, ont porté sur le créateur lui-même et en particulier sur ses caractéristiques psychologiques. Gartner (1988)³². Est l'un des premiers chercheurs à avoir remis en cause les travaux qui ont porté sur les caractéristiques psychologiques de l'entrepreneur dans un article publié en 1988, intitulé « Qui est un entrepreneur? Est la mauvaise question? ». Il a montré les limites de l'approche par les traits et propose de s'intéresser à ce que font les entrepreneurs et non pas à ce qu'ils sont.

Cette approche fait essentiellement référence à des notions issues de la théorie des organisations. D'une part les notions dégagées de champ appelé organisation béhavioriste et d'autre part la notion d'organisation émergente, dont le but est de décrire le phénomène de l'entrepreneuriat.³³ Gartner a suggéré de concentrer les recherches sur l'étude du processus entrepreneurial qui est défini par Bygrave et Hofer, où il indique que le processus entrepreneurial implique toutes les fonctions, activités et actions associées à la perception d'opportunité et à la création d'entreprise. « The entrepreneurship process involves all the functions, activities and action associated with the perceiving of opportunities and the creation of organizations to pursue them »³⁴.

Parmi les travaux consacrés au processus entrepreneurial, il existe des conceptions assez différentes de l'entrepreneuriat qui divisent le mode de la recherche universitaire. Ait-Ziane H et Ait-Ziane K souligne trois conceptions qui peuvent prendre de l'importance à savoir³⁵ : la première conception est celle de l'émergence organisationnelle. Ce courant est

³¹ Alain Fayolle (2005), Op, Cit, p13.

³² Gartner (1988), cite par Alain Fayolle (2005), Op, Cit p13-14.

³³ Emile-Michel Hernandez (1999), Op, Cit, p55

³⁴ Alain Fayolle (2005), Op, p14 (In Gartner, 1985).

³⁵ Houria A et Kamel A, La promotions des compétences entrepreneuriales e, Algerie, (collaue international sur l'entrepreneuriat et innovation, C U KHEMI MILLANA, 2005).

initié par Gartner (1988, 1990 et 1993), il défend l'idée que l'entrepreneuriat est la création de nouvelles organisations et indique que l'entrepreneuriat revient à l'étude de la naissance d'une nouvelle organisation c'est-à-dire, les activités pour lesquelles le créateur combine et mobilise les ressources pour concrétiser l'opportunité. La deuxième conception est basée sur la notion d'opportunité entrepreneuriale, celle de Shane et Venkataraman (2000). Ces deux auteurs précisent que « la création d'activité est le résultat d'un processus de découverte, d'identification, d'évaluation et d'exploitation d'une opportunité. Ils proposent de ce fait, de se focaliser sur le processus plutôt que sur le résultat³⁶. Enfin la dernière conception est celle de Bruyart (1993,1994).Il stipule, que l'entrepreneuriat comme la dialogue individu/création de valeur « Ce dialogue est définie comme une dynamique de changement ou l'individu est à la fois acteur de la création de valeur dans il détermine les modalités est objet de création de valeur qui par l'intermédiaire de son support (projet, structure, etc.) »³⁷

1-2-3 Une vue synthétique du champ de l'entrepreneuriat

Les travaux effectués en entrepreneuriat se sont beaucoup intéressés à l'individu. Des économistes ont cherché à typer l'acteur à travers les fonctions qu'il met en œuvre. Alors que d'autres travaux de recherche, ont porté sur le créateur lui-même et en particulier sur ses caractéristiques psychologiques. Gartner (1988)³⁸. Est l'un des premiers chercheurs à avoir remis en cause les travaux qui ont porté sur les caractéristiques psychologiques de l'entrepreneur dans un article publié en 1988, intitulé « Qui est un entrepreneur ? Est la mauvaise question? ». Il a montré les limites de l'approche par les traits et propose de s'intéresser à ce que font les entrepreneurs et non pas à ce qu'ils sont.

Cette approche fait essentiellement référence à des notions issues de la théorie des organisations. D'une part les notions dégagées de champ appelé organisation behavioriste et d'autre part la notion d'organisation émergente, dont le but est de décrire le phénomène de l'entrepreneuriat.³⁹ Gartner a suggéré de concentrer les recherches sur l'étude du processus entrepreneurial qui est défini par Bygrave et Hofer, où ils indiquent que le processus entrepreneurial implique toutes les fonctions, activités et actions associées à la perception d'opportunité et à la création d'entreprise. « Le processus d'esprit d'entreprise comporte toutes les fonctions, activités et action liées à la perception des occasions et à la création des organismes de les poursuivre »⁴⁰.

³⁶ Shane et Venkataraman (2000) , cité par Ait-Ziane H et Ait-Ziane K , Op. Cit ,p253

³⁷ Bruyart (1993) , Cité par Ait-Ziane H et Ait-Ziane K, Op ,Cit , p253

³⁸Gartner (1988) , cite par Alain Fayolle (2005) , Op , Cit p13-14.

³⁹ Emile-Michel Hernandez (1999) ,Op , Cit , p55

⁴⁰ Alain Fayolle (2005) , Op , p14 (In Gartner ,1985).

Parmi les travaux consacrés au processus entrepreneurial, il existe des conceptions assez différentes de l'entrepreneuriat qui divisent le mode de la recherche universitaire. Ait-Ziane H et Ait-Ziane K soulignent trois conceptions qui peuvent prendre de l'importance à savoir⁴¹ : la première conception est celle de l'émergence organisationnelle. Ce courant est initié par Gartner (1988, 1990 et 1993), il défend l'idée que l'entrepreneuriat est la création de nouvelles organisations et indique que l'entrepreneuriat revient à l'étude de la naissance d'une nouvelle organisation c'est-à-dire, les activités pour lesquelles le créateur combine et mobilise les ressources pour concrétiser l'opportunité. La deuxième conception est basée sur la notion d'opportunité entrepreneuriale, celle de Shane et Venkataraman (2000). Ces deux auteurs précisent que « *la création d'activité est le résultat d'un processus de découverte, d'identification, d'évaluation et d'exploitation d'une opportunité. Ils proposent de ce fait, de se focaliser sur le processus plutôt que sur le résultat* »⁴². Enfin la dernière conception est celle de Bruyat (1993,1994). Il stipule, que l'entrepreneuriat comme la dialogue individu/création de valeur « Cette dialogue est définie comme une dynamique de changement ou l'individu est à la fois acteur de la création de valeur dans il détermine les modalités est objet de création de valeur qui par l'intermédiaire de son support (projet, structure,etc) »⁴³.

1.2.4 Une vue synthétique du champ de l'entrepreneuriat de Alain Fayolle

Alain Fayolle (2005) donne une autre vue synthétique du champ de l'entrepreneuriat, inspirée des travaux de Fillion et Landstrom, en présentant l'évolution des recherches en entrepreneuriat en plusieurs rubriques (question principales, types d'approches, échelle temporelle, domaine scientifique, objet d'étude, paradigme dominant, et méthodologie utilisée).

Section 02 : Concept de base de la théorie de l'entrepreneur

L'entrepreneur c'est un point étudié par plusieurs économistes, et dans cette section nous allons essayer de voir quelque définition et les théories données par certains chercheurs.

2-1 Définition de l'entrepreneur

Il semblerait que mots « entrepreneurs » soit né en France, car dans la langue française, l'original des mots « entrepreneur » et « entreprise » sont du verbe « entreprendre » remonte au XVI^{ème} siècle.

⁴¹ Houria A et Kamel A , La promotions des compétences entrepreneuriales e, Algerie , (colloque international sur l'entrepreneuriat et innovation , C U KHEMI MILLANA ,2005).

⁴² Shane et Venkataraman (2000) , cité par Ait-Ziane H et Ait-Ziane K , Op. Cit ,p253

⁴³ Bruyat (1993) , Cité par Ait-Ziane H et Ait-Ziane K, Op ,Cit , p253

Dans un sens plus général, le mot entrepreneur désigne au XVIII^e siècle « celui qui entreprend quelque chose » ou encore un individu très actif. Le dictionnaire universel du commerce, publié à Paris en 1723 a donné au mot entrepreneur la définition suivante : « celui qui entreprend un ouvrage. On dit un entrepreneur de manufacture ; entrepreneur de bâtiment ; pour dire un manufacturier ; un maître maçon ».

D'une autre part du point de vue économique, les chercheurs en entrepreneuriat notent que la notion d'entrepreneur remonte à **R.Cantillon (1697-1755)** pour cet auteur, l'entrepreneur est un preneur de risque.

-**J.B.SAY**(1803) est le deuxième économiste à s'être préoccupé de l'entrepreneur, il place l'entrepreneur comme levier du système productif ; c.-à-d. qu'il ne prend pas seulement le risque de commercialisation, mais aussi, il prend des risques liés à la production.

-**J.Schumpeter** (1911) selon cet auteur, l'entrepreneur est une personne qui veut et qui est capable de transformer une idée ou une invention en une innovation réussie

d'autres auteurs ont défini l'entrepreneur comme suit :

-**Kirzner** (1973) a défini l'entrepreneur comme quelqu'un qui exploite les opportunités qui se présentent devant lui en faisant valoir son sens d'alerte.

-**Ghartner** (1988) l'entrepreneur se définit par l'ensemble des activités qu'il met en place pour créer une organisation.

-**Casson** (1991) un entrepreneur est spécialisé dans la prise intuitive de décisions réfléchies à la coordination de ressources rares.

-**Shaver et Scott** (1991) l'entrepreneur se définit par un certain nombre d'attributs psychologiques que l'on trouve autant par la personnalité que par les processus cognitifs utilisés pour organiser et exploiter.

-**P.A.Julien et M.Marchesnay** (1996) l'entrepreneur, c'est l'essence ou le cœur même de l'entrepreneuriat. celui qui innove en fonction des opportunités qui se présentent, mais aussi qui organise les ressources pour produire et commercialiser, tout en recherchant son intérêt.

2-2 Les caractéristiques de l'entrepreneur

L'entrepreneur doit avoir quelques caractéristiques qui distinguent des personnes ordinaires et devrait avoir des traits de personnalité exceptionnels qui l'incitent à l'activité d'entrepreneuriat, d'après la recherche des deux auteurs P.A Julien et M. Mar Chesnay (1996), ils distinguent différentes caractéristiques comme suite :

2-2-1 Les traits de caractères

La littérature montre que les traits de personnalité de l'entrepreneur assimilent ses caractéristiques. Les entrepreneurs présentent des besoins d'accomplissement et d'indépendance, un attrait du risque et une sensation de maîtrise de leur destinée. Parmi les caractéristiques primitives que chaque jeune créateur doit avoir dans le but de créer sa propre entreprise et devenir un entrepreneur nous citons :

- **L'indépendance** : les entrepreneurs ont un sens d'autonomie particulièrement poussée.
- **Une forte confiance en eux** : ils sont optimistes, ils cherchent à exercer un certain contrôle sur eux-mêmes, et développent leur propre projet dans l'entreprise. Cette confiance en soi permet de réduire l'incertitude et le niveau du risque, elle donne à l'entrepreneur la capacité à écouter sans être facilement désarçonné et intimidé, l'habileté à relever les défis.
- **La persévérance** : le succès ne viendra pas tout de suite et la réussite nécessite du temps. Afin de surmonter les obstacles, la persévérance ne sera que le fruit de ses capacités individuelles. Son besoin de réalisation et ses talents à faire preuve de son existence.
- **L'amour du risque** : qui sera acquis en ayant la volonte qu'il faut. La confiance en soi et puis par la suite bien sûr une fois qu'on a confiance en son projet.
- **La prise de l'initiative** : viendra automatiquement par la suite, puisque le jeune créateur est animé par toutes les qualités (qualifiées par un ensemble de facteurs personnels) qu'on vient de voir précédemment, qui sont assez convaincantes pour prendre la décision de devenir entrepreneur. Cependant, les caractéristiques suscitées, ne sont pas propres aux entrepreneurs car elles existent un peu partout dans la société. En outre l'entrepreneur est caractérisé par la vision stratégique, les relations humaines, la capacité à motiver autrui, l'intégrité, la sincérité. La pleine disponibilité d'aller jusqu'au bout dans ce processus quel que soit le temps de l'effort que ceci pourra demander.

2-2-2 L'entrepreneur est un opportuniste

L'entrepreneur est un innovateur qui sait discerner les occasions d'affaire dans l'économie, en développant un nouveau produit, en le produisant ou en le mettant en marche de façon nouvelle, en organisant les ressources de façon différente bref en étant à l'affût d'opportunité ou de nouveauté, de manière à mieux répondre au marché. « Entreprendre c'est conquérir une place sur le marché »⁴⁴ c'est ainsi entre d'autres firmes pour remporter une affaire et la poursuivre et de faire face à la concurrence.

2-2-3 L'entrepreneur est un organisateur

L'entrepreneur représente l'être perspicace qui sait judicieusement organiser ressources absolument limitées autrement dit, celui qui sait désigner les facteurs de productions, et les ressources utiles, se les procurer, les assembler et mettre en œuvre avec profit. Il coordonne les ressources rares d'une façon dynamique et recherche en permanence l'amélioration du processus de production. Ce type d'entrepreneur correspond mais il faut être un organisateur pour développer et commercialiser l'innovation.

2-2-4 L'entrepreneur est un joueur

Caractérisé par la prise du risque et l'incertitude, dans ces cas l'entrepreneur n'est jamais sûr de la réussite mais comme il a l'esprit, il se lance les risques sont de différentes natures, le premier risque est financier : la création nécessite des moyens financiers très importants, et en cas d'échec, l'entrepreneur devra rembourser ses dettes pendant des années ; le second est professionnel : quitter un emploi pour créer, c'est renoncer à certaines valeurs l'inconnu ; le troisième est d'ordre familial ; créer une entreprise c'est consacrer plus de temps à son travail et moins à sa famille ; le dernier est d'ordre psychique ; souvent l'engagement personnel du créateur vis-à-vis de son entreprise est tel qu'ils s'y identifient totalement.

2-2-5 L'entrepreneur est motivé

Parmi les motivations de l'entrepreneur, le défi, le succès, la fortune mais il existe d'autres objectifs et motivations de l'entrepreneur : l'ambition, la nécessité d'avoir un emploi assure un revenu modeste, ou de l'emploi pour sa famille ...etc., ces motifs souvent

⁴⁴ P.A.Julien et M.Mrchesnay « entreprenariat » Ed.Economica.1996 .p52

implicites, complexes et complémentaires, la stratégie de l'entreprise de l'entreprise sera fortement influencée par les intérêts personnels et familiaux de l'entrepreneur.

Fillion (1997), a synthétise ces caractéristiques les plus souvent attribuées aux entrepreneurs par les spécialistes en comportement.

Tableau N°1 : caractéristiques le plus souvent attribuée aux entrepreneurs par les spécialistes en comportement

Innovateurs	Besoin de réalisation
Leaders	Internalisé
Preneurs de risques modérés	Confiance en soi
Indépendant	Implication a long terme
créateurs	Tolérance à ambigüité et à l'incertitude
Energétique	Initiative
Persévérants	Apprentissage
Originaux	Utilisation des ressources
optimistes	Sensibilité envers les autres
Orientes vers les résultats	Agressivité
Flexibles	Tendance à faire confiance
Débrouillard	Argent comme mesure de performance

Source : Robert wtterwulghne (1998) ,po , Cit , p47 (In Fillion , le champ de l'entrepreneuriat :historique , évaluation et tendances , revue internationale le PME , vol ,10 , n°10,1997 p132).

2-3 Typologies des entrepreneurs

S.Boutllier et C.Fournier (2006)⁴⁵ ont recensé dans un tableau à travers l'histoire, les classifications faites sur les entrepreneurs.

⁴⁵ S.Boutllier et c.fournier , op , Cit , p86

Tableau n°2 : Typologies des entrepreneurs selon S.Boullier et C.Fournier

Auteurs	Entrepreneurs –artisan	Entrepreneur (autres typologies)
Collins et Moore (1964 et 1970)	Entrepreneur-innovateur : orientation technique	Entrepreneur –administrateur ; orientation organisateur
Smith N . (1967) basées sur le niveau d'éducation et la formation	Entrepreneur – artisan :éducation limitée , peu instruit , formation et expérience essentiellement technique ,homme d'atelier , peu de compétences de gestion ,peu habile pour composer avec son environnement , peu sociable , paternaliste , se méfie des emprunts ,travailler à son propre compte , propriétaire , d'une petit entreprise .	Entrepreneur opportuniste : plus actif socialement mieux intégré dans son environnement, meilleur communicateur, capable de déléguer , cherche avant tout à agrandir et à développer l'affaire qu'il a créée , veut construire une véritable organisation
Laufer (1975)	Entrepreneur-artisan : professionnel-indépendant, refus de la croissance nom de valeurs traditionnelles, recherche en priorité de positions protégées sur le marché, de l'indépendance personnelle et d'un avantage financier, survie, souvent fils d'artisan , homme d'un seul produit , préfère la sous-traitance à l'innovation , son entreprise doit s'adapter aux besoins de la famille	Entrepreneur-propriétaire : favorable à une croissance maîtrisée, conservation de 'autonome financière. Entrepreneur-technicien ; refus de la croissance conservation de l'autonome.
Knight (1983)	Artisan-inventeur : motivé	Promoteur : coordinateur

	par l'innovation	organisateur.
Ettinger (1983)	Indépendant- entrepreneur : désir d'autonomie , indépendance ,délègue peu ,faiblesse organisationnelle (crée une « pseudo-entreprise »)	Entrepreneur-créateur d'organisation : volonté de pouvoir, ambitieux, délègue.
Marchesnay et Julien (1987 et 1996) : -pérennité -indépendance croissance (PIC) -croissance-autonomie pérennité (CAP)	PIC : logique patrimoniale : pérenniser son affaire, indépendance financier, préférence de l'autofinancement, croissance non prioritaire (artisan « réactor »)	CAP : croissance , développement de son affaire , mobile , individualiste .Fait travailler l'argent des autres conserve l'autonomie de la décision. Ouvert sur son environnement.

Source : S.Boutllier et C.Fournier, op.cit, p 26.

De ce tableau , il ressort que l'entrepreneur a une histoire (éducation , expériences techniques de management ou entrepreneuriales .tissu rationnel , de aptitudes (confiance en soi , ténacité , esprit initiative et de compétition , capacité d'adaptation , attitude face à l'innovation et au risque , engagement personnel) et des besoins (besoin de sécurité , de statut , de réalisation de soi , de pouvoir , etc.).

De ces caractéristique , les auteurs , adoptant chacun ses critères on donné les différentes typologies des entrepreneurs , entrepreneur-administrateur , inventeur , innovateur , promoteur , opportuniste , créateur ... , toutes ces qualités peuvent être observées chez un seul entrepreneur .Il peut donc être à la fois , artisan , créateur , inventeur , innovateur , prometteur, coordinateur , propriétaire ...

M.Machesnay ⁴⁶ distingue les typologies des entrepreneurs selon quatre points de vue : l'entrepreneur vu comme un « créateur » ; l'entrepreneur, vu comme un « innovateur », l'entrepreneur vu comme un « développeur » et l'entrepreneur vu comme un compétiteur.

⁴⁶ M.Marchesnay , Typologies des entrepreneurs , (en ligne) , Réf . du06 janvier 2009, disponible sur [http:// www.Erfi –management Net /acces _ membre /actualiser / script 29 / CAHIER _vol 13-n2 .pdf](http://www.Erfi-management Net /acces _ membre /actualiser / script 29 / CAHIER _vol 13-n2 .pdf) , p,124

Selon Cole (1959) , il ya 4types d'entrepreneurs ; l'innovateur , l'inventeur qui calcule , le promoteur trop optimiste et le constructeur d'organisation (wikipedia .Org).

L'entrepreneur doit être un manager, un technicien un créateur (avoir un esprit d'entreprise), un innovateur (introduction des nouvelles techniques et nouveaux procédés), un développeur (contribuer aux problèmes qui rongent la société où il vit) , etc. .

Pour conclure cette section l'entrepreneur est considère comme l'acteur principale de l'entrepreneuriat .Il peut bouleverser son milieu et son environnement par l'act de création d'entreprise qui est considéré .certains auteurs, l'acte fondamental de l'entrepreneuriat Murry e Mac Milan (1998) proposent que l'entrepreneuriat soit définit comme « la création de nouvelle entreprises ». ⁴⁷ ils ont suivis par Garther (1989) , a la suite de Vesper (1982) , qui définit l'entrepreneuriat comme un ensemble de comportements menant à la création d'une entreprise . De plus, Bouabdallah K.et Zouach A.ont défini l'entrepreneuriat comme « un processus qui dans une économie conduit un entrepreneur à la création d'une entreprise »⁴⁸.

⁴⁷ Sandrine Emin, « l'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : le cas français », thèse de doctorat en science de gestion , université pierre mendés France , novembre 2003 , p62 .

⁴⁸ Khaled Bouabdallah et Abdallah Zouach : « entrepreneuriat et développement économique », in : les cahiers du cread n°73 /2005, p 17

Section 03 : La création de l'entreprise acte essentiel de l'entrepreneuriat

Plusieurs auteurs ont étudié le concept de la PME nous allons essayer de citer quelques un et nous essayer de touché a tous les points essentiel.

3-1 Généralité sur la création d'entreprise et la PME

Jusqu'au milieu des années soixante dix, la vision dominante dans le monde l'entreprise était celle de la grande taille et qui tirait des avantages relatifs à cette dimension à l'image des économistes d'échelle et la diversification des activités. mais la crise des années 1970, consécutive à la fin du boom économique des trente glorieuse, a progressivement remis en cause cette conception au profit de la petit entreprise ce julien (1997)⁴⁹ a résume en disant : « toutes les données convergent pour démontrer la montée autour de 1970 d'un nouveau dynamisme des PME dans les pays industrialisés » .

En effet , un mouvement de prise de consciences de l'importance de la petit entreprise s'est amorcé dans le monde et particulièrement aux Etats-Unis avec la parution de l'ouvrage de Schumacher (1978) , « Small Is Beautiful »⁵⁰ou la petit entreprise est présentée comme la cellule socio-économique de base pour les sociétés de futur.

3-1-1 Définition de la PME

Aujourd'hui le sigle de PME est le nouveau sens estimé de la petit structure de la part des pays (développé et en voie de développement) vue qu'il fortement plus maîtrisable, contrairement aux grandes entreprise dotées de structure centralisées et complexe, péniblement contrôlables

Suivant les différentes définitions conçus par différents auteurs de la littérature, nous allons proposer quelque une, afin d'essayer de comprendre le terme PME.

- ✓ selon julien et Morel (1986)⁵¹ : « La PME est un concept flou dont les définitions varient »
- ✓ Selon Bucaille et Beauregard (1986, p2) affirment que : « La PME est diversité elle l'est dans son marché, dans ses comportements, dans ses hommes , dans

⁴⁹ Julien (1997) in ; « Amghar , essai d'analyse de la contribution de la dynamique entrepreneurial au développement du territoire , cas de BBA, mémoire de magistère en science de gestion , université de Bejaia ,2009 , p20 ».

⁵⁰ Torres Olivier « les PME » .Ed Flammarion , paris ,1999 , P7.

⁵¹ Julien et Morel (1986) in : « wtterwulghe, La PME est une entreprise humaine , Ed , De Boeck , 1998 , p 13"

son évolution , dans ses technologie ou dans ses risques. Aucune PME ne ressemble totalement à une autre »⁵²

- ✓ Selon Weber (1988) « les entreprise différent par la taille , le métier , la nature du capital (personnel , familial , étranger ,...) ; mais aussi par le degré d'autonomie (société indépendante , filiale , sous-traitante ...) , le rapport à l'économie mondiale (secteur protégé , en expansion ou en déclin,...) à l'origine sociale de son chef , son capital culturel et relationnel , son identité patronale »⁵³.
- ✓ Selon wtterwulaghe ⁵⁴ « pour obéir à des impératifs d'efficacité , la PME est souvent définie au moyen de paramètre quantitatifs tels que chiffre d'affaires , le total bilantaire , le bénéfice ou le plus souvent l'emploi , ceux-ci visent en effet à cerner le critère de la taille ».
- ✓ Selon Torres olivier ⁵⁵ « les PME sont considérées comme des entreprise aux multiples vertus : adaptabilité, flexibilité, créativité, ambiance de travail conviviale »

Aussi, les définitions de la PME peuvent se subdiviser en deux approches distinctes selon les critères de référence utilisés ; d'une part, les définitions se basent sur des critères endogène à l'entreprise tel que la dimension, le chiffre d'affaire, et d'autre part , celles utilisent les critères exogènes à cette renier comme le secteur d'activité et la forme juridique .

3-1-2 Caractéristique des PME

Les PME sont d'une structure souple et maniable et d'une activité vulnérable, Vue que la présentation de celle-ci est vaste, et pour mieux cerner ce concept, le modèle de Julien P.A (1997) nous a aider à mettre en évidence caractéristiques suivant :

- ✓ **Une gestion personnalisée** : tenant à la très forte interdépendance entre l'entreprise et l'entrepreneur, Ainsi, plus la taille de l'entreprise est petit, plus le rôle du dirigeant peut prendre de l'importance.

⁵² Colot Olivier « la transmission des PME familiales non cotées :approche de la transmission en Wallonie et impact sur la performance des entreprise ». 2007 , p 19.

⁵³ Idem

⁵⁴ Wtterwulaghe , La PME une entreprise humaine , Ed , de boeck , 1998 , p14.

⁵⁵Torres Olivier « les PME ». Ed , Flammarion , Paris ,1999 , P13.

- ✓ **Une faible spécialisation du travail** : tant du point de vu de l'entrepreneur sur les employées (cette polyvalence donne à l'entreprise une flexibilité et une souplesse permettent l'adaptation aux changements).
- ✓ **Un système d'information peu complexe** : permettant une diffusion rapide et réciproque des informations entre direction et employés.
- ✓ **Un système d'information externe simple** ; essentiellement lié à la perception de son marché.
- ✓ **Une stratégie implicite** : issue d'un processus de décision, traduit par le schéma (intuitions- décision-action).
- ✓ **La recherche d'un environnement stable** : malgré l'accélération du changement, car la petit entreprise n'a que peu de poids sur son environnement.
- ✓ **Les PME sont insérées le territoire ou elles sont implantées.**

3-2 Les types des créations

Alain Fayolle ⁵⁶construit une typologie qui met en évidence différent types de processus de création d'entreprise, qui sont comme suite :

- ✓ **la création de reproduction** : Elle est caractérisée par une faible intensité du changement pour le créateur et une faible intensité de la nouveauté pour l'environnement. Dans ce cas le niveau d'incertitude n'est pas très élevé. La création de reproduction c'est le fait de créer une entreprise rassemblant à d'autres connues. Les changements pour le créateur sont faibles car il possède le savoir-faire et les relations utiles à son projet. Dans cette logique de reproduction, le créateur cherche à faire pour son propre compte ce qu'il faisait déjà dans son emploi précédent.
- ✓ **La création imitation** : l'entrepreneuriat d'imitation crée peu de valeur nouvelle, mais permet au créateur de changer sa situation parfois d'une façon importante. Le créateur d'entreprise ne dispose pas de l'ensemble des ressources nécessaires, il essaye de montrer et développer une entreprise en utilisant une formule bien établie. Le niveau d'incertitude est fonction de la capacité du créateur à acquérir les compétences et les ressources nécessaires pour mener à bien son projet.

⁵⁶ Alain Fayolle « entrepreneuriat ; apprendre à entreprendre », Ed Dunod, Paris,

- ✓ **La création innovation-valorisation** : Elle est caractérisée par une faible intensité du changement pour le créateur , mais la nouveauté est grande pour l'environnement .Cela signifie que le créateur crée une entreprise à partir manière de faire ou d'un produit nouveau dont il possède les savoir-faire .Le niveau d'incertitude est la fonction de la vitesse de pénétration de l'innovation dans son environnement (valorisation de la nouveauté par les clients) et la fonction des aléas de la mise au pont technique et industrielle du projet .
- ✓ **La création innovation-aventure** : Elle est caractérisée par une grande intensité du changement pour le créateur et une grande nouveauté pour l'environnement .le niveau d'incertitude est très élevé et combine des aspects liés l'apprentissage et à l'innovation. Ces situations de création sont très dynamiques, les imprévus et les aléas sont fréquents, conduisant le créateur et le projet a des adaptations et à des changement fréquents .le projet se construit et se reconstruit en même temps que créateur doit faire évoluer ses compétences et ses ressources.
d'aventure.

3-3 Les atouts et les faiblesses des PME

Les PME possèdent un bon nombre d'atouts qu'elles peuvent mettre en avant pour un maximum de profits, Il s'agit entre autre de :

- ✓ La rapidité de prise de décision : La PME affiche une grande souplesse lui permettant d'avoir certaines vitesses de réactivité aux événements nouveaux qui la soucieraient.
- ✓ La fluidité de la circulation de l'information : le nombre réduit des employées de la PME rend la communication entre ses dirigeants très fluide, augmentent ainsi les potentialités de concertation et de réactivité.
- ✓ La concentration de l'effort, En général, la PME n'a qu'un marché ou un segment de marché qu'elle peut maîtriser, ce qui lui donne en permanence une vision nette de son évolution et lui permet de réaliser la meilleure adéquation produit /marché.

Les PME souffrent de plusieurs faiblesses que nous essaierons de résumer dans les principaux points suivants :

- ✓ L'autonomie .l'autonomie reste pour un grand nombre de PME très

- ✓ relative, du fait de leur orientation, principalement, vers la sous-traitance par rapport grands groupes.
- ✓ La fragilité de la circulation de l'information .le nombre réduit des employées de la PME rend la communication entre ses dirigeants très fluide, augmentant ainsi les potentialisé de concertation et de réactivité.
- ✓ La concentration de l'effort .En général, la PME n'a qu'un marché ou un segment de marché qu'elle peut maîtriser, ce lui donne en permanence une vision nette de son évolution et lui permet de réaliser la meilleur adéquation produit /marché.
- ✓ Les PME souffrent de plusieurs faiblesses que nous essaierons de résumer dans les principaux points suivants :
- ✓ L'autonomie .l'autonomie reste pour un grand nombre de PME très relatives, du fait de leur orientation, principalement, vers la sous-traitance par rapport aux grands groupes.
- ✓ La fragilité de leur structure financière .la majorité des bilans des PME sont caractérisés par le poids élevé du court terme.
- ✓ Le manque de notoriété .Les PME sont en général peu connues, aussi u public que des éventuels partenaires de l'entreprise (fournisseurs, clients, administrateur, banques....), ce lui engendre un manque de confiance de ces derniers a son égard.
- ✓ La difficulté à se procurer des ressources financiers et humaines Sa sous capitalisation et ses manques de notoriété rendent son accès ressources financiers très laborieux.

Conclusion

A travers ce chapitre, nous avons essayé de faire une revue de la littérature concernant le phénomène entrepreneurial en identifiant les principales théories et caractéristiques de l'entrepreneur qui est l'acteur fondamental de l'entrepreneuriat .Ensuite, il nous a semblé important de donner un aperçu générale sur la PME qui est le résultat des actes de l'entrepreneur.

L'entrepreneuriat est perçu comme un phénomène hétérogène, complexe et multidimensionnel .Il devient un moyen pour les milieux d'assurer leurs capacités d'innovation et leur compétitivité, la création d'entreprise est devenue aujourd'hui le mot d'ordre en matière de développement .Elle n'est rien sans l'entrepreneur innovateur .Ce dernier est celui qui crée des entreprises. Contribue à leurs expansions, accepte l'incertitude, les risques et par son action accélère l'élaboration, la diffusion et la mise en œuvre d'idées nouvelles.

CHAPITRE 02

CHAPITRE 02 : Les déterminants à la création de l'entreprise

Introduction

Au sens économique, l'entrepreneur est celui qui combine et organise des ressources, de la main-d'œuvre, des matières premières et d'autres actifs pour produire et commercialiser tout en cherchant le développement de son organisme et de répondre aux besoins des individus.

Dans ce deuxième chapitre, nous allons procéder à la présentation des différents déterminants à la création des entreprises qui vont permettre de mieux appréhender les déterminants de l'entrepreneuriat. La première section est consacrée à l'explication de la motivation dans le domaine de l'entrepreneuriat et de comprendre l'acte entrepreneurial. La deuxième section aux différentes motivations des entrepreneurs.

Section 01- Les facteurs motivationnels de l'entrepreneuriat

La notion d'entrepreneur est étroitement associée à celle de création d'entreprise : l'entrepreneur joue un rôle clé dans la création de nouvelles organisations et, de ce fait, apporte une contribution majeure à la croissance économique.

Cette association "entrepreneur/création d'entreprise" suppose l'existence de raisons fondamentales poussant l'individu à se lancer sur un chemin nouveau, celui de la gestion d'une organisation. «La personnalité des dirigeants, avec leurs expériences, leurs compétences, leurs motivations et leurs goûts personnels, joue un rôle particulièrement fondamental dans la mesure où la création de l'entreprise est pour eux un acte essentiel dans lequel ils s'expriment personnellement et se projettent dans l'avenir»¹ (Albert, Mougenot, 1988). Il apparaît intéressant d'identifier les facteurs de motivation des entrepreneurs.

1-1 Définition de la motivation

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

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

¹ P.Albert,P.Mougenot, La création d'entreprise P52

-«Action² des forces (conscientes ou inconscientes) qui déterminent le comportement ».

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

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

Porter & Lawler (1968, p. 7), dans leur ouvrage sur l'attitude des cadres et la performance, s'appuient sur la définition de la motivation de Jones (1955), c'est : « la manière dont le comportement est déclenché, stimulé, est soutenu, est dirigé, est arrêté, et quel type de réaction subjective est présente dans l'organisme pendant que tout ceci se produit ».³

Louart (1997) rappelle que le « concept de motivation sert à traduire les aspects dynamiques de la conduite humaine. Il explique les liens entre l'activation de l'énergie interne et son orientation vers des buts particuliers. L'homme agit selon des directions qu'on peut interpréter de façon causale ou projective. Dans le premier sens, la motivation est le fruit de Déterminations plus ou moins conscientes. Dans le second, elle mobilise le sujet vers des finalités construites à partir de représentations et des enjeux qu'il y voit pour lui-même. Les deux façons de voir sont complémentaires »².

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

1- 2 Comprendre l'acte entrepreneurial

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

-l'approche sur l'étude des caractéristiques.

²Christophe Estay,«motivation entrepreneuriale» P46

³ Porter & Lawler (1968, p. 7),

-les besoins des entrepreneurs et les théories behavioristes et cognitivistes conduisant à des recherches plus opérationnelles

1-2-1 Les approches par les caractéristiques et les besoins des entrepreneurs

L'approche par les traits de la personnalité repose sur l'hypothèse que certains traits psychologique prédisposent les entrepreneurs à ses activités entrepreneuriales et que ces traits et caractéristiques les différencient des non entrepreneurs

L'entrepreneur est vu acteur primordial dont il s'agit de découvrir les motivations les caractéristiques psychologiques et les traits de personnalité, les caractéristiques sociodémographiques les habiletés les réseaux et le rôle d'innovateur dans l'économie (Déry, Toulouse 1995 ; Garter 1988 Stevenson, Roberte, Grousbeck, 1993).

L'objet final est d'établir un profil type d'entrepreneur répondant à des caractéristiques spécifique et empiriquement démontrées

En effet, certaines études réalisées dans le cadre de ces approches n'ont pas réussi à générer une liste valide et sérieuse de caractéristiques qui sont clairement entrepreneuriales dans toutes des situations. Autrement dit certains chercheurs ont rencontré des difficultés à classer les entrepreneurs selon leurs traits de personnalité .Par ailleurs Gartner (1988) a montre l'impossibilité de définir les caractéristiques permettant de discriminer les entrepreneurs dans une population.

Les limites psychosociologiques de l'entrepreneur prennent leur source dans celle du besoin d'accomplissement de Mc Clelland dont l'essentiel est issu de son ouvrage (The achieving society) publié en 1961. Pour cet auteur, il existe des facteurs endogènes à savoir des valeurs humains et des motivations qui poussent les individus à saisir et exploiter les opportunités économiques au –delà de certains facteur exogènes (opportunités économiques ,climat social) pouvant expliquer la croissance économique.

Le besoin d'accomplissement selon Mc Clelland apparait comme mère des motivations et se définit par le désir de mieux faire non pas pour le prestige, la reconnaissance sociale ou l'argent mais pour répondre à un besoin inné de réalisation personnelle. Pour l'auteur, il existerait une corrélation positive entre le besoin d'accomplissement et le niveau de

Développement économique d'un pays. Mc Clelland et Burnham 1976 concluent que le besoin d'accomplissement est l'élément clé du succès des entrepreneurs.

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

1-2-2 Les approches comportementales et cognitives de l'entrepreneur

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

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

1-2-2-1 Le modèle de la formation organisationnelle de Learned (1992)

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

-La propension à créer : certains individus ont une combinaison de caractéristiques psychologique et un passé professionnel qui les rendent plus susceptibles de créer une entreprise.

-L'intention de créer : parmi ceux-ci certains rencontrent des situations qui augmentent leur probabilité de s'engager dans des comportements de création.

-La structuration des informations : cette étape consiste à rechercher et à trouver dans l'environnement des informations pertinentes.

Selon ce modèle, la décision d'entreprendre peut s'expliquer par un événement ou une accumulation d'informations. Si l'environnement semble favorable au créateur (capacité de trouver les ressources nécessaires, marché réceptif) il décidera effectivement à se lancer dans

son projet soulignant que cette approche reste peu précise quant aux facteurs de contingences liés à la décision du porteur de projet.

1-2-2-2 Le modèle de l'événement entrepreneurial Shapero (1975)

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

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

A .Shapero insiste sur le fait que les entrepreneurs ont un grand désir d'indépendance et de contrôle et de leur environnement.

Des motivations et certaines qualités particulières confèrent donc aux individus qui les possèdent une disposition plus ou moins marquée à l'action entrepreneuriale.

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

Pour Shapero, elle constitue une condition essentielle de la création de l'entreprise «la plus puissante variable l'on trouve associée à l'acte de création d'une entreprise est la crédibilité de l'acte d'entreprendre. L'individu doit être capable de s'imaginer lui-même faisant démarrer et dirigeant une entreprise»⁴.

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

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

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

⁴ SHAPERO Albert, entrepreneurship and economic development and ebtreprise development P 42.

a-Situations négatives : d'après Shapero, sont les plus fréquentes, elles représentent 65% dans son étude. Il peut s'agir de situations liées à l'emploi, par exemple, insatisfaction dans le travail, mauvaise relation avec la hiérarchie, absence de possibilité de promotion.

Comme il peut s'agir de discontinuité diverses, à titre d'exemple, la fin des études, la fin du service militaire ou encore de sortie de prison.

b-Situation positives : elles sont plus rares que les situations négatives, seulement 28% dans l'étude de Shapero. Elles résultent de la découverte d'un nouveau produit, la rencontre d'un partenaire, d'un futur associé etc.

L'ensemble de ces variables influent sur le créateur potentiel et entraînent le déclenchement de l'événement entrepreneurial.

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

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

1-2-2-3 Le modèle de l'intention entrepreneurial de Boy et Vozikis (1994)

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

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

1-2-3 Les principales dimensions environnementales favorisant la création

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

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

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

1-2-3-1 Les raisons socioculturelles à l'origine des dynamiques entrepreneuriales

Le concept de capital social est utilisé par Aldrich, Boutillier et Uzunidis pour définir l'ensemble du relationnel d'un individu. Le capital social aide le porteur de projet dans sa démarche. Il lui permet d'avoir accès à certains savoirs, capitaux, clients, fournisseurs

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

1-2-3-2 Les dimensions économiques et démographiques

L'étude menée par Reynolds, Storey et Westhead (1994) indique un impact significatif de la croissance de la demande de biens de consommation sur le nombre de créations

d'entreprises dans la plupart des pays. Le lien entre la croissance économique et l'activité entrepreneuriale est analysé dans le cadre des travaux du Global Entrepreneurship Monitor.

En 2000 les données sur 21 pays indiquent une corrélation forte entre les deux variables, plusieurs recherches ont montré que l'entrepreneuriat dépend fortement de la densité démographique. Parmi celles-ci, nous citons les recherches de Low et MacMilan (1988) qui révèlent que le dynamisme entrepreneurial est fortement lié à la densité de population des entreprises et aux relations qu'elles entretiennent entre elles. Plus précisément, Baum et Oliver (1992) ont conclu que les porteurs de projets intervenant dans un environnement à forte intensité d'entreprises ont davantage d'opportunités pour apprendre et se créer un réseau de relations, mais ils doivent également faire face à une intensité concurrentielle très forte.

D'autres variables importantes ont été soulignées par Kangasharju (2000) telle que : l'existence d'université et de centres de recherche, le développement du secteur des services la jeunesse de la population et enfin le dynamisme technologique des entreprises.

1-2-3-3 Les motifs politiques

Les actions politiques et gouvernementales peuvent influencer la dynamique entrepreneuriale. D'abord, l'environnement juridique est susceptible d'encourager ou limiter l'initiative individuelle. Ensuite, la mise en place de certains dispositifs d'accompagnement peut permettre la réalisation effective d'un projet. Enfin, les états accordent des aides spécifiques, aux entrepreneurs sous formes d'avantages financiers, d'ouverture des marchés publics ou d'assistance aux personnes en difficultés.

Section 02 : Les facteurs de motivation des entrepreneurs

Pierre-André Julien et Marchesnay (1996)⁵, stipulent que le bon choix de la stratégie et les décisions de l'entrepreneur seront marqués par le profit, qui est l'un des grands objectifs de l'investisseur. La théorie économique a toujours dit que le profit est rarement le premier objectif de l'entrepreneuriat. Ce profit peut être d'une part une contrainte pour compenser les coûts et surtout assurer la survie de l'entreprise et d'autre part il permet de faire face à de nouveaux défis pour soutenir la croissance et les nouveaux investissements.

⁵ Pierre-André Julien et Marchesnay (1996) op cit p 53- 54

2-1 Facteurs économiques

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

2-1-1 Les ressources humaines

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

2-1-2 Les ressources financières

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

2-1-3 Accessibilité au marché

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

Les réseaux personnels et professionnels constituent des éléments facilitateurs et des catalyseurs qui permettent de gagner du temps et de l'efficacité face à la complexité des situations et à la multiplication des démarches et procédures. Ceci justifie parfaitement le vieux dicton : « ce que vous connaissez est bien moins utile que les personnes que vous connaissez.⁶ »

2-2 Facteurs psychologie

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

⁶ : A FAYOLLE, « Le métier de créateur », Editions d'Organisation, 2003, P 67.

2-2-1 Les intentions entrepreneuriales

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

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

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

2-2-2 Historiques personnels

La personnalité des individus, des besoins psychologiques spécifiques (contrôle (McClelland, 1961), accomplissement (Brockhaus, 1982) ou les Contexte politique, économique et social histoire personnelle, personnalité actuelle et compétences rationalité analytique et réflexion causes effets pensée contextuelle intuitive et holistique intentionnalité actions compétences prédisposent les individus face à l'intention d'entreprendre.

2-2-3 Besoin d'indépendance

Nombre d'études de cas d'entrepreneuriat révèlent que le désir d'être indépendant et autonome est l'explication fréquemment donnée comme motif de création d'une nouvelle entreprise. Le besoin d'indépendance et d'autonomie sont considérés comme attribut des entrepreneurs. Ils ont été reconnus comme des motivations à entreprendre⁷.

Selon A. Shapero, Les premiers mobiles de l'entrepreneur sont le besoin d'indépendance, le désir d'être son propre patron et l'aspiration à l'autonomie⁸.

La notion d'entrepreneur est liée à la capacité de pouvoir régler soi-même son travail

⁷ : GASSE Yvon, Tremblay Maripier « L'impact des antécédents sur les perceptions, attitudes et intentions des étudiants collégiaux et universitaires à l'égard de l'entrepreneuriat », P 9.

⁸ : A FAYOLLE, « Le métier de créateur », Editions d'Organisation, 2003, P 61.

(Donckels, 1984). Autrement dit, la personne détermine les tâches à effectuer et le planning à respecter pour parvenir aux résultats escomptés. Certains traits de la personnalité des entrepreneurs peuvent faire en sorte que "leur indépendance est la chose la plus désirable au monde" (Sweeney, 1982).

Pour Stevenson⁹ (1987), les jeunes sont motivés pour entreprendre depuis assez longtemps, souvent dès leur enfance. La motivation des jeunes entrepreneurs est l'indépendance, d'échapper aux ordres des supérieurs et le besoin de réalisation personnelle pour gagner de l'argent. A ce titre, la motivation première des entrepreneurs

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

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

2-2-4 Besoin d'accomplissement

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

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

2-2-5 L'expérience et l'âge

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

⁹ :E Baccari, « Les motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs Tunisiens : Etude exploratoire », P8

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

2-3 Facteurs sociologiques et culturels

Les motivations sociologiques et culturelles sont des éléments directement liés aux différents milieux connus et fréquentés par les individus, et qui peuvent jouer un rôle sur leur propension à entreprendre.

2-3-1 Le milieu familial

La famille peut avoir des stratégies qui peuvent expliquer les différences d'orientations et de réussite scolaire : des parents pauvres peuvent se contenter d'un niveau moins élevé de qualifications, alors que des parents instruits vont pousser leurs enfants jusqu'au bout.

Il semble que les entrepreneurs proviennent le plus souvent de familles où les parents ou autres personnes proches sont eux-mêmes dans les affaires, ou encore, à leur compte; ainsi, plusieurs recherches indiquent que c'est le cas de 50 % d'entre eux⁵. On peut penser que le jeune, grandissant dans ce genre de famille ou d'entourage, considère ses parents ou ses proches comme des modèles à imiter. La même constatation a été faite récemment par Diochon et ses collègues⁶ dans une étude canadienne sur les entrepreneurs activement impliqués dans une création d'entreprise (entrepreneurs naissants), alors que 46 % de ceux-ci avaient des parents entrepreneurs ou propriétaires d'entreprise.

Plusieurs recherches indiquent que les entrepreneurs proviennent le plus souvent de familles où les parents ou autres personnes proches sont eux-mêmes dans les affaires. Les jeunes grandissant dans ce genre de famille ou d'entourage, considèrent leurs parents ou ses proches comme des modèles à imiter.

L'incidence du rang de naissance a fait l'objet de plusieurs études¹⁰, notamment dans celle de Henning et Jardim, qui ont découvert par exemple, que les femmes cadres dirigeants ont tendance à être des aînées. Ainsi, un aîné ou un enfant unique est entouré d'une attention particulière et acquiert plus de confiance en lui. Hisrich et Brush ont, par exemple, trouvé 50% d'aînées au sein d'un échantillon national de 408 femmes entrepreneurs.

¹⁰ D. Hisrich, M. Peters : « entrepreneurship : lancer, élaborer et gérer une entreprise », *Economica*, 1991, P 57.

2-3-2 L'éducation et l'expérience antérieure

L'éducation des entrepreneurs a fait l'objet d'abondantes recherches. Ces dernières ont montré que l'éducation joue un rôle important dans l'éveil des entrepreneurs. Elle permet de doter l'entrepreneur de compétences et de connaissances qu'il estime très utiles, même décisives pour la concrétisation de son projet. De plus, L'expérience antérieure joue un rôle déterminant dans la création, la croissance et la réussite de l'entreprise. Il s'ensuit que la connaissance d'une technique et d'un secteur d'activité a une influence non moins importante sur l'activité entrepreneuriale

2-3-3 Le territoire

Le territoire dans lequel l'entrepreneur passe sa vie personnelle ou professionnelle joue un rôle non négligeable. Un territoire peut, en effet, constituer un pôle d'attraction entrepreneuriale¹¹. Il est considéré comme un déterminant grâce à la disponibilité d'atouts naturels tels que la taille, la qualité et la diversité du territoire, la richesse des sols et des sous sols, la disponibilité en eau, la douceur du climat. Nous pensons aussi aux diverses infrastructures de base (réseaux routiers, aéroport, télécommunication, réseaux d'énergie, tissu économique, ...), ainsi qu'aux ressources humaines, financières et technologiques.

La disponibilité de ces dotations matérielles et immatérielles en quantités suffisantes est un puissant facteur d'attraction des entreprises auxquelles elle confère de réels avantages. A l'inverse, leur rareté relative ou leur absence joue comme un sérieux frein à l'émergence de ces entreprises et à leur développement.

2-4 Facteurs technologique

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

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

¹¹ : A FAYOLLE, « Le métier de créateur », Editions d'Organisation, 2003, P 66.

2-5 Facteurs contextuels

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

Conclusion

Le phénomène de la création d'entreprise est annoncé par différents déterminants. Les facteurs motivationnels déterminent le comportement. Plusieurs motivations peuvent mener à la création de l'entreprise. L'indépendance est une motivation d'entreprendre. Le défi a un caractère motivationnel, c'est d'avoir l'amour du risque.

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

CHAPITRE 03

CHAPITRE 03 : La dynamique entrepreneuriale en Algérie**Introduction**

L'effondrement des prix de pétrole et la montée de la contestation sociale, ainsi que les bouleversements socio-économiques marqués par la mondialisation des échanges et la compétitivité, vont amener l'Algérie à l'instar à entreprendre des réformes structurelles dont l'objectif est de donner à la PME une place principale dans le développement économique. L'objet de ce chapitre est justement d'essayer d'avoir la place des PME dans l'économie Algérien et précisément dans la willaya de Bejaia.

Section 01 :Les PME en Algérie

Les PME algériennes sont caractérisées par un développement important et rapide dans un cadre encore en transformation, passent par deux étapes d'évolutions, la première est la période de l'économie centralisée et la deuxième est celle de l'économie du marché.

1-1 Définition de la PME en Algérie :

En Algérie, le développement de la population des PME a connu une expansion importante depuis 1995. Cette évolution est le résultat des mesures d'incitation et d'encadrement, en faveur de la promotion de l'investissement, prises par les pouvoirs publics dans le cadre des réformes économiques libérale. Cependant au-delà de l'expansion du tissu de la PME ainsi enregistrée, le concept PME en Algérie reste très flou en comparaison avec celui en vigueur dans les pays industrialisés.

Jusqu'à 2001, il n'existait pas une définition officielle de la PME en Algérie et l'Office National des statistiques (ONS) définissait la PME comme étant une entreprise de production de biens et services employant de 1 à 250 personnes. Au regard de cette définition, seul le critère effectif comptait .En décembre 2001, l'adoption de la loi d'orientation s'inspire de celle adopté par l'Union Européenne, l'Algérie a adopté la charte de Bologne de juin 2000 sur la définition européenne des PME. La définition de la PME adoptée par l'Algérie est basée sur trois critères suivant : les effectifs, le chiffre d'affaires/ bilan annuel et l'indépendance de l'entreprise.

La PME, quel que soit son statut juridique , est définie comme étant une entreprise de production des biens et des services employant de 1 à 250 personnes, dont le chiffre d'affaire

annuel n'excède pas le 2 milliards de Dinars (DA), ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 500 millions de Dinars et qui respecte le critère de l'indépendance . Cette loi sur les PME distingue trois types d'entreprises :

- **La moyenne entreprise** : toute entreprise employant de 50 à 250 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel est compris entre 200 millions et 2 milliards de Dinars ou dont le total du bilan est entre 100 et 500 millions de Dinars.
- **La petite entreprise** : toute entreprise employant de 10 à 49 personnes et dont le chiffre d'affaire annuel n'excède pas 200 millions de Dinars ou dont le total du bilan n'excède pas 100 millions de Dinars.
- **La très petite entreprise (TPE)** : toute entreprise employant de 1 à 9 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel est inférieur à 20 millions de Dinars ou dont le total du bilan n'excède 10 millions de Dinars.

Tableau n° 3 : Les critères de définition de la PME Algérie.

Catégorie d'entreprise	Nombre d'employés	Chiffre d'affaires annuel en DA	Total du bilan en DA
Moyenne	50 à 250	200 millions à 20 milliards	100 à 500 millions
Petit	10 à 50	20 millions à 200millions	Inférieur de100millions
Très petit	01 à 09	Inférieur à 20millions	Inférieur de10millions

Source : la loi n°01.18 du 12 décembre 2001 sur l'orientation et la promotion de la PME.

1-2 Genèse et développement de la PME algériennes :

Même s'il est communément admis que la PME algérienne soit née dans sa majorité après 1994, mais réellement ses premières apparitions ont été vers la fin des années 1980. Avant cette date, ce type d'entreprise n'avait qu'un rôle secondaire dans l'économie algérienne. On distingue généralement trois étapes dans l'évolution de cette dernière.

- La période 1963-1982 :

Après l'indépendance, l'Etat algérien a eu recours à la planification centralisée des grandes entreprises publiques de production des biens et les services, et nationalisation les terres afin de couvrir les différents besoins ; Alors les secteurs de la PME étaient composés

essentiellement de petites entreprises qui ont été confiées à des comités de gestion après le départ de leurs propriétaires étrangers.

- Le premier code d'investissement 1963¹ n'a pas eu grand impact sur le développement des PME.
- le seconde code d'investissement de 1966, prévoyait le monopole d'Etat sur les secteurs stratégiques de l'économie, cependant la PME algérienne a marqué réellement son démarrage à partir du ;
 - Premier plan quadriennal (1970-1973)²
 - Deuxième plan quadriennal (1974-1978)³

D'une manière générale, durant toute la période 1963 à 1981 « il n'y a donc pas eu de politique claire à l'égard du secteur privé, celui-ci n'a pu connaître qu'un certain développement en marge des plans nationaux, il était freiné par le discours politique d'une Algérie sociale qui lui était de plus en plus hostile »⁴.

-La période 1982-1988 :

Cette seconde étape est caractérisée par la promulgation des nouveaux cadres législatifs et réglementaires relatifs à l'investissement privé comme :

- la loi du 21/08/1982 qui a élargi les domaines d'activités et offre certaines avantages au secteur privé, malgré le plafonnement des crédits d'investissement⁵, à 30 millions du dinar.
- En 1983, l'Etat mis en place un office pour l'investissement privé(OSCIP), ce dernier est placé sous la tutelle du ministère de planification et l'aménagement du territoire. Grâce à cette loi plus 1000 projets ont été inscrits et près de 777 de PME ont été réalisées

¹Premier code d'investissement été promulgué pour stabiliser l'investissement économique des perturbations qu'il a connues après l'Indépendance.

²Ce plan avait prévu un programme spécial de développement des industries locales.

³Ce plan a été initié exclusivement pour le secteur public, dont les objectifs constituent à assurer un équilibre régional.

⁴ KHELADI(M), IDIR(M), ALILAT(T), BEDJGUELLEL(F) ; « Al 'ère de la mondialisation, la PME, peut-elle constituer un voie développement pour l'Algérie ? » ; projet de recherche, université de Bejaia, 2008, P 307.

⁵ 30 millions de dinars pour la création de la (SARL, SPA), et 10 millions de dinars pour création des SNC.

-A partir de 1988 :

L'Algérie a connu à partir de 1988 une phase de transition vers l'économie de marché, et le désengagement dans la gestion des entreprises, en raison de l'incapacité du secteur public à s'adapter à la nouvelle conjoncture et d'améliorer les performances du système productif national. De ce fait, l'Etat a mis en place dans un nouveau cadre législatif et plusieurs réformes liées aux programmes de redressement économique, ou système juridique pour le développement de secteur privé et la promotion des petites et moyennes entreprises tels que le nouveau code d'investissement qui a été promulgué le 05/10/1993. Ce dernier a été mitigé ce qui a porté les autorités à le promulguer en 2001 (l'ordonnance n°01/03 du 20/08/2001 relative au développement de l'investissement), et loi d'orientation sur la promotion de la PME (loi n°01/18 du 12/12/2001). Le contenu s'articule autour des éléments suivants⁶ :

- Des mesures de facilitation administratives dans la phase de création de l'entreprise.
- La création d'un fonds de garantie des prêts accordés par les banques en faveur des PME.
- La création d'un conseil national de l'investissement (CNI) et la suppression de la distinction entre investissement public et investissement privés (CNES, 2002).

Et à partir de cette phase que le poids des PME dans le tissu national a fortement augmentée par l'émergence du secteur privé.

1-3 Evolution des PME en Algérie

Dans le cadre de la coopération internationale, des organismes sont chargés de la coordination et la mobilisation des financements et des crédits alloués aux PME, afin de les stimuler à diversifier leurs activités et s'orienté vers les exportations hors hydrocarbures. A cet effet, un Conseil National de la Promotion de la Sous-traitance a été instauré, il prend en charge l'information économique et statistique par l'établissement d'un système d'information. Il vise le développement de la recherche dans le domaine de la PME, ainsi que l'élargissement de la concertation avec le mouvement associatif du monde de l'entreprise

Ainsi, a partir de 2000, le poids de la création des PME a nettement augmenté comme le montre le tableau ci- dessus. Le nombre des PME a plus que doublé. Les statistiques disponibles indiquent que plus de la moitié des PME ont été créés entre 2001/2007, suite à la loi d'orientation sur les PME en 2001. Au premier semestre de l'année 2011 le nombre des

⁶ KHELADI(M), IDIR(M), ALILAT(T), BEDJGUELLEL(F). Op cité, P 312.

PME privées a connu une évolution remarquable, et a enregistré le nombre de 500854 entreprises créées, alors qu'au début de 2001 elles étaient à 179 893 entreprises. Contrairement au nombre des PME publiques qui a enregistré une diminution.

Tableau n° 04: Evolution de la création des PME en Algérie durant 2001-2011

Année	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2011
PME privée	179893	189552	207949	225449	245842	269806	293946	321387	345902	500854
PME publique	778	778	788	778	874	739	666	626	598	599

Source : Direction des systèmes d'information et des statistiques, ministère de l'industrie, de la PME et de la promotion de l'investissement.

1-4 Evolution des PME privées selon le secteur d'activité :

Les statistiques affichées indiquent que parmi plus de 320 000 PME privées actives sur le territoire national, il y en a 147 582 spécialisées dans les services (45.92%), et 111 978 dans BTP (34.52%) soit (80.44%) dans la totalité, ce qui montre que le tissu des PME en Algérie est constitué essentiellement de ces deux secteurs, et que l'industrie avec un taux de (17.84%) attire relativement peu d'investissement.

Tableau n°05 : Répartition des PME par Groupes de Branches d'Activité :

Groupes de branches	PME Privées 2004	%	PME Privées 2005	%	PME privées 2006	%	PME privées 2007	%	PME privées 2008	%
Services	102 841	45.62	112 644	45.82	123 782	45.88	135 151	45,98	147 582	45,92
B.T.P	72 869	32.32	80 716	32.83	90 702	33.62	100 250	34,10	111 978	34,84
Industr	46 278	20.53	48785	19.84	51 343	19.03	54 301	18,48	57352	17,84
Agricul Pêche	2 748	1.22	2 947	1.20	3 186	1.18	3 401	1,16	3 599	1,12
Services liés industrie	713	0.31	750	0.31	793	0.29	843	0.29	876	0,27
Total	225 449	100	245 842	100	269 806	100	293 946	100	321 387	100

Source : synthèse effectuée à partir de données des bulletins d'informations n°6, 8, 10,12, 14, op.cit.

Outre, l'engagement de l'Etat dans le programme de 1 million de logement, de l'autoroute est/ouest et plein d'autre projets inscrit dans le BTP, expliquent l'augmentation des PME dans

ce secteur puisque leur nombre est passé de 72 869 en 2004 à 111 978 en 2008 soit un taux d'évolution de 54% (tableau 05), et même les services affichent une augmentation de 44 741 PME entre 2004/2008 (tableau 05) ,ce qui confirme la nouvelle direction de l'économie algérienne vers certaines activités pour satisfaire les besoins suite au changement de l'environnement interne et externe.

1-5 La répartition spatiale des PME privées en Algérie

1-5-1 La distribution des PME par wilaya

La population de PME du pays est inégalement répartie. Douze wilayas (sur les 48) concentrent plus de 53% des PME implantés dans le pays et quatre, à savoir Alger (11,51% du total), Tizi-Ouzou, Oran et Bejaia, accueillent près de 27% de la population de PME du pays. En termes d'évolution, les wilayas de Tipaza (10,76%), Blida (10,50%), Sétif (10,06%), Boumerdes (9,87%), Bejaia (9,60%) et Tizi-Ouzou (9,14%) enregistrent les taux de croissance les plus élevés, dépassant en cela sensiblement le taux de croissance globale l'échelle nationale.

1-5-2 La distribution des PME par région

Par région, le Nord concentre l'écrasante majorité de PME comparativement au Sud du pays. Dans la région Nord, le Centre abrite la part la plus importante des PME, les wilayas concernées se trouvant du reste dans le groupe des 12 les mieux loties en matière de démographie des PME.

La région de Nord regroupe, à cet égard, 262 423 PME, soit 59,38% des PME du pays. Suivie par la région des Hauts-Plateaux avec 134 960 PME (30,54%), alors que la région du Sud et du Grand Sud accueille 44 581 PME (10,09% du total).

Section 02- : L'état des lieux sur les PME de wilaya de Bejaia

2-1 présentation de la wilaya de Bejaia :

Avant d'aborder les PME dans la wilaya de Bejaia, il est nécessaire de présenter cette région tout en mettant l'accent sur quelques points essentiels, afin de bien connaître la région.

Nous nous intéressons, à la situation géographique de la wilaya, puis aux principales activités économiques, une fois qu'on a saisi l'aspect de la région, nous allons fournir quelques informations relatives au mouvement des PME par secteur d'activités, leur répartition par effectifs.

2-2 Situation géographique de la wilaya de Bejaïa

La wilaya de Bejaïa, se situe au Nord-est de la région centre de l'Algérie. Elle est considérée comme étant une wilaya côtière qui s'ouvre sur la méditerranée avec une façade maritime de plus de 100Km, alternant crique rocheuses et plage de sable fin. Elle est organisée en 19 daïras chapeautant 52 communes, elle a des limites administratives avec 5 wilayas :

- Tizi-Ouzou et Bouira à l'ouest,
- Jijel à l'Est,
- Sétif et bordj Bou Arreridj au sud,

La wilaya de Bejaïa s'étend sur une superficie de 322 348 Ha avec 1 002 644 d'habitants au début de 2008, Bejaïa est en termes de population la plus grande ville de Kabylie. Elle est aussi, grâce à sa situation géographique, le plus important pôle industriel de la région, notamment par la concentration de nombreuses industries et la présence d'un des plus grands ports pétroliers et commerciaux de la Méditerranée. Elle est dotée d'un aéroport. Le territoire de la wilaya de Bejaïa est réparti comme suit :

Tableau n° 06 : répartition du territoire de la wilaya de Bejaïa

	Superficie (Hectare)	Superficie (%)
Superficie Agricole Utile	130 348	40,45%
Packages et parcours	30 859	09,57%
Terres improductives des exploitations	3 587	01,11%
Superficie forestière	122 500	38,00%
Terres non agricole	35 054	10,87%
Total	322 348	100%

Source : Direction de la planification et de l'aménagement du territoire (DPAT)-Bejaïa 2011.

Le territoire de la wilaya de Bejaïa est marqué par la répartition des reliefs montagneux (65%), coupé par la vallée de la Soummam et les plaines situées près du littoral.

- Au Nord : Le massif du Bouhatem et le relief du Djurdjura ;
- Au Sud : Le massif du Bousselam et les Babor;
- Au centre : La vallée de la Soummam ;

2-3 activités économiques dans la wilaya de Bejaïa

La wilaya de Bejaia connait un mouvement économique important dans les différentes branches d'activités, du fait qu'elle se situe dans le TOP 5 en ce qui concerne la création des PME à l'échelle nationale, à cet effet nous allons citer les différentes branches d'activités occupées au niveau de cette wilaya.

2-3-1- L'agriculture

La wilaya de Bejaia dispose d'une surface agricole de 130 348 Ha, qui se subdivise en deux grands groupes : l'agriculture de plaine et l'agriculture de montagne. La première se développe sur les surfaces longeant la Soummam et qui concerne au premier degré les cultures arboricoles, suivies de terres labourables pour les céréales, l'aliment de bétail et la culture légumière.

L'agriculture de montagne concerne essentiellement les activités moins dépendantes de l'irrigation : oliviers et figuiers répartis en petites parcelles : jardins potagers et élevage (bovin, ovin, caprin, avicole et apicole).

2-3-2- L'industrie

Le secteur industriel connait un développement significatif vers la fin des années 90, et elle possède aujourd'hui un tissu industriel important, qui est dominé par l'industrie agroalimentaire, de même le secteur privé avec son dynamisme, peut s'imposer très rapidement Ce qu'il lui permet de dominer le secteur public qui a perdu sa prédominance vers les années 90.

2-3-3- Les activités tertiaires

Avec 13.464 unités employant 45.628 travailleurs, le bâtiment et travaux publics, le commerce et le transport et communications sont les secteurs d'activité dominants, représentant plus de 50% de la totalité des activités mais ne générant malheureusement qu'un quart des emplois créés. A cet effet le développement du secteur tertiaire a été encouragé par les différents dispositifs de lutte contre le chômage, tel que l'ANSEJ qui a financé un grand nombre de projets.

Les petites et moyennes entreprises (PME) et les petites et moyennes industries (PMI) à travers la wilaya de Bejaïa occupent une place stratégique par le nombre d'unités existantes qui s'élèvent à 13464 ou par le nombre de postes de travailleurs avec 45628 employés.

Ces entreprises se distinguent dans tous les secteurs d'activités et sont en nette croissance depuis 2009. Ainsi, les secteurs du bâtiment et de travaux publics se sont nettement développés atteignant 3462 entreprises avec 13281 emplois.

De même pour l'agroalimentaire avec 487 unités, un secteur vital qui connaît un développement positif dans la wilaya et surtout une couverture importante sur le marché national par la qualité des produits fabriqués. Ainsi, en référence au nombre de PME-PMI créées et selon la direction de l'industrie de la wilaya, Bejaïa occupe la quatrième place au niveau national après Alger, Tizi-Ouzou et Oran. La wilaya de Bejaïa qui recèle des ressources hydriques très riches a contribué au développement des filières des boissons et du lait et de ses dérivés.

2-4 Présentation du secteur des PME de la wilaya de Bejaïa

Les données de la direction des PME indiquent qu'au début du premier trimestre 2014, le nombre des PME s'élève à 18 970 entités dont le quelle 18 929 privées, 41 entités publiques, contre 17 205 entités en 2013. Dont lesquelles 17 164 entités privées, 41 publiques. Soit une croissance de 2.38%.

Tableau n° 07 : La population des PME de la wilaya de Bejaia au 4eme trimestre 2014.

	31/12/2013	%	31/12/2014	%
NBR de PME Publique	41	0.24%	41	0.22%
NBR de PME Privé	17 164	99.76%	18 929	99.78%
Total	17 205	100%	18 970	100%

Source : établi à partir des données DPME-Bejaia. Année (4eme trimestre2014).

D'après les données, on constate que les PME privées occupe toujours une place très importante dans la wilaya de Bejaia, du fait qu'elle représente la majorité des PME avec une part de 99,78% dans le 4eme trimestre 2014, suivi par le secteur publique avec une valeur marginale estimée à 0,22% du total des PME.

2-4-1 les secteurs d'activités dominants (PME privé) :**Tableau n°08 : les secteurs d'activités dominants**

N°	secteurs d'activités	2012	Part en%	2013	Part en%	2014	Part en%
01	Agriculture et pêche	342	2,28%	373	2,17%	407	2,15%
02	Services liés aux industries	02	0,01%	03	0,01%	03	0,01%
03	BTPH	3 761	25,07%	4 156	24,21%	4 511	23,83%
04	Industries	2 082	13,88%	2 362	13,78%	2 610	13,79%
05	Services	8 813	58,75%	10 270	59,83%	11 398	60,22%
TOTAL		15 000	100%	17 164	100%	18 929	100%

Source : Document de la direction de la PME de la wilaya de Bejaïa au 4eme trimestre 2014.

On remarque que la part des PME privées est majoritaire dans le secteur de service avec un pourcentage très élevé durant les trois années ensuite le secteur du BTPH, après celui de l'industrie et enfin on remarque que les autres secteurs celui de l'agriculture et pêche et de services liés aux industries avec un pourcentage très faible.

2-4- 2 Répartition des PME privées par secteurs d'activités regroupés :

Tableau n°09: Répartition des PME privées par secteurs d'activités regroupés.

Groupes de secteurs	Nombre des PME	%	Contenu
Service	11 398	60,21	- Transport et communication - Commerces - Hôtellerie et restauration - Services fournis aux entreprises - Services fournis aux ménages - Etablissements financiers - Affaires immobilières - Services pour Collectivités
Bâtiment et travaux publics	4 511	23,83	- Bâtiment et travaux publics
Industries	2610	13,79	- Mines et carrières - ISMME - Matériaux de construction - Chimies, Plastiques - Industries Agroalimentaires - Industries du textile - Industries du cuir - Industries du bois et papier - Industries diverses
Agriculture et pêche	407	2,15	- Agriculture et pêche
Services liés aux industries	03	0,02	- Services et travaux pétroliers - Eaux et énergie - hydrocarbures
Total	18 929	100	

Source : Document de la direction de la PME de la wilaya de Bejaïa au 4eme trimestre 2014.

Note à cette égard, que les secteurs qui sont plus forte restent ceux des services (60,21%), en suite BTPH (23,83%), et l'industrie (13,79%) et l'agriculture (2.15%), et en fin les secteurs des services liés aux industries avec une valeur de (0,02%).

2-4-3 La répartition des PME par tranches effectif :

Tableau n°10 : La répartition des PME privées par type (tranche d'effectif).

Secteurs d'activités	PME de 1 à 9 salariés	PME de 10 à 49 salariés	PME de 50 à 250 salariés	Nombre de PME
Services	11 016	332	50	11 398
En %	97%	3%	0,44%	
BTPH	4 200	262	49	4 511
En %	93%	6%	1%	
Industries	2 426	146	38	2 610
En %	93%	6%	1%	
Agriculture et pêche	339	67	1	407
En %	83%	16%	0,25%	
Services liés aux industries	01	02	00	03
En %	33%	67%	00%	
Total	17 982	809	138	18 929
En %	95%	4%	1%	

Source : Document de la direction de la PME de la wilaya de Bejaïa au 4eme trimestre 2014.

A la fin du 4eme trimestre 2014, il a été enregistré un Total 18 929 de PME. Elles sont constituées de 95% d'entités très petites ne dépassant pas 9 Salariés. La création de véritables moyennes entreprises dont l'effectif est supérieur à 50 Salariés est assez faible, seules 138 entreprises relèvent en fait de cette catégorie dont 50activent dans le secteur de service.

Par rapport aux entreprises qui ont un effectifs plus de 10 salaries on remarque qu'il y a une forte concentration au niveau du secteur service liée à l'industrie.

2-4-5 Les statistiques PME par commune :

Tableau n°11: statistique PME par commune

Secteurs d'activités		PME 3 ^{eme} trimestre 2014	Mouvements 4 ^{eme} trimestre 2014				Total de PME 4 ^{eme} trimestre 2014
			Création	Radiation	Réactivation	Ecart	
01	BEJAIA	6118	111	01	18	128	6246
02	AMIZOUR	503	10	00	02	12	515
03	FERAOUN	196	06	00	00	6	202
04	TAOURIRT IGHIL	64	01	00	00	1	65
05	CHELLATA	64	04	00	00	4	68
06	TAMOKRA	19	02	00	00	2	21
07	TIMZRIT	558	07	01	01	7	565
08	SOUK EL TENINE	423	06	00	00	6	429
09	M'CISNA	93	02	00	00	2	95
10	TINBDAR	55	01	01	01	1	56
11	TYCHI	356	07	00	00	7	363
12	SEMAOUN	284	03	00	00	3	287
13	KENDIRA	87	01	00	00	1	88
14	TIFRA	77	02	00	01	3	80
15	IGHRAM	121	06	00	00	6	127
16	AMALOU	160	01	00	00	1	161
17	IGHIL ALI	83	00	00	00	0	83
18	FENAIA ILMATEN	95	05	00	00	5	100
19	TOUDJA	106	01	00	03	4	110
20	DARGUINA	209	03	00	00	3	212
21	SIDI AYAD	56	02	00	00	2	58
22	AOKAS	398	10	00	00	10	408
23	BENI DJELLIL	172	03	00	01	4	176

Secteurs d'activités		PME 3 ^{eme} trimestre 2014	Mouvements 4 ^{eme} trimestre 2014				Total de PME 4 ^{eme} trimestre 2014
			Création	Radiation	Réactivation	Ecart	
24	ADEKAR	102	00	00	00	0	102
25	AKBOU	1700	30	00	06	36	1736
26	SEDDOUK	381	07	00	01	8	389
27	TAZMALT	742	07	00	01	8	750
28	AIT REZZINE	174	05	00	01	6	180
29	CHEMINI	180	01	00	00	1	181
30	SOUK OUFLA	149	02	00	00	2	151
31	TASKRIOUT	283	07	00	00	7	290
32	TIBANE	60	00	00	00	0	60
33	TALA HAMZA	226	05	00	02	7	233
34	BARBACHA	179	02	00	02	4	183
35	BENI KSILA	92	00	00	00	0	92
36	IFRI OUZLEGUEN	347	05	00	04	9	356
37	BOUHAMZA	119	02	00	00	2	121
38	BENI MELIKECHE	37	01	00	00	1	38
39	SIDI AICHE	515	08	03	03	8	523
40	EL KSEUR	709	21	00	02	23	732
41	MELBOU	178	04	00	02	6	184
42	AKFADOU	80	02	00	00	2	82
43	EL FLAY	101	02	00	01	3	104
44	KERRATA	542	05	00	01	6	548
45	DRAA EL KAID	251	01	01	03	3	254
46	TAMRIDJET	103	02	00	00	2	105
47	AIT SMAIL	182	03	00	00	3	185

48	BOUKHLIFA	88	00	00	01	1	89
49	TIZI NBERBER	89	03	00	00	3	92
50	BENI MAUCHE	97	02	00	00	2	99
51	ODGHIR	385	11	00	04	15	400
52	BOUDJELLIL	152	02	00	01	3	155
Total		18 540	334	07	62	389	18 929

Source : Document de la direction de la PME de la wilaya de Bejaïa au 4eme trimestre 2014.

D'après les données du tableau ci-dessous, le total des PME de la wilaya de Bejaia est de 18 929 PME existantes.

La commune de Bejaia occupe la première place avec un nombre de 6246 PME qui représente (33 %) du total des PME, suivi par la daïra d'AKBOU avec un nombre de 1 736 PME avec un seuil de (9,17%), en troisième place on trouve TAZMALT avec 750 PME et une part de (3,96%), EL KSEUR occupe la quatrième place avec 732 PME avec (3,86%), et en fin TAMOKRA se trouve en dernière place uniquement avec 21 PME avec une part très faible (0,11%).

2-5 La population et l'emploi à Bejaia :

La population de la wilaya de Bejaia issue des résultats préliminaires du recensement général de la population et de l'habitat (RGPH) d'avril 2008 est estimée à 912 580 habitants. Elle a atteint 935 200 individus à la fin de l'année 2011 soit une densité de 287 habitants/Km² dont 477 152 de sexe masculin et 458 048 de sexe féminin, avec des pointes dans les communes de Bejaia, Akbou, et Amizour avec respectivement, 1510, 1050, 350 habitants/Km², et des creux de 60 à Toudja, 49 à Ighil-Ali et 24 habitants/Km² dans la commune de Beni K'sila.

Tableau n° 12 : évolution de la population de la wilaya de Bejaia de 1987 à 2011

Années	1987	1998	2008	2009	2011
Nombres de la Population	699 148	856 840	912 580	924 279	9 352 20

Source : RGPH (2008).

La population active à la fin de l'année 2011 est d'environ 355 333 personnes représentant ainsi 38% de la population totale de la wilaya. Quant à La population occupée, elle est de l'ordre de 312 690 individus (en tenant compte des personnes insuffisamment occupées dans le secteur informel).

Le taux de chômage se situerait entre 12 et 14% (alors qu'il a été de 35% en 1998, 23% en 2003). Quoiqu'il en soit, la population inoccupée demeure importante, notamment pour les catégories d'âge de moins de 40 ans, les diplômés et surtout celles des zones des montagnes et les zones rurales en général.

Conclusion

On conclut que les PME jouent un rôle très important dans le développement économique de chaque pays, car elles sont capables de résoudre les problèmes socioéconomiques, accroître la richesse et améliorer le niveau d'emploi. Par conséquent, on peut dire que le recours aux entreprises reste indispensable et incontestable, puisque ces dernières constituent la base du tissu économique d'un pays.

D'après ce chapitre, on se rend compte que l'Algérie a assisté depuis la fin des années 80, à un regain d'intérêt pour les PME. Ce secteur a connu une mutation et une évolution très importante en raison de passage de l'économie administrée à l'économie de marché.

Les PME algériennes sont exposé à des pressions et a des entraves aux quelles ne sont pas bien préparés et mieux protégés, alors la PME doit procéder l'ensemble des caractères pour qu'elle soit solide et compétitive au niveau externe, et participent à la croissance économique.

CHAPITRE 04

Chapitre 04 : Analyse des résultats de l'enquête

Introduction

L'objet de ce dernier chapitre est d'analyser les résultats de notre enquête de terrain d'une manière détaillée. Pour cela ce chapitre est divisé en deux sections. Dans la première nous allons expliquer notre démarche concernant les objectifs de l'enquête et son déroulement, la conception et le contenu du questionnaire, l'échantillon étudié. La deuxième section consacrée à l'analyse, et l'interprétation des résultats de l'enquête.

Section 01 : Méthodologie de la recherche

Pour les besoins de notre travail, nous avons mené une enquête auprès d'un échantillon de 50 entreprises en élaborant un questionnaire regroupant une série de questions relatives à notre étude visant des dirigeants propriétaires de PME privées (créateurs d'entreprises) dans la région de Seddouk et Beni Maouche .

1-1 Objectifs de l'enquête

Notre enquête a pour objectif de ressortir le profil des entrepreneurs privés dans la région de Seddouk et Beni Maouche, les caractéristiques de leur entreprise (la forme juridique et la taille de l'entreprise le secteur d'activité), pour le domaine de l'entrepreneuriat (la motivations à lancer une entreprise, les facteurs importants de dans le choix de se lancer en affaires, les motivations de l'environnement, les facteurs de succès des entrepreneurs.....)

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 étant à l'origine de la création de leurs propres entreprises.

La région concernée est la commune de Seddouk et Beni Maouche. Les questions du questionnaire sont divisées en deux volets essentiels qui sont :

a- Le profil de l'entreprise et l'entrepreneur

Cette partie est réservée aux données d'ordre général concernant l'entreprise et l'entrepreneur. Elle est subdivisée en deux parties essentielles.

-**Identification de l'entreprise** dont l'objectif est de présenter d'une manière générale l'entreprise enquêtée (Nom ou raison sociale, la forme juridique, lieu d'implantation)

ainsi que le poids économique dans le développement de la région et cela à travers des données techniques, qu'il s'agit d'effectif employé.

- **Les informations concernant le profil de l'entrepreneur** cette partie qui a pour but de voir quelles sont les qualifications des entrepreneurs est quelle sont les facteurs qui sont à l'origine de

création de l'entreprise il s'agit de son origine ses antécédents ses expériences. D'une manière générale il s'agit de savoir de connaître le profil de l'entrepreneur.

b - les motivations de l'entrepreneur à l'égard de la création de l'entreprise : Cette partie a pour but de savoir qu'elles sont les causes qui sont à l'origine de la création de l'entreprise, les motivations de l'entrepreneur et les raisons de se lancer en affaires ainsi que l'influence du milieu.

Pour ne pas alourdir le questionnaire et d'avoir le maximum de réponses, nous avons veillé à ce que les questions soient administrées d'une manière 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.

La personne enquêtée est 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 consiste à déposer le questionnaire au niveau de l'entreprise pour être rempli

La deuxième a été de compléter le questionnaire par un entretien avec le répondant.

1-3 La taille de l'échantillon

L'échantillonnage représente une opération qui consiste à sélectionner une fraction d'une population plus vaste. Et pour des raisons de coûts, de délais, il est pratiquement impossible d'étudier tous les individus d'une population c'est-à-dire d'effectuer un recensement. De plus, «Il consiste à obtenir une représentativité suffisante en cherchant à produire dans l'échantillon, les distributions de certaines variables importantes sachant que ces distributions existent dans la population à étudiée»¹

Pour pouvoir 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 une 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 région enquête.

¹ AKTOUF Omar. « Méthodologie des Sciences sociales et approche qualitative des organisations : une introduction à la démarche classique et une critique ». HEC, Montréal : les presses de l'université du Québec, 1987, p. 74.

- le nombre attractif de création d'entreprises dans cette localité.

Nous avons retenu un échantillon de cinquante 50 entreprises, nous avons distribué 50 questionnaires, répartis à travers 02 Daïra de la wilaya de Bejaia. Nous avons pus récupérer 40 questionnaires sur 50 entreprises contactées.

Seulement 35 questionnaire sont exploitables ce qui présente un taux de réponse de 80%. Le Reste (soit 05 questionnaire ont fait sont mal remplis ou non réponse pour cela nous étions obligé de les éliminer de notre études, vu le manque de leur crédibilité (non exploitables)

Dans les tableaux n°13 et n°14 nous allons établie la taille de l'échantillon étudié de notre enquête.

Tableau n°13 : La taille de l'échantillon de notre enquête.

Nombre	Nombre d'entreprise dans l'échantillon	Taux (%)
Questionnaires Récupérés	40	80
Non récupérés	10	20
Distribuer	50	100

Source : Etabli par nos soins à partir des résultats de l'enquête de terrain Mars 2016.

Tableau n°14 : La taille de l'échantillon étudié

Nombre	Nombre d'entreprise dans l'échantillon	Taux (%)
Questionnaires Exploitable	35	87,5
Non exploitables	05	12,5
Total	40	100

Source : Etabli par nos soins à partir des résultats de l'enquête de terrain Mars 2016.

Les restrictions apportées à notre échantillon sont dues essentiellement à :

- La non –disponibilité de certains entrepreneurs.
- Le refus se certains entrepreneurs de répondre aux questionnaires.
- La non-conformité de quelques questionnaires.

Après avoir réalise quelques entretien et récupère notre enquête trois branches d'activités à savoir : Les services, les travaux bâtiments et travaux public, car ces trois activités présentent des taux de création d'entreprises les plus importante (représentent respectivement de la population totale des PME. Ainsi, ils sont plus dynamiques. La classification des entreprises enquêtées selon leurs branches d'activité, est présentée dans le tableau n°15.

Tableau n°15: Répartition de l'échantillon final par branche d'activité

Secteur d'activité	Echantillon étudié	Non réponse	Echantillon final
Services	19	08	11
Bâtiment et travaux publics	16	04	12
Industrie et autres	15	03	12
Total	50	15	35

Source : Etabli par nos soins à partir des résultats de l'enquête de terrain Mars 2016.

1-4 Le déroulement de l'enquête

Après avoir recueilli les différentes données relatives à la population des entrepreneurs étudiées, défini l'échantillon de l'enquête et aussi conçu le questionnaire à distribuer, notre enquête de terrain a débuté vers le début du mois de Mars 2016.

Nous nous sommes déplacés au niveau du siège des entreprises, pour rencontrer personnellement les dirigeants et les propriétaires de ces entreprises (non pas des gestionnaires), pour leur administrer le questionnaire, est pour des raisons inconnues quelques un de nos informateurs ne remplissent pas tout le questionnaire et d'autres ne les remplissent pas qu'après plusieurs jours de notre première rencontre. Rares sont les entrepreneurs qui acceptent de répondre à nos questions, dès le 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 nous parler d'eux-mêmes, de leurs exploits personnels, leurs expériences, leurs motivations, de leurs façons de gérer, de prise de risque et de leur esprit d'entreprise et d'indépendance.

La mission d'enquêter auprès des PME de la commune de Seddouk et Beni Maouche n'a pas été facile, suite aux nombreuses difficultés telles que la non disponibilité des dirigeants,

Cependant, nous étions obligés de laisser le questionnaire au niveau de l'entreprise pour le récupérer qu'après un certain temps et parfois sans le récupérer.

Malgré toutes ces difficultés, nous ne sommes pas découragées, pour aller au bout de notre enquête qui a duré 3 mois.

1-5 Le traitement et dépouillement des questionnaires

Nous avons utilisé un traitement manuel pour traiter les données. Les questionnaires ont été vérifiés et numérotés afin de bien organiser notre travail.

Nous avons fait des tableaux pour chaque question de notre questionnaire, pour ressortir les statistiques dont nous avons besoin, puis on les informatise à la fin les introduire dans notre travail.

Après avoir présenté notre démarches méthodologiques de notre enquête nous procéderons à la présentation et l'analyse des résultats de l'enquête qui fera l'objet de la seconde section.

Section 02 :Analyse des résultats de l'enquête

Cette section à pour objectif d'analyser les données recueillis par le moyen du questionnaire au prés des PME privés dans la commune de Seddouk et Beni Maouche et de vérifier les hypothèses de recherche. En premier lieu nous allons voir les caractéristiques des entreprises et celles des entrepreneurs enquêtés, et enfin nous allons aborder les motivations des entrepreneurs.

2-1 Présentation et caractéristiques des entreprises

Nous avons essayé à travers notre enquête, de répartir les entreprises privées enquêtées dans la région de Seddouk et Beni Maouche selon les critères suivants : le lieu d'implantation de l'entreprise, son statut, sa taille, sa forme juridique, la date du début de l'activité ainsi que le secteur d'activité.

2-1-1 La répartition des l'entreprises enquêtées par commune

D'après le tableau n°16 la plupart des entreprises enquêtées se concentre dans la ville de Seddouk (60%), parce qu'elle dispose 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 Seddouk constitue une des grand pole pour les investisseurs privés cette commune dispose d'un avantage économique comparativement à la commune de Beni Maouche avec un taux de (28,57%).

Tableau n° 16 : Répartition spatiale de l'échantillon.

Commune	Fréquence	Pourcentage(%)
Beni Maouche	10	28,57
Seddouk	21	60
Akbou	04	11,43
Total	35	100

Source : Etabli par nos soins à partir des résultats de l'enquête de terrain Mars 2016.

2-1-2 La répartition des entreprises selon la forme juridique

Le tableau n°17 illustre que la plupart des créateurs que nous avons interrogés ont choisi pour leur entreprise, le statut d'entreprise individuelle soit avec (60%) La prédominance de cette forme peut s'expliquer par la facilité d'entrée dans les affaires des petits épargnants en créant des micro-entreprises. Vient en deuxième lieu la forme SARL avec un taux de 14,28%. 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 l'EURL avec un taux de (11,42%). Les SPA avec un taux de (8,57%) et en fin SNC avec un taux de (5,73%).

Tableau n° 17 : Répartition des entreprises enquêtées selon la forme juridique.

Forme juridique	Fréquence	Pourcentage(%)
Entreprise individuelle	21	60
SNC	02	5,73
SARL	05	14,28
EURL	04	11,42
SPA	03	8,57
Total	35	100

Source : Etabli par nos soins à partir des résultats de l'enquête de terrain Mars 2016..

2-1-3 La répartition des entreprises enquêtées selon la date de la création (début de l'activité)

Les résultats de notre enquête montrent que plus de (91,42%) des entreprises en quête, ont été créées dans les années 2000. Cela peut être s'expliquer à travers les encouragements prises par l'Etat pour les entreprises privée grâce aux différents dispositifs ANSJ et ANGEM. Ainsi la disponibilité des crédits bancaires pour lancer les investissements. Par contre les années 90, seulement 3 entreprises ont été créées pour l'échantillon que nous avons étudiée. Les résultats sont présentés dans le tableau n°18

Tableau n° 18 : Répartition des entreprises enquêtées selon la date de la création.

Période	Fréquence	Pourcentage(%)
Années 90	03	8,58
Années 2000	32	91,42
Total	35	100

Source : Etabli par nos soins à partir des résultats de l'enquête de terrain Mars 2016.

2-1-4 La répartition des entreprises enquêtées selon l'effectif employé

D'après le tableau n°19 notre échantillon est constitué en grande partie d'entreprises classées dans la catégorie de micro-entreprise, comprenant entre [1-9] employés. Elle représente (57,14%) du total. Suivi de la catégorie de petite entreprise, comprenant entre [10-49] employée avec un taux de (31,42%) du total. Ainsi la catégorie des moyennes entreprises est représentée par (8,57%). Enfin les grandes entreprises présentée par une unité.

Tableau n° 19: Répartition des entreprises enquêtées selon la taille.

Effectif employé	Fréquence	Pourcentage(%)
[1-9]	20	57,14
[10-50]	11	31,42
[50-250]	03	8,57
[250-1000]	01	2,87
Total	35	100

Source : Etabli par nos soins à partir des résultats de l'enquête de terrain Mars 2016.

2-2 La présentation des informations concernant le profil de l'entrepreneur

2-2-1 La Présentation des entrepreneurs par sexe

Selon les résultats présentés dans le tableau n°20 les hommes présentent la partie la plus importante, au sein de la catégorie sociale. En effet, sur les 35 entrepreneurs enquêtés, 33 sont des entrepreneurs- hommes avec un taux de (94,28%) de la population enquêtée. La part des entrepreneurs –femmes est très négligeable, elle représente que (5,72%) de la population enquêtée c.à.d. que 02 nuitées. Ceci montre que la fonction de l'entrepreneur reste fermée aux femmes. Les caractéristiques de la société Algérienne ne facilitent pas l'intégration des femmes dans le milieu entrepreneurial qui parait dur et fermée.

Tableau n° 20: La répartition des entrepreneurs enquêtés par sexe.

Sexe	Fréquence	Pourcentage(%)
Homme	33	94,28
Femme	02	5,72
Total	35	100

Source : Etabli par nos soins à partir des résultats de l'enquête de terrain Mars 2016.

2-2-2 L'âge des entrepreneurs.

D'après les résultats de notre enquête présentée dans le tableau n°21 est qui représente les tranches d'âge des entrepreneurs au moment de la création effective de l'entreprise. La plupart des entrepreneurs enquêtés ont lancé leurs entreprises entre 30 à 40 ans avec une part de (42,86%) suivi de la catégorie entre 40 et 50 ans avec un taux de (34,28%) de la population enquêtées. A partir des ces résultats on constate que l'entrepreneur se lance dans la création à un âge mature, après avoir acquis une important expérience professionnelle et rassembler les capitaux nécessaires pour l'investissement .Ainsi, en peut dire que la création des entreprises se fait généralement entre 30 et 50ans. Par la suite en trouve les jeunes entrepreneurs de l'âge (moins de 30 ans) avec une part de (20%) ils représentent ceux qui sont aidés pas leurs parents

ou proches (l'existence d'un capitale familial). Au bien par les différents dispositifs mis en place par l'Etat pour stimuler la création des entreprises, principalement l'apport de l'ANSEJ ou l'ANGEM .Dernièrement on trouve les entrepreneurs plus de 60 ans présenter par une seule unité de la population enquêtées avec un taux de (2,85%).

Tableau n° 21 Age de l'entrepreneur au moment de la création de l'entreprise.

L'âge	Fréquence	Pourcentage(%)
Moins de 30 ans	07	20
[30-40]	15	42,86
[40-50]	12	34,28
60 ans et plus	01	2,85
Total	35	100

Source : Etabli par nos soins à partir des résultats de l'enquête de terrain Mars 2016.

2-2-3 Présentation des entrepreneurs selon leur situation matrimoniale

Les résultats de tableau n°22 montre que la majorité des entrepreneurs sont mariés, soit avec un taux de (68,57%) de la population enquêtée. Sachant que l'état psychologique de l'entrepreneur a des incidences sur le projet d'entreprise, une situation familiale stable, peut être un élément essentiel, encourageant et faisons agir l'entrepreneur .Elle lui permet de mieux s'investir dans leur projet .Les jeunes célibataires présentent seulement 31,43% de échantillon étudiée.

Tableau n° 22: La situation matrimoniale des entrepreneurs.

Situation	Fréquence	Pourcentage(%)
Célibataire	24	68,57
Marié	11	31,43
Divorcé	00	00
Veuve	00	00
Total	35	100

Source : Etabli par nos soins à partir des résultats de l'enquête de terrain Mars 2016.

2-2-4 La répartition des entrepreneurs selon leur niveau d'instruction.

Les études et les formations suivies ont également une influence sur le choix du secteur d'activité ou d'investissement et par la suite sur le mode de gestion de l'entreprise une fois mise en route. Le tableau n°23 fait apparaître que la majeure partie des entrepreneurs enquêtés, ont un niveau supérieur (34,31%) ou une formation professionnelle (31,42%). Pour

ceux ayant un niveau moyen (22,85%). Le pourcentage des entrepreneurs, ayant un niveau secondaire, est de (11,42 %). Pour le niveau primaire au qu'une unité.

Tableau n° 23: Le niveau d'instruction des entrepreneurs.

Niveau d'instruction	Fréquence	Pourcentage(%)
Primaire	00	00
Moyenne	08	22,85
Secondaire	04	11,42
Formation professionnelle	11	31,42
Universitaire	12	34,31
Total	35	100

Source : Etabli par nos soins à partir des résultats de l'enquête de terrain Mars 2016.

2-2-5 La répartition selon la situation professionnelle de l'entrepreneur avant la création de leur entreprise

D'après le tableau n°24 la plupart des jeunes entrepreneurs interrogés étaient des employés (45,74%), Les chômeurs et les stagiaires (des centres de formation surtout) occupent la deuxième position avec une portion de (17,14%), en troisième position viennent les étudiants avec un taux de (14,28%), et la dernière position en trouve que 02 personnes enquêtées qui ont été chefs d'entreprises soit un taux de (5,71%). Cependant la situation professionnelle de l'entrepreneur avant la création de l'entreprise peut donner une idée assez précise sur les principales motivations de sa création d'entreprise qui est d'être indépendant.

Tableau n° 24: La situation professionnelle de l'entrepreneur avant la création de l'entreprise.

Situation	Fréquence	Pourcentage(%)
Employé	16	45,74
Stagiaire	06	17,14
Etudiant	05	14,28
Chômeur	06	17,14
Chef d'une autre entreprise	02	05,71
Total	35	100

Source : Etabli par nos soins à partir des résultats de l'enquête de terrain Mars 2016.

2-2-6 L'expérience du jeune créateur dans la création d'entreprise

Suite à notre enquête du terrain et les entretiens oraux avec les entrepreneurs nous avons pu collecter ces données représentées dans le tableau n°25 concernant l'expérience de l'entrepreneur dans la création d'entreprise :

Même si que la pluparts des entreprises algériennes sont familiales et qu'il ya une forte création d'entreprises par les personnes issus des familles d'entrepreneurs mais avec la politique de l'Etat pour la relance économique notamment avec les différents dispositifs publics d'aide à l'entrepreneuriat qui facilite les procédures et l'encouragement des jeunes, en terme de financement, vu que ces dernière n'investissent pas trop, elles caractérisées par la juste satisfaction financière des membres qui la compose. On à constaté le contraire car seulement (20%) qui sont issus d'une famille d'entrepreneurs.

Sauf (8,57%) qui ont un nombre de leur famille qui a drée une entreprise, (71,43%) personne qui connaissent des personne qui ont criés des entreprises.

Tableau n° 25: L'expérience de jeune créateur dans la création d'entreprise.

L'expérience	Fréquence	Pourcentage(%)
Issu d'une famille d'entrepreneur	07	20
Un nombre de votre famille a crée une entreprise	03	8,57
Quelqu'un que vous connaissez a crée une entreprise	25	71,43
Total	35	100

Source : Etabli par nos soins à partir des résultats de l'enquête de terrain Mars 2016.

2-2-7 L'expérience professionnelle antérieure dans le même secteur d'activité

D'après les résultats de notre enquête sur un échantillon de 35 entrepreneurs nous avons remarqué que la majorité des entrepreneurs enquêtés (71,43%) ont créé leur entreprise dans le même secteur ou ils avaient précédemment exercé. ils signalent avoir travaillé et acquis suffisamment de compétences techniques dans le même secteur que celui ou ils ont créé leurs entreprises. 10 entrepreneurs qui ont changé le secteur de leur activité en raison qu'ils ne sont pas réussis dans l'ancien secteur ou bien qu'ils voient que le secteur actuel plus avantageux par rapport à l'ancien secteur. Les résultats sont présentés dans le tableau n° 26.

Tableau n° 26: L'expérience de jeune créateur dans la création d'entreprise.

Expérience	Fréquence	Pourcentage(%)
Oui	25	71,43
Non	10	28,57
Total	35	100

Source : Etabli par nos soins à partir des résultats de l'enquête de terrain Mars 2016.

D'après les résultats présentées dans le tableau n° 27 on trouve que sauf 8% des entrepreneures ont travaillé plus de 8 ans dans le même secteur d'activité, (24%) ont travaillé pour une durée de 4 à 8 ans, (32%) des entrepreneurs ont une expérience de 1 à 4 ans, 9 personnes ont une expérience pour une durée moins d'une année.

Tableau n° 27 : La durée d'expérience dans le même secteur.

La durée d'expérience	Fréquence	Pourcentage(%)
Moins d'une année	9	36
De 1 à 4 ans	8	32
De 4 à 8 ans	6	24
Plus de 8 ans	2	8
Total	25	100

Source : Etabli par nos soins à partir des résultats de l'enquête de terrain Mars 2016.

2-2-8 La position de jeune créateur dans l'entreprise enquêtée.

A travers le tableau n°28 nous constatons que (88,57%) des créateurs enquêtés sont à la fois propriétaires et gérants de leur entreprise. La plupart des entrepreneurs préfère diriger eux-mêmes leurs affaires et prendre seuls les décisions qui paraissent importantes pour leur entreprise. Ce qui signifie que les personnes qui se lancent dans l'aventure de la création le crée. (11, 43%) des entrepreneurs enquêtés sont juste des associé ils l'en engagé de confiance et par ces compétences pour diriger et gérer leurs entreprises.

Tableau n°28 : La position de l'entrepreneur dans l'entreprise.

La position	Fréquence	Pourcentage(%)
Propriétaire	31	88,57
Directeur général	00	00
Associe	04	11,43
Total	35	100

Source : Etabli par nos soins à partir des résultats de l'enquête de terrain Mars 2016.

2-2-9 Le nombre d'entreprise crée par les entrepreneurs enquêtés.

D'après notre enquête nous avons constaté que (88,57%) des entrepreneurs enquêtés ont crée qu'une seule 01 entreprise au cours de leur carrière professionnelle. Que 04 entrepreneurs ont crée plus de une entreprise. Les résultats sont récapitulés dans le tableau n°29.

Tableau n°29 : La répartition des entrepreneurs selon le nombre d'entreprises créées

Le nombre	Fréquence	Pourcentage(%)
Une	31	88,57
Plus de une	04	11,43
Total	35	100

Source : Etabli par nos soins à partir des résultats de l'enquête de terrain Mars 2016.

2-2-10 La profession du père

Les résultats de notre enquête présentés dans le tableau n°30 montre que les entrepreneurs sont issus de différents milieux. Il y a ceux qui ont vécu dans un milieu salariés et d'autres entourés d'entrepreneurs. Que (14,28%) des entrepreneurs enquêtés provenant d'une famille entrepreneuriale. En effet, le fait d'avoir un père qui travaille en tant que fonctionnaire marque fortement l'entrepreneur (74,29%). Pour les pères retraité que 04 unités des 35 entrepreneurs enquêtés.

Tableau n°30 : La profession de père

Profession du père	Fréquence	Pourcentage(%)
Entrepreneur	05	14,28
Fonctionnaire	26	74,29
Retraité	04	11,43
Total	35	100

Source : Etabli par nos soins à partir des résultats de l'enquête de terrain Mars 2016.

2-2-11 La profession de la mère

Pour la fonction de la mère que (8,58%) de l'entrepreneur affirment avoir une mère, sans profession (femme au foyer). Les résultats de la fonction de la mère sont présents dans le tableau n° 31.

Tableau n°31 : La profession de la mère

Profession de la mère	Fréquence	Pourcentage(%)
Sans profession	32	91,42
Avec profession	03	8,58
Total	35	100

Source : Etabli par nos soins à partir des résultats de l'enquête de terrain Mars 2016.

2-3 Les motivations à l'égard de la création d'entreprise

A travers notre enquête de terrain sur un échantillon de 35 entrepreneurs, nous allons voir ce qui avait poussé les entrepreneurs à créer leurs projets, l'influence du

milieu familiale, se qui avait déclenché le processus de création de leurs entreprises, ce qui avait déterminé le choix du secteur d'activité, les caractéristique favorisant le succès de la personne en affaires et enfin les opportunités environnementales qui ont favorisé la création, ainsi que les principales contraintes rencontrées par les créateurs.

2-3-1 L'influence des parents

(74,28 %) des enquêtés, estiment que leurs parents ont exercé une grande influence sur eux. Ceci montre que les parents jouent un rôle dans la consolidation de la personnalité de l'entrepreneur et dans son engagement dans l'aventure de l'entreprise. Le reste des entrepreneurs représentent (25,72%) déclarent ne pas avoir une influence parentale pour créer leur entreprises, les résultats sont présentés dans le tableau n°32.

Jeunes grandissant dans ce genre de famille ou d'entourage, considèrent leurs parents ou ses proches comme des modèles à imiter.

Tableau n°32 : Influence des parents sur les entrepreneurs

Influence	Fréquence	Pourcentage(%)
Oui	26	74,28
Non	09	25,72
Total	35	100

Source : Etabli par nos soins à partir des résultats de l'enquête de terrain Mars 2016.

2-3-2 Les motivations à la création de votre entreprise

D'après le tableau n°33 la plupart des entrepreneurs sont des ex employés qui cherche à être autonome avec un taux de (31,42%), (17,14%) des entrepreneurs cherche être indépendant, et (17,14%) leurs objectif dans la création d'entreprise est de gagner de l'argent, ceux qui ont investir un capital existant soit un épargne personnel ou familiale et de 14, 29%, On trouve que 03 entrepreneurs qui veulent mettre en pratique des connaissances acquises à l'université et 02 entrepreneurs qui ont un gout d'aventure et de prise de risque.

Tableau n°33 : Les motivations à la création de votre entreprise

Les motivations de création de votre entreprise	Fréquence	Pourcentage(%)
Créer son propre emploi	11	31,42
Goût d'entreprendre et prise de risque	01	2,86
Etre indépendant	07	20

Gagner plus d'argent	06	17,14
Investir des capitaux existants	04	14,29
Bénéficiaire des avantages de l'ANSEJ	02	5,72
Mettre en pratique des connaissances acquises à l'université	03	8,57
Total	35	100

Source : Etabli par nos soins à partir des résultats de l'enquête de terrain Mars 2016.

2-3-3 L'origine de l'idée de la création de votre entreprise

D'après les résultats de notre enquête sur un échantillon de 35 entrepreneurs enquêtés, présenté dans le tableau n°34. Nous constatons que les réseaux informels dominent, car peu d'entrepreneurs soit (8,57%) ont recouru aux bureaux d'études pour les orienter et les conseiller, par contre l'appui de la famille, des amis et voisins est très apparent. Les relations familiales et personnelles sont dans (42,86%) des cas à l'origine de l'idée de création de l'entreprise. En deuxième position vient la connaissance d'un projet semblable (25,71%), de la ressort l'importance du phénomène d'imitation. Suivi des relations professionnelles dans (22,86%) des enquêtés.

Tableau n°34 : L'origine de l'idée de la création d'entreprise

L'origine de l'idée	Fréquence	Pourcentage(%)
Conseil d'un bureau d'étude	03	8,57
Connaissance d'un projet semblable	09	25,71
Relations professionnelles	08	22,86
Relation personnelle et familiale	15	42,86
Total	35	100

Source : Etabli par nos soins à partir des résultats de l'enquête de terrain Mars 2016.

2-3-4 Les raisons qui ont motivé les entrepreneurs à créer leurs entreprises

L'aventure entrepreneuriale se nourrit de motivations très variées. La plupart des entrepreneurs sont motivés essentiellement par la volonté d'être le propre patron, (34,28 %), pour ne pas subir aucune autorité et ne pas avoir des ordres d'un supérieur hiérarchique, améliorer la situation financière, (25,72 %) est citée en second lieu et expérimenter des idées en troisième (11,44%) , en quatrième lieu l'envie de créer des emplois, (8,57%) pour les membres de la famille afin d'assurer leurs avenir et diminuer la taux de chômage. En fin, les entrepreneurs enquêtés, pensent que se valoriser, réaliser un rêve et prise de réaliser un défi avec un taux de (5,71%). sont les principales raisons qui les ont motivées à crier des

entreprises. En fin un seul entrepreneur a choisis prise de risque avec un taux de (2,86%), car la majorité des entrepreneurs enquêtés prennent que le risque est une contrainte et non pas une motivation. Les résultats sont présentés dans le tableau n°35.

Tableau n°35 : Les raisons qui ont motivé les entrepreneurs à créer leurs projets

Raisons	Fréquence	Pourcentage(%)
Se valoriser	02	5,71
Relever un défi	02	5,71
Réaliser un rêve	02	5,71
Améliorer votre situation financière	09	25,72
Expérimenter des idées	4	11,44
Etre son propre patron	12	34,28
Contribuer à crée des emplois	03	8,57
Prise de risque	01	2,86
Total	35	100

Source : Etabli par nos soins à partir des résultats de l'enquête de terrain Mars 2016.

2-3-5 La situation qui a déclenché le processus de création de l'entreprise

Les résultats du tableau n° 36 illustrent que (45,72 %) des entrepreneurs enquêtés (soit de 16 entrepreneur) ont lancé leur entreprise, parce qu'ils avaient de l'argent à investir. Cet argent provient essentiellement de l'épargne personnelle et de capitaux familiaux. (25,71%) des entrepreneurs ont déclaré que le point de départ dans leur création a été une occasion saisie, (Un ami propose une association, un membre de la famille travaille dans le même domaine, un propriétaire d'entreprise qui décide de vendre). 05 entrepreneurs voient que leur travail était insatisfaisant, pour cela ils ont décidé de créer leur propre entreprise, (05,71%) parce qu'ils ont perdu leur emploi alors ils s'engagent dans la création de leur propre entreprise pour avoir leur propre travail. Un seul entrepreneur qui s'engage à créer son entreprise parce qu'il a un temps libre.

Tableau n°36 : La situation qui a déclenché le processus de création de l'entreprise

La situation	Fréquence	Pourcentage(%)
Argent à investir	16	45,72
Travail insatisfaisant	05	14,28
Opportunité	09	25,71
Perte d'emploi	02	05,71
Temps libre	03	8,58
Total	35	100

Source : Etabli par nos soins à partir des résultats de l'enquête de terrain Mars 2016.

2-3-6 L'étude de marché qui permet de estimer les chances de la réussite de projet

D'après les résultats présentes dans le tableau n°37 nous constatons que les majorités des entrepreneurs (54,29%) pensent qu'ils ont beaucoup de chances pour réussir leurs entreprise, (22,86%) pensent qu'ils sont assez de chances pour réussir leurs projets, (14,28%) estiment qu'ils ont peu de chances de réussite de leur projet .03 entrepreneur prennent le risque de ce lancé leurs entreprises sans réaliser une étude de marché.

Tableau n°37 : L'étude de marché qui permet de estimer les chances de la réussite de projet.

L'étude	Fréquence	Pourcentage(%)
Très peu	03	8,57
Peu	05	14,28
Assez	08	22,86
Beaucoup	19	54,29
Total	35	100

Source : Etabli par nos soins à partir des résultats de l'enquête de terrain Mars 2016.

2-3-7 Les facteurs qui ont aidée le jeune créateur à choisir le secteur d'activité

Nous constatons d'après les résultats de notre enquête présentée dans le tableau n°38 que le facteur principal du choix de secteur d'activité, est l'existence du savoir-faire et d'expériences antérieurs (40%) des cas. En effet, la majorité des entrepreneurs ont signalé avoir acquis suffisamment d'expériences et de savoir-faire dans le même secteur que celui ou ils ont créé leurs entreprises. Certains entrepreneurs (28,58%) (Des enquêtés) ont déclaré avoir choisi un secteur parce qu'il est caractérisé par un fort taux de rentabilité, (14,28%) par un manque de concurrence. (8,57%) des entrepreneurs ont déclaré que leur entreprise est familiale ainsi le même nombre affirme que leur secteur d'activité est un secteur porteur a long terme.

Tableau n°38 : Les déterminants du choix de secteur d'activité

Les facteurs	Fréquence	Pourcentage(%)
Savoir faire et expérience antérieure	14	40
Un fort taux de rentabilité	10	28,58
Secteur porteur à long terme	03	8,57
Entreprise familiale	03	8,57
Pas de concurrents	05	14,28
Total	35	100

Source : Etabli par nos soins à partir des résultats de l'enquête de terrain Mars 2016.

2-3-8 Les opportunités environnementales qui ont favorisé la décision de création de l'entreprise

L'acte d'entreprendre n'est pas seulement lié aux caractéristiques de l'entrepreneur mais également déterminé par les facteurs environnementaux. Il ressort de notre enquête que (54,28%) des enquêtés ont localisé leurs activités dans les agglomérations urbaines. Cela s'explique par les avantages qui se présentent au sein des agglomérations. D'autres, soit (28,58%) des cas ont répondu pour le facteur de la proximité d'autres activités. Ce qui présente des atouts certains et favorise des contacts directs avec les autres entrepreneurs.

Cette proximité permet la circulation d'information sur le processus de production, le produit, le marché, de bénéficier d'une certaine publicité, être connu par des clients ou fournisseurs. Elle permet enfin, de discuter des différents problèmes rencontrés par les entrepreneurs : aménagements, alimentation en énergie et problèmes du foncier.

6 entrepreneurs ont choisis de se localiser à côté des infrastructures développés. Aucun entrepreneur de notre échantillon n'a choisie l'avantage fiscal comme un facteur déterminant dans la création et la localisation de son entreprise.

Tableau n°39 : Les opportunités environnementales qui ont favorisé la décision de création

Les opportunités	Fréquence	Pourcentage(%)
Agglomération urbain importante	19	54,28
Infrastructure développées	06	17,14
Proximité d'autres activités	10	28,58
Avantage fiscaux	00	00
Total	35	100

Source : Etabli par nos soins à partir des résultats de l'enquête de terrain Mars 2016.

2-3-9 L'attachement à la région

D'après les résultats présenter dans le tableau n°40 nous constatons que la plupart des entrepreneurs (65,72%) considère que 'attachement sentimental à la région, occupe une place très importante dans le choix de localisation des entrepreneurs. En effet de ces derniers, ont presque tous, manifesté un fort sentiment d'appartenance à la région ou ils ont vécu. Ils déclarent d'ailleurs que c'est essentiellement à cause de cet attachement culturel et social à la région, qu'ils n'ont pas décidée partir hors de leur région ces à dire là ou les conditions d'investissement sont nettement meilleures .Il faut dire que leur connaissance de leur milieu, à travers notamment les relations de confiance, d'entraide et de réciprocité, peut être un facteur favorable face à la fragilité de certains entreprises. Seulement 04 entrepreneurs qui considèrent que l'attachement a leur région né pas important.

Tableau n°40 : L'attachement à la région

L'attachement	Fréquence	Pourcentage(%)
Très important	23	65,72
Important	08	22,86
Peu important	04	11,42
Total	35	100

Source : Etabli par nos soins à partir des résultats de l'enquête de terrain Mars 2016.

2-3-10 Les principales contraintes rencontrées

A travers notre enquête sur un échantillon de 35 entrepreneurs, nous avons constaté que les entrepreneurs privés font face à plusieurs contraintes. (34,28%) des enquêtés ont déclaré que les lenteurs administratives et les contraintes réglementaires désavantagent l'initiative privée. 08 entrepreneurs soit (22,26%) ont rencontré des difficultés d'ordre financière (manque de collaboration et absence d'intégration des institutions financières). De plus, les entrepreneurs privés, subissent plusieurs formes de concurrence déloyale, qui représente

(20%) des cas, face au commerce et à l'emploi informel, qui tend à se développer de manière irrationnelle. (14,28%) sont contraint par le manque main d'œuvre qualifiée, 03 entrepreneurs trouvent que la fiscalité est le principale problème de leur activités.

Tableau n° 41 : Les Contraintes à la création et dans les projets de l'entreprise

Contraintes	Fréquence	Pourcentage(%)
Le manque de main d'œuvre	05	14,29
La lourdeur administrative	12	34,28
La fiscalité	03	8,57
Les sources de financements	08	22,86
La concurrence	07	20
Total	35	100

Source : Etabli par nos soins à partir des résultats de l'enquête de terrain Mars 2016.

2-3-11 Les principales propositions des entrepreneurs

La plupart des entrepreneurs enquêtés, ont proposé les solutions suivants afin de faciliter leur travail : premièrement la lutte contre la bureaucratie ; les facilités d'accès aux ressources financières et une meilleure implication des banques .Ils attendent aussi, que les institutions publiques nationales et locales ,encouragent les actions suivants : facilité d'accès au foncier industriel et aux terrains , allègement de la fiscalité et des charges sociales, lutte contre la concurrence déloyale, le marché informel et la contrefaçon, lutte contre les problèmes d'approvisionnement en matières premières, aides en matière de formation du personnel, meilleure implication de l'Etat dans son rôle de régulateur .

Conclusion

D'après les résultats de notre l'enquête, on constate que la plupart des jeunes veulent réaliser quelque chose selon leurs propres initiatives et montrer aussi toutes leurs capacités, Ils font le choix de se lancer dans l'aventure de création d'entreprise en sachant qu'ils veulent d'être son propre patron et ainsi assurer son indépendance. Comme en trouve plus de la moitié des micro-entreprises de notre échantillon investit dans le secteur des services et artisanat à cause des moindres coûts liés a la création des entreprise dans ces secteurs. Les jeunes entrepreneurs ont déclaré avoir besoin des divers avantages proposé (formation, financement, présentation de conseils et de suivi, les avantages fiscaux et parafiscaux).Pour assurer l'accompagne des jeunes entrepreneurs en en terme de suivi post-crédation d'entreprise et la présentation des conseils réglementaire.

CONCLUSION GENERALE

Conclusion générale

Notre travail avait pour objectif de montrer la dynamique des PME en global en Algérie puis spécifiquement dans la commune de Seddouk et Beni Maouche. Pour mieux cerner le phénomène de la dynamique entrepreneuriale, nous avons établi au départ un cadre conceptuel de l'entrepreneuriat, dans lequel nous avons cerné les différents concepts de l'entrepreneuriat et l'entrepreneur, situer leurs émergences respectives dans la science économique. Ensuite l'entrepreneuriat en tant que phénomène économique et sociale. L'entrepreneurial est un phénomène qui se manifeste par deux forces, l'une liée à l'acte d'entrepreneuriat qui est souvent associé à la création d'entreprises et l'autre est liée à l'ensemble des activités de l'entrepreneur qui vise à créer, maintenir et à développer une entreprise.

Une revue de l'état des lieux du phénomène entrepreneurial en Algérie a été présentée, par une tentative de situer l'émergence de la dynamique entrepreneuriale du pays, qui s'est trouvée renforcée par l'avènement de l'économie de marché. Nous avons d'ailleurs rappelé brièvement les différentes étapes ayant conduit à la consécration vers le début des années 2000, de l'esprit entrepreneurial et de l'initiative privée alors qu'auparavant l'Etat en avait le monopole. Nous avons donc essayé de mesurer cette dynamique entrepreneuriale à travers la quantification de la population des petites et moyennes entreprises (PME), que nous avons choisie comme un indicateur fiable dans cette perspective.

Nous avons également fait une présentation du territoire de la wilaya de Bejaia et également abordée la dynamique entrepreneuriale dans la cette wilaya ,une dynamique que nous avons tenté de mesurer par un enquête de terrain dans deux de ces communes en adoptant la même méthodologie que celle adoptée sur le niveau national, cette représentation nous a renseignés que la wilaya de Bejaia, est l'une des régions les plus dynamiques en Algérie, que ce soit en termes de présence d'une forte population d'entreprises privées ou bien en termes de création de nouvelles entreprises.

notre enquête montre que les entrepreneurs en plus grandes partie sont des hommes, célibataire et l'âge mur entre 30 ans et 40 ans. Dans la plus part des cas, la majorité des entrepreneurs sont nés et ont vécu dans la région où ils ont localisées leurs activités.

Il ressort également de notre enquête que d'étude est élève. La majorité ont un niveau universitaires ou ont effectué des formations professionnel .Ils nous ont signalé qu'ils ont obtenue assez d'expérience afin de créé leur propre entreprise.

Il ressort également de notre enquête que la plupart des entreprises de notre échantillon ont été créées dans les années 2000. La forme juridique dominante sont les entreprises individuelles et la SARL. Et l'origine de l'idée de la création de leur entreprise vient essentiellement des relations personnelles et familiales. Elles ont en majorité des micros et petites entreprises. De plus, nous avons constaté que la plupart des entrepreneurs investissent essentiellement dans les secteurs : dans lesquels possède de savoir-faire et d'expérience antérieurs, à faible intensité capitalistique et offrant des taux de rentabilité élevés.

Il ressort également de notre enquête que dans la plus part des cas, le projet entrepreneurial est fondé à base de l'encouragement familial. En lui fournissant les capitaux nécessaires et le soutien moral.

Notre étude montre que les enquêtés sont motivés, principalement, dans leur acte d'entreprendre par la recherche d'autonomie, le gain d'argent et la volonté de créer de l'emploi. Il est à noter que les caractéristiques les plus importantes pour réussir en affaires est de savoir gérer, savoir communiquer et avoir une forte personnalité.

Malheureusement les contraintes de rigueur par ce même environnement sont nombreuses le manque de la main d'œuvre qualifiée et la lourdeur administrative, la concurrence....

En fin, les propositions essentielles données par les entrepreneurs enquêtés sont : assouplir les démarches administratives, alléger le taux des taxes, faciliter l'accès aux crédits bancaires.

BIBLIOGRAPHIE

Bibliographie

1- Ouvrage

- 1- BERGER B, « esprit d'entreprise, cultures et société » Ed. Maxima, 1993.
- 2- BOISLANDELLE H. M, « Dictionnaire de gestion : vocabulaire, concept et outils, Economica, 1998.
- 3- BOUTILLIER S, Uzunidis D : « l'entrepreneur : une analyse socio-économique », Economica, Paris, 1995.
- 4- BOUYACOOB, MADOU « De la gouvernance PME/PMI » regard croisés France Algérie, l'Harmattan, Paris 2006.
- 5- DRUCKER P, « les entrepreneurs », titre originale : « Innovation and entrepreneurship : practice and principale », l'expansion/Hachette/ED. Jean-Claude Lattés, 1985.
- 6- D.HISRICH Robert, Michael P.Peters : « entrepreneurship : lancer, élaborer et gérer une entreprise », Economica, 1991.
- 7- FAYOLLE Alain, « Le métier de créateur d'entreprise », Edition D'organisation, 2003.
- 8- FAYOLLE Alain « introduction à entrepreneuriat », Ed. Dunod, 2005.
- 9- FAYOLLE Alain « entrepreneuriat : apprendre à entreprendre », édition DUNOD, Paris, 2004.
- 10- HERNANDEZ Emile-Michel, « Le processus entrepreneurial : vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », Harmattan, 1999.
- 11- MARCHESNAY M, JULIEN P A, « L'entrepreneuriat », Economica, Paris, 2006.
- 12- SCHUMPETER Joseph, « Capitalisme, socialisme et démocratie », version numérique par Jean-Marie Tremblay, coll Les classiques des sciences sociales, 1942.
- 13- Torres Olivier : « LES PME ».Ed. Flammarion, coll. Dominos, 1999
- 14- VESTRAETE T, Entrepreneuriat : connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes, L'Harmattan, 1999.
- 15- VESTRAETE T, Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat, Edition EMS, 2000.
- 16- WITTERWULGHE Robert, « la P.M.E : une entreprise humaine », avec la collaboration de Frank janssen, département de Boeck université, Paris-Bruxelles, 1998.

2- Articles / communications et revue

- 1- ALBERT P. Et MOUGENOT ., la création d'entreprise high-tech .revue française de Gestion , n°68 , mars -avril , (1988) , p ,106-118 .
Azzedine TOUNES, « l'entrepreneur : l'odyssée d'un concept » , cahier de recherche n°03-73 du réseau de chercheurs « entre-preneuriat » 2003.

2- ARABI M et MERGHERBI K Avec la collaboration de KHELFAOUI H, « Les pratiques d'innovation et leurs implication socio organisationnelles, Cas des PME de la région de Bejaia », 2005. Site internet : www.estimate.ird.f/img/PDF/-innovation_Algerie_bejaia

3-BARONET Jacques, « l'entrepreneurship , un champ à la recherche d'une définition » , une revue sélective de la littérature sur l'entrepreneurship , cahier de recherche n° 96- 07-01 , juillet 1996 . BOUTLLIER Sophie, « l'économie de l'entrepreneur ou l'entrepreneur deux ex machina du capitalisme » , mars 2007 , n°146

4- BOUYACOUB Ahmed « Entreprises et exportation ; quelle dynamique ? » , in cahier du CREAD n°43 , 1^{er} trimestre 2001 .

5- EMIN,S « les facteur déterminants la création de l'entreprise par chercheurs public : application des modèles d'intention » , Revue de l'entrepreneuriat , vol 3 ,n °1 , 2004 .

6- Didier Van Caillié et Claire Lambrechts, « l'entrepreneur , ses motivations , sa vision stratégique , ses objectifs » , Université de liège , mai 1995.

7- FAYOLLE Alain et LASSAS-CLERC Narjisse « l'engagement dans un processus de création d'entreprise : Application du modèle d'analyse e Bruyant à une étude de cas » .EMLYON the européen institution for long Learning, 2005.

8- FONROUGE Cécile, « entrepreneur : manager : deux acteurs d'une même pièce » .site internet : <http://www.strategie-aims.com/actes02/fichiers/fonrouge.pdf>

9- GASSE Yvon, « l'influence du milieu dans la création d'entreprise » , centre d'entreprenait et de PME, Québec , université Laval , 2003.

10- JAZIRI Raouf , « peut -on parle de l'entrepreneuriat dans une organisation complexe comme l'universite L'accadépreuriat ? » . site internet : <http://www.apreis.org/docs/intreprenariat-raouf.pdf>

11- LEVRATTO Nadine , « Proposition pour une définition opératoire de la PME : une analyse en termes de cohérence entre l'organisation interne et le marché » .site interne [http ;www.widhe.ens-cachan.fr/NLevratro2.PDF](http://www.widhe.ens-cachan.fr/NLevratro2.PDF)

12- Abdelaziz SALEM, « Exportation : modélisation du phénomène » , revue de l'entrepreneuriat , Vol 1 , n°1 , 2001 .

13- TOUNES Azzedine , « l'entrepreneur ; l'odyssée d'un concept » , n°03-73site internet : <http://www.entrepreneuriat.auf.org/IMG/pdf/03-73.pdf>

14- VESTREATE Thierry ,Alain FAYOLLE , « paradigmes et entrepreneuriat » .revue de l'entrepreneuriat, vol n°1 ,2005

15- « le financement des PME-PMI : La Tunisie , La France ,LA CEE e le Canada » , site interne : <http://www.investir-en-tunisie.net/Actualite/pme.pdf>

Thèse

1- BOUZIT N, «Entrepreneuriat familial : Etat des lieux et perspective cas de la wilaya de Bejaia», Mémoire de magistère en science de gestion, Bejaia, 2009.

2- BRUYAT C, « Création d'entreprise : contribution épistémologiques et modélisation » , Thèse de doctorat en science de gestion, université Pierre Mendès France, Grenoble II, 1993.

- 3- LA VIOLETTE Eric Michael, « L'essaimage en PME : Enjeux et Modalités », Thèses de doctorat en science de gestion, université Jean Moulin Lyon 3, juin 2005.
- 4- MOULOUD Abdenour « Problématique de la promotion de l'entrepreneuriat face aux contraintes socioéconomique de l'environnement local en Algérie : Cas de la wilaya de Bejaia », Mémoire de magistère, septembre 2010, Université de Bejaia.
- 5- SOUIDI R, « Création d'entreprises et dynamique territoriale le cas de Boghni », mémoire de magister en science économique, Université MAMMARI de Tizi-Ouzou, Institut des sciences économiques, année universitaire 1997-1998.
- 6- TOUNES Azzedine, « L'intention entrepreneuriat », Thèse pour le doctorat en sciences de gestion, Université de ROULEN, décembre 2003. Colloque et communications
- 7-AKNINE.R, SOUIDI.R, « Le profit des créateurs d'entreprises en Kabylie : Le poids de la famille et l'incidence du chômage dans la création d'entreprises », Université Mouloud M.Tizi-ouzou, 2006.
- AOUNI Zineb, Bernard Surlemont, « Le Processus d'acquisition des compétences entrepreneuriales : une approche cognitive », site internet : http://www.entrepreneuriat.com/fileadmin/res/sources/actes07/Aouni_Surlemont.pdf.
- 8-BACCARI Emna, « Les motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs Tunisiens : Etude exploratoire », Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse, octobre 2006.
- 9- M. BELATTAF, « Analyse et évaluation de la micro-entreprise de Bejaia à travers la triple dynamique : sectorielle, spatiale et bancaire, dans la création d'emploi », in « Gouvernance et Développement de la PME en Algérie », Colloque international organisé par le CREAD, Alger, les 23-25 juin 2003.
- 10-Mme BENYAHIA-TAIBI, Mme Djemane-Sanguini, Mr Amari, « l'évolution du rôle des PME privées dans le développement économique en Algérie : synthèse macro-économique », 2008.
- 10- BOUYACOUPI (A), « la PME, dynamise économique et territorial » , colloque international sur la gouvernance et développement de la PME organisé les 23 ,24 et 25 juin 2003.

3-Site web

1- www.cnac.dz

2- www.ensej.dz

3- <http://www.algeriacorategovernance.org/pme-prive.php>

4- [http://fr.wikipedia.org/wiki/petit et moyennes entreprises](http://fr.wikipedia.org/wiki/petit_et_moyennes_entreprises)

LISTE DES ABRIVIATIONS

ANDI : Agence Nationale de Développement des Investissements.

ANDEM : Agence Nationale de Gestion du Microcrédits.

AN AED : L'aide aux entreprises en difficulté.

ADS : l'agence de développement social.

BIT : bureau international du travail.

CNAC : Caisse Nationale d'Assurance Chômage.

CNI : Caisse Nationale d'Investissement.

CRE : Les centres de recherche d'emploi.

CATI : Les centres d'aide au travail indépendant

CPE : Le contrat de pré emploi.

DL : Développement Local.

DPAT : Direction de Planification et de l'Aménagement du territoire.

DPME : Direction de la Petite et Moyenne Entreprise.

DIPJ : Les dispositifs d'insertion professionnelle des jeunes.

DC : Le développement communautaire.

EPE : Entreprise Publique Economique.

ESIL : emplois salariés d'initiative locale.

IAIG : L'indemnité d'activité d'intérêt général.

OCDE : Organisation de Coopération et de Développement Economique.

ONS : l'Office National des statistiques.

PED : Pays En Développement.

PME : Petite et Moyenne Entreprise.

PMI : Petite et Moyenne Industrie.

PEJ : Le programme d'emploi des jeunes.

R&D : Recherche et Développement.

RGPH : Recensement Général de la population et de l'Habitat.

SEJ : Agence Nationale de Soutien à l'Emploi de jeune.

SARL : société a responsabilité limité

TPE : Très Petite Entreprise.

TUP-HIMO: Les travaux d'utilités publiques à haute intensité de main d'œuvre.

UE : Union Européenne.

LISTES DES TABLEAUX ET FIGURE

1-LES TABLEAUX

Tableau N°1 : caractéristiques le plus souvent attribuée aux entrepreneurs par les spécialistes en comportement.....	18
Tableau n°2 : Typologies des entrepreneurs selon S.Boutllier et C.Fournier.....	19
Tableau n° 3 : Les critères de définition de la PME Algérie.....	43
Tableau n° 04 : Evolution de la création des PME en Algérie durant 2001-2011.....	46
Tableau n°05 : Répartition des PME par Groupes de Branches d'Activité.....	46
Tableau n° 06 : répartition du territoire de la wilaya de Bejaia.....	48
Tableau n° 07 : La population des PME de la wilaya de Bejaia au 4eme trimestre 2014.....	50
Tableau n°08 : les secteurs d'activités dominants.....	51
Tableau n°09 : Répartition des PME privées par secteurs d'activités regroupés.....	52
Tableau n°10 : La répartition des PME privées par type (tranche d'effectif).....	53
Tableau n°11 : statistique PME par commune.....	54
Tableau n° 12 : évolution de la population de la wilaya de Bejaia de 1987 à 2011.....	56
Tableau n°13 : La taille de l'échantillon de notre enquête.....	59
Tableau n°14 : La taille de l'échantillon étudié.....	59
Tableau n°15 : Répartition de l'échantillon final par branche d'activité.....	61
Tableau n° 16 : Répartition spatiale de l'échantillon.....	62
Tableau n° 17 : Répartition des entreprises enquêtées selon la forme juridique.....	63
Tableau n° 18 : Répartition des entreprises enquêtées selon la date de la création.....	63
Tableau n° 19 : Répartition des entreprises enquêtées selon la taille.....	64
Tableau n° 20 : La répartition des entrepreneurs enquêtés par sexe.....	64
Tableau n° 21 : Age de l'entrepreneur au moment de la création de l'entreprise.....	65
Tableau n° 22 : La situation matrimoniale des entrepreneures.....	65

Tableau n° 23: Le niveau d’instruction des entrepreneures.....	66
Tableau n°24: La situation professionnelle de l’entrepreneur avant la création de l’entreprise.....	66
Tableau n° 25: L’expérience de jeune créateur dans la création d’entreprise.....	66
Tableau n° 26: L’expérience de jeune créateur dans la création d’entreprise.....	67
Tableau n° 27 : La durée d’expérience dans le même secteur.....	67
Tableau n°28 : La position de l’entrepreneur dans l’entreprise.....	68
Tableau n°29 : La répartition des entrepreneurs selon le nombre d’entreprises créées.....	69
Tableau n°30 : La profession de père.....	70
Tableau n°31 : La profession de la mère.....	70
Tableau n°32 : Influence des parents sur les entrepreneurs.....	70
Tableau n°33 : Les motivations à la création de votre entreprise.....	71
Tableau n°34 : L’origine de l’idée de la création d’entreprise.....	71
Tableau n°35 : Les raisons qui ont motivé les entrepreneurs à créer leurs projets.....	72
Tableau n°36 : La situation qui a déclenché le processus de création de l’entreprise.....	73
Tableau n°37 : L’étude de marché qui permet de estimer les chances de la réussite de projet.....	73
Tableau n°38 : Les déterminants du choix de secteur d’activité.....	74
Tableau n°39 : Les opportunités environnementales qui ont favorisé la décision de création.....	75
Tableau n°40 : L’attachement à la région.....	75
Tableau n°41 : Les Contraintes à la création et dans les projets de l’entreprise.....	76

ANNEXES

UNIVERSITE ABDE RAHMANE MIRA DE BEJAIA

Faculté Des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion.

Département des Sciences de Gestion

Questionnaire

Enquête sur Les déterminants à la création de l'entreprise « cas de la commune de seddouk et Beni Maouche »

Ce questionnaire entre le cadre de la préparation d'un mémoire de master en Management Economique des Territoires et Entrepreneuriat , concernant les déterminant de création de l'entreprise.

Nous avons serions reconnaissants de bien vouloir répondre aux question suivantes aussi franchement que possible .Veillez cochez le caissier de la réponse reflétant votre , certaine question admettent plusieurs possibilités de réponse.

Les informations recueillies auront une finalité strictement scientifique et l'anonymat de l'entrepreneur et de l'entreprise sera gardée confidentielles.

Merci d'avance

Date (jour/moi/année): / /

N° du questionnaire:

I) Le profil de l'entreprise et l'entrepreneur

A) Identification de l'entreprise

1) Nom ou raison social

.....

2) La forme juridique de l'entreprise

.....

3) Adresse (lieu d'implantation)

.....

4) Année de début de l'activité

.....

5) La taille de votre entreprise selon les catégories suivantes

- Micro entreprise (1 à 9 salariés)
- Petite entreprise (10 à 45 salariés)
- Moyenne entreprise (50 à 250 salariés)
- Grande entreprise (250 à 1000 salariés)

6) Secteur d'activité de votre entreprise

a) Services		f) BTPH	
b) Artisanat		g) Maintenance	
c)Agricultures		h) Import /Export	
d) Transport		I) Transformation	
e)Industrie		J) Profession libérale	

B) Les information concernant le profil de jeune créateur

7) Le sexe

-Masculin -Féminin

8) L'age

-(19-25) -(25-30)

-(35-40)

09) Situation matrimoniale

-Célibataire -Marié

-Divorcé -Veuve

10) Quel le niveau d'instruction ?

-Primaire -Formation professionnel

-moyenne -Universitaire

-Secondaire

11) Situation professionnelle de l'entrepreneur avant la création de l'entreprise

-Employé -Etudiant

-Stagiaire -Chômeur

-Chef d'une autre entreprise

12) Qu'est ce qui est vous a motivé à crée votre entreprise –

-Crée votre propre emploi

-Gout d'entreprendre et prise de risque

-Etre indépendant

-Gagner plus d'argent

-Investir des capitaux existants

-Bénéficiaire des avantages de l'ANSEJ

-Mettre en pratique des connaissances acquises à l'université

-Crée des emplois dans la région

13) Quelle expérience aviez-vous dans la création d'entreprise

-Vous êtes issu(e) d'une famille d'entrepreneurs

-Un membre de votre famille a crée une entreprise

-quelqu'un que vous connaissez a créé une entreprise

14) Avez-vous une expérience professionnelle antérieure ?

-Oui

-Non

-Si oui, précisez

15) Avez-vous travaillé dans le même secteur d'activité, avant de lancer votre entreprise ?

-Oui

-Non

-Si c'est oui, pour combien de temps

-Moins d'une année

-De 1 à 4 ans

-De 4 à 8ans

-Plus de 8ans

16) Quel est votre position dans l'entreprise ?

- Propriétaire

-Directeur générale

-Si autre, précisez.....

17) Combien d'entreprise avez-vous créé ?.....

18) Quelle est (était) la profession de votre père?.....

19) Quelle est (était) la profession de votre mère?.....

20) Pensez-vous que vous avez été influencé par vos parents ?

-Oui

-Non

II) Les motivations de l'entrepreneur à l'égard de la création de l'entreprise

21) Comment est venue l'idée de créer votre entreprise ?

- Conseil d'un bureau d'étude
- Connaissance d'un projet semblable
- Relations professionnelles
- Relation personnelle et familiale
- Si autre, précisez

22) Parmi ces raisons, les quelles vous ont motivé le plus, à vous lancer en affaires ?

- Se valoriser
- Relever un défi
- Réaliser un rêve
- Améliorer votre situation financière
- Expérimenter des idées
- Etre son propre patron
- Contribuer à créer des emplois
- Prise de risque
- Si autre, précisez.....

23) Selon vous, l'une ou l'autre des situations suivantes a déclenché le processus de création de votre entreprise ?

- Argent à investir
- Travail insatisfaisant
- Opportunité
- Perte d'emploi
- Temps libre

-Autre

24) Avez-vous réalisé une étude de marché qu'à pour objectif de permettre d'estimer les chances de réussite du votre projet ?

- Très peu
- Peu
- Assez
- Beaucoup

25) Selon vous, lesquelles des caractéristiques suivantes ont une plus grande importance dans le succès de la personne en affaire ?

- Etre déterminé
- Avoir du leadership
- Etre créatif
- Prendre un risque
- Etre rationnel
- Avoir une personnalité forte
- Savoir communiquer
- Avoir de l'intuition
- Etre discipliné
- Savoir gérer

-Autres

26) Quels sont les facteurs qui vous ont aidés dans le choix de votre secteur d'activité ?

- Savoir faire et expérience antérieure
- Un fort taux de rentabilité

-Secteur porteur à long terme

-Entreprise familiale

-Pas de concurrents

27) Quelles sont les raisons qui ont contribué au choix de la dimension de votre projet ?

-Capitaux limités et locaux limités

-Faciliter la gestion

-Limiter les risques en cas d'échec

-Débuter petit pour devenir grand

-Indisponibilité des matières premières en grande quantité

28) Quelles sont les opportunités environnementales qui ont favorisé la décision de créer votre entreprise ?

-Agglomération urbaine importante

-Infrastructure développées

-Proximité d'autre activité

-Avantage fiscaux

-Autres.....

29) Dans votre choix d'implantation, comment considérez-vous l'attachement à la région ?

-Très important

-Important

-Peu important

30) Indiquer quel est le(s) facteur(s) qui est à l'origine de la localisation de votre entreprise ?

-Proximité d'un nombre important d'entreprises du même secteur

-Proximité d'un nombre important d'entreprise dont le secteur est complémentaire

-Proximité d'un nombre important d'entreprises fournisseurs

-Proximité d'un nombre important d'entreprise clientes

-Le secteur choisi est vierge

-Autres.....

Merci pour votre aimable collaboration, et votre participation.

TABLE DE MATIERE

Introduction générale	01
Chapitre 1 : Généralités et concepts de l'entrepreneuriat	04
Introduction	04
Section 01 :Le phénomène de l'entrepreneuriat	04
1.1 c'est quoi l'entrepreneuriat.....	04
1.1.1 Les difficultés d'une définition du concept d'entrepreneuriat.....	05
1.1.2 Les divers regards sur le phénomène entrepreneurial.....	05
1.2 Genèse et fondement de l'entrepreneuriat	06
1.2.1 Les regards singuliers des économistes	07
1.2.2 L'approche centrée sur l'individu (approche comportement).....	10
1.2.3 L'approche centrée sur le processus (approche processuelle).....	12
1.2.4 Une vue synthétique du champ de l'entrepreneuriat	13
Section 02 : concept base de la théorie de l'entrepreneur	14
2.1 Définition de l'entrepreneur.....	14
2.2 Les caractéristique de l'entrepreneur.....	15
2.2.1 Les traits de caractères.....	16
2.2.2 L'entrepreneur est un opportuniste.....	17
2.2.3 L'entrepreneur est un organisateur.....	17
2.2.4 L'entrepreneur est un joueur.....	18
2.2.5 L'entrepreneur est motivé.....	18
2.3 Typologie des entrepreneurs.....	19
Section 03 : Création d'entreprise :act essentiel de l'entrepreneurial	21
3.1 Généralité sur la création d'entreprise et la PME.....	21

TABLE DE MATIERE

3.1.1 Définition de la PME.....	22
3.1.2 Caractéristiques des PME.....	23
3.2 Les type de créations.....	24
3.3 Les atouts et les faibles des PME.....	25
Conclusion.....	27
Chapitre 02 : Les déterminants à la création d'entreprise.....	28
section 01 :Les facteurs de motivationnels de l'entrepreneuriat.....	28
1.1Définition de la motivation.....	28
1.2 Comprendre l'acte entrepreneurial.....	29
1-2-1 Les approches par les caractéristiques et les besoins des entrepreneurs.....	30
1-2-2 les approches comportementales et cognitives de l'entrepreneur.....	31
1-2-2-1 Le modèle de la formation organisationnelle de Learned (1992).....	31
1-2-2-2 Le modèle de l'événement entrepreneurial Shapero (1975).....	32
1-2-2-3 Le modèle de l'intention de l'intention entrepreneurial de Boy et Vozikis (1994)....	33
1-2-3 Les principales dimensions environnementales favorisant la création.....	34
1-2-3-1 Les raisons socioculturelles à l'origine des dynamiques entrepreneuriales.....	34
1-2-3-2 Les dimensions économiques et démographiques.....	34
1-2-3-3Les motifs politiques.....	35
Section 02 : Les facteurs de motivation des entrepreneurs.....	35
2-1 Facteurs économiques.....	36
2-1-1 Les ressources humaines.....	36
2-1-2 Les ressources financières.....	36
2-1-3 Accessibilité au marché.....	36
2-2 Facteurs psychologie.....	36

TABLE DE MATIERE

2-2-1 Les intentions entrepreneuriales.....	37
2-2-2 Historiques personnels.....	37
2-2-3 Besoin d'indépendance.....	37
2-2-4 Besoin d'accomplissement.....	38
2-2-5 L'expérience et l'âge.....	38
2-3 Facteurs sociologiques et culturels.....	39
2-3-1 Le milieu familial.....	39
2-3-2 L'éducation et l'expérience antérieure.....	39
2-3-3 Le territoire.....	40
2-4 Facteurs technologique.....	40
2-5 Facteurs contextuels.....	41
Conclusion.....	41
Chapitre 03 : Etat des lieux de la création d'entreprise en Algérie et à Bejaia.....	42
Section 01 : Les PME en Algérie.....	42
1-1 Définition de la PME en Algérie.....	42
1-2 Genèse et développement de la PME algériennes.....	43
1-3 Evolution des PME en Algérie.....	45
1-4 Evolution des PME privées selon le secteur d'activité.....	46
1-5 La répartition spatiale des PME privées en Algérie.....	47
1-5-1 La distribution des PME par wilaya.....	47
1-5-2 La distribution des PME par région.....	47
Section 02 :L'état des lieux sur les PME de wilaya de Bejaia.....	47
2-1 présentation de la wilaya de Bejaia.....	47
2-2 Situation géographique de la wilaya de Bejaïa.....	48
2-3 activités économiques dans la wilaya de Bejaïa.....	49
2-3-1- L'agriculture.....	49

TABLE DE MATIERE

2-3-2- L'industrie.....	49
2-3-3- Les activités tertiaires.....	49
2-4 Présentation du secteur des PME de la wilaya de Bejaïa.....	50
2-4-1 les secteurs d'activités dominants (PME privé).....	51
2-4- 2 Répartition des PME privées par secteurs d'activités regroupés.....	51
2-4- 2 Répartition des PME privées par secteurs d'activités regroupés.....	51
2-4-3 La répartition des PME par tranches effectif.....	53
2-4-5 Les statistiques PME par commune.....	54
2-5 La population et l'emploi à Bejaia.....	56
Conclusion.....	57
Chapitre 04 : Analyse des résultats l'enquête.....	58
Section 01 : Méthodologie de la recherche	58
1-1 Objectifs de l'enquête.....	58
1-2 Elaboration du questionnaire.....	58
a- Le profil de l'entreprise et l'entrepreneur.....	58
b- Les motivations de l'entrepreneur à l'égard de la création de l'entreprise	59
1-3 La taille de l'échantillon.....	59
1-4 Le déroulement de l'enquête.....	61
1-5 Le traitement et dépouillement des questionnaires.....	61
Section 02 :Analyse des résultats de l'enquête	62
2-1 Présentation et caractéristiques des entreprises.....	62
2-1-1 La répartition des l'entreprises enquêtées par commune.....	62
2-1-2 La répartition des entreprises selon la forme juridique.....	62
2-1-3 La répartition des entreprises enquêtées selon la date de la création (début de l'activité).....	63
2-1-4 La répartition des entreprises enquêtées selon l'effectif employé.....	63
2-2 La présentation des informations concernant le profil de l'entrepreneur	64

TABLE DE MATIERE

2-2-1 La Présentation des entrepreneurs par sexe.....	64
2-2-2 L'âge des entrepreneurs.....	64
2-2-3 Présentation des entrepreneurs selon leur situation matrimoniale	65
2-2-4 La répartition des entrepreneurs selon leur niveau d'instruction.....	65
2-2-5 La répartition selon la situation professionnelle de l'entrepreneur avant la création de leur entreprise	66
2-2-6 L'expérience du jeune créateur dans la création d'entreprise	66
2-2-7 L'expérience professionnelle antérieure dans le même secteur d'activité.....	67
2-2-8 La position de jeune créateur dans l'entreprise enquêtée.....	68
2-2-9 Le nombre d'entreprise crée par les entrepreneurs enquêtés.....	68
2-2-10 La profession du père.....	69
2-2-11 La profession de la mère	69
2-3 Les motivations à l'égard de la création d'entreprise.....	70
2-3-1 L'influence des parents	70
2-3-2 Les motivations à la création de votre entreprise.....	70
2-3-3 L'origine de l'idée de la création de votre entreprise.....	71
2-3-4 Les raisons qui ont motivé les entrepreneurs à créer leurs entreprises.....	71
2-3-5 La situation qui a déclenché le processus de création de l'entreprise.....	72
2-3-6 L'étude de marché qui permette d'estimer les chances de la réussite de projet.....	
2-3-7 Les facteurs qui ont aidé le jeune créateur à choisir le secteur d'activité.....	73
2-3-8 Les opportunités environnementales qui ont favorisé la décision de création de l'entreprise.....	74
2-3-9 L'attachement à la région.....	75
2-3-10 Les principales contraintes rencontrées.....	75
2-3-11 Les principales propositions des entrepreneurs	76
Conclusion	77
Conclusion General	81
Bibliographie	
Liste des tableaux et figures	
Annexes	

Résumé

L'entrepreneuriat est le processus dynamique qui consiste à créer de la richesse supplémentaire. La richesse est créée par des individus qui assument les risques principaux en termes de capitaux ou d'implication professionnelle afin de donner de la valeur à un bien ou à un service. L'acte productif peut ou non être nouveau ou exclusif, mais alloue les compétences et ressources nécessaires.

L'objet de notre travail consiste principalement un certain nombre de questions, pour la compréhension de la dynamique entrepreneurial dans la wilaya de Béjaïa principalement dans la commune de Seddouk et Beni Maouche et ceci en portant une attention particulière sur les différents aspects entourant ce phénomène. Dans un tel contexte, notre problématique s'articule autour de la question centrale : *«Quelles sont les motivations des entrepreneurs qui sont à l'origine de la création de leur entreprise : Cas les entrepreneures de la commune de Seddouk et Beni Maouche?»*

Nous avons fait une recherche bibliographique qui nous a permis de cerner notre travail. Nous avons ensuite réalisé une enquête de terrain en élaborant un questionnaire regroupant une série de questions relatives à notre travail. L'enquête de terrain a visé les PME de la commune de Seddouk et Beni Maouche. Cette enquête nous a permis de savoir et constituer un certain nombre de caractéristiques propres à notre échantillon.

Mots clés :

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