

Université Abderrahmane Mira de Bejaia

Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion

Département des Sciences de Gestion



MEMOIRE

En vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences de Gestion

Option : Entrepreneuriat

Intitulé du mémoire :

***L'entrepreneur et les motivations de création d'entreprise :
Cas de la wilaya de Bejaia***

Réalisé par :

DJOUADI – Youcef

Dirigé par :

M. CHABI-TAYEB

Date de soutenance :

.. /.. / 2020

Jury :

Président :

Examineur :

Rapporteur :

Année Universitaire : 2019/2020

Remerciement

Je remercie tout d'abord le bon Dieu le tout puissant de m'avoir donné le courage et la foi toute au long de mon travail.

Je tiens à remercier en premier lieu mon promoteur Mr CHABI pour avoir accepté de m'encadré et pour ces orientations durant mon travail.

Enfin, je tiens à remercier tous les enseignants de département de science de gestion et également tous les étudiants d'entrepreneuriat pour tous leurs encouragements.

DJ. Youcef

Dédicaces

A Dieu le tout puissant, à qui je dois tout, et surtout d'avoir honoré et éclairé mon chemin par le savoir.

(Merci Mr CHABI de m'avoir appris, protégé, guidé tout au long de ma vie) que ce travail témoigne de mes respects :

A mes parents :

Grace à leurs tendres encouragements et leurs grands sacrifices, ils ont pu créer le climat affectueux et propice à la poursuite de mes études.

Je prie le bon Dieu de les bénir, en espérant qu'ils seront toujours fiers de moi.

A mes sœurs : Kahina, dédia.

A mes amis : Ali, Laala, Hocine, Massi, Akram.

DJ. Youcef

Liste des abréviations

ANDI : Agence Nationale de Développement de l'Investissement

ANGEM : Agence Nationale de Gestion des Micro Crédits

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

CAP : Une logique d'action entrepreneuriale

CNAC : Caisse Nationale d'Assurance Chômage

EURL : Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée

PME : Petite et Moyenne Entreprise

PIC : Une logique patrimoniale

SARL : Société à Responsabilité Limitée

SNC : Société en Nom Collectif

SPA : Société Par Action

Sommaire

Introduction générale

Chapitre I : Entrepreneur et création de l'entreprise

Section 01 : Concept de base sur typologie et la théorie de l'entrepreneur

Section 02 : Les motivations de l'entrepreneur

Section 03 : Projet création d'entreprise

Chapitre II : L'analyse des résultats de l'enquête portant sur les motivations

Section 01 : Méthodologie et organisation de la recherche

Section 02 : Analyse des résultats

Conclusion générale

Annexes

Bibliographie

Liste des figures

Liste des tableaux

Table des matières

Introduction générale

Introduction générale

Dans le monde où l'argent règne chacun de nous fait son possible pour gagner sa vie. Les uns travaillent comme étant des salariés et préfèrent se lever tôt le matin et revenir tard le soir, cette routine journalière est couverte par un salaire fixe, sûr et garanti... tandis que, les autres préfèrent être indépendants et travaillent pour leur propre compte sans être imposé par des règles et des horaires, se lever quand il leur plaisent et consacrer plus de temps pour leurs familles et leurs proches, ce sont les entrepreneurs.

Aujourd'hui, L'entrepreneuriat consiste un phénomène qui attire de plus en plus les chercheurs dans les domaines de l'économie et de la gestion.

L'entrepreneuriat est un champ disciplinaire à part entière qui a connu un essor important et un intérêt croissant avec une multiplication de travaux académique depuis les années 80¹. L'étude de ce champ est au cœur des débats dans plusieurs pays au monde.

Les similitudes et les différences entre les divers pays dépendent généralement des écarts de leurs taux d'emplois et du développement de nouvelles entreprises.

En effet, le terme entrepreneuriat s'articule autour d'un personnage et d'une Organisation, il commence par une volonté individuelle d'un futur entrepreneur, ce dernier Devenu le personnage central du développement économique, cet acteur principal est un Individu hétérogène, sa capacité dépend de sa personnalité, de ses ambitions, motivations, Formations, compétences, profil psychologique et enfin un entourage ou un environnement Socioculturelle. Il se distingue par sa volonté de création d'entreprise qui est issue de son Profil psychologique, d'où l'importance de la culture entrepreneuriale qui amène ces Différents facteurs à jouer un rôle positif auprès des entrepreneurs potentiels.

L'entrepreneuriat, levier de la création de richesses et d'emplois, désormais fait partie des stratégies de reconversion conduites par les pouvoirs publics, ou la création d'entreprise constituent une solution au problème d'exclusion social surtout le chômage des jeunes de plus en plus considérable dans la société algérienne.

¹ ARAB DALILA et DJERBA KATIA « L'entrepreneure et les motivations de création d'entreprise : cas de la commune de Bejaia », p1

Introduction générale

L'entrepreneuriat serait pour l'Algérie un moyen de développement économique permettant en plus de la réalisation de la valeur ajoutée et de l'amélioration de la croissance nationale, de lutter contre le chômage et le travail informel. Mais l'intérêt pour la PME était tardif, ce n'est qu'à partir des années 1980 que l'initiative privée a été enfin libérée. Ce qui a été concrétisé par la création d'un ministère de la PME, et la promulgation du code d'investissement, mais surtout la mise en place de différents dispositifs de création d'entreprise et de soutien aux investissements (ANSEJ, ANGEM, ANDI.....).

Plusieurs mesures ont été prises et des institutions sont créées afin de soutenir l'initiative individuelle. Comme conséquence, il Ya eu une éclosion de petites et moyennes Entreprises dans plusieurs wilaya et régions du pays.

La wilaya Bejaia est l'une des régions les plus dynamiques à l'échelle nationale, elle est classée Quatrième en termes du nombre de PME. En 2011, la wilaya dispose de 17 962 entreprises. Cet essor De l'activité privée a accompagné les réformes économiques du début des années 1990 et a pris de L'ampleur suite à l'introduction des différents dispositifs de promotion de l'entrepreneuriat. Voyons L'apport de chacun d'entre eux².

Pour en savoir plus sur la dynamique entrepreneuriale, il faut mettre l'accent sur les acteurs eux-mêmes.

Les entrepreneurs sont influencés par le système social et économique auquel ils Prennent part, et puisque cette situation est en état de changement, les motivations des Entrepreneurs différent d'un pays à l'autre et d'une époque à l'autre, De ce fait, l'Algérie Inculque des motivations différentes de par son contexte social et économique. « La motivation est l'ensemble des raisons qui poussent un individu à agir pour Réaliser un objectif» qui est dans notre cas la création de sa propre entreprise. Plus le pourquoi Entreprendre est fort, plus la motivation à aller jusqu'au bout est puissante et durable et vice Versa. Comme on ne crée pas une entreprise sans raison précise, la création correspond donc à Un comportement qui révèle un besoin.

Problématique

² Bulletin d'information statistique de la PME, mars 2012.

Introduction générale

Pour pouvoir répondre à notre question centrale qui a été formulée de la façon suivante : **quels sont les motivations qui poussent un individu à créer ou à se lancer dans L'entrepreneuriat ?** Plusieurs autres questions sous-jacentes ont été présentes, Tel que :

Question n°1 : Qu'est-ce que L'entrepreneuriat ? C'est qui un entrepreneur ?

Question n°2 : Quels sont les facteurs qui ont motivé un individu pour créer une entreprise ?

Question n°3 : comment créer une entreprise ?

Les hypothèses

Pour pouvoir répondre à ces questions nous posent les hypothèses suivantes :

Hypothèses n°1 : L'entrepreneuriat est l'ensemble des activités technique, humaines, managérial et performance mention d'entrepreneur qui nécessite une diversification en termes de compétences. Généralement les acteurs de l'entrepreneuriat où les entrepreneurs eu même usent leur savoir pour accomplir ou arriver à un but précis.

Hypothèses n°2 : Le besoin d'indépendance et d'autonomie est considéré comme étant le facteur de base dans la création d'une nouvelle entreprise, Réaliser un rêve, L'amélioration de la situation financière, échapper au chômage , l'envie et la capacité de gérer et la politique d'aide à la création d'entreprise sont les facteurs les plus important confirmé auprès de notre échantillon.

Hypothèses N°3 : Pour crée une entreprise en commence par Transformer une idée en opportunité de création réalité nécessite de définir l'idée Initial le plus précisément possible, Talonné par la Conception et formulation du projet, Montage juridique et financement du projet et enfin le Lancement des activités.

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 35 PME privées, qui se localisent au niveau de la wilaya de Bejaia.

Structure

Ce mémoire tente de décrire l'entrepreneur et les motivations de création d'entreprise dans la wilaya de Bejaia. L'idée générale de notre recherche est de connaître les motivations qui ont poussé l'entrepreneur à créer son entreprise. Pour cela, nous avons divisé notre travail en deux chapitres en essayant, ainsi, de répondre à nos questions de départ.

Le premier chapitre sera consacré à présenter l'entrepreneur en tant que principal acteur du phénomène d'entrepreneuriat. Ce chapitre sera divisé en trois sections ; la première présentera quelques approches et théories principales de la notion d'entrepreneur, les caractéristiques ainsi que les différentes typologies d'entrepreneurs qui existent. La deuxième présentera quelques théories qui nous permettent de comprendre les raisons pour lesquelles l'individu est motivé pour créer une entreprise. Et enfin La troisième section présentera le projet de création d'entreprise.

Le deuxième chapitre contient deux sections, la première section est consacré à la méthodologie et l'organisation de la recherche et la section deux pour l'interprétation et l'analyse des résultats.

Chapitre I :

***Entrepreneur et la création de
l'entreprise***

Chapitre 01: Entrepreneur et la création d'entreprise

Introduction

L'entrepreneuriat, de nos jours, occupe une place très importante dans plusieurs économies dans le monde, et comme il est connu chez la majorité des gens que L'entrepreneuriat recouvre l'ensemble des activités qui contribuent à la formation et à la croissance d'une entreprise, dont la première conséquence est la création de la valeur : richesse, emploi...

De ce fait, dans ce chapitre, nous allons présenter en premier lieu (section I) l'acteur De développement « l'entrepreneur ». Cela en puisant dans des travaux d'économistes, tel que R. Cantillon, J.B. Say, J. Schumpeter, allant vers une optique de présentation des typologies les plus reconnues et reprises par les chercheurs, ainsi que les caractéristiques individuelles qui lui permettent de prévoir la réussite de son projet.

Plusieurs études démontrent que les fondateurs d'entreprise possèdent certaines Caractéristiques particulières. C'est ce qu'on nous allons voir dans la deuxième section qui Sera consacrée à la motivation à l'égard de l'entrepreneuriat dont on a essayé d'expliquer la Notion de la motivation, comprendre l'acte de décision entrepreneuriale et les motivations des entrepreneurs.

Par la suite, puisque à la base de développement de tout secteur dit privé se trouve la Création d'entreprises, nous porterons notre attention dans la troisième section sur le projet de création d'entreprise.

Section 1 : concept de base typologies de la théorie de l'entrepreneur.

De nos jours, on entend beaucoup parler de L'entrepreneuriat et l'entrepreneur, et le nombre de ces derniers augmentent de plus en plus chaque jour. Extra preneurs, intra preneur, social entrepreneur, techno preneurs, le terme entrepreneur réfère à tous ces acteurs d'entrepreneuriat.

L'observation à révéler que L'entrepreneuriat est l'ensemble des activités technique, humaines, managérial et performance mention d'entrepreneur qui nécessite une diversification en termes de compétences. Généralement les acteurs de l'entrepreneuriat où les entrepreneurs eu même usent leur savoir pour accomplir ou arriver à un but précis.

Chapitre 01 : Entrepreneur et la création d'entreprise

Ils existent plusieurs types d'entrepreneurs mais ils ont tous des points en commun. Pourquoi alors existe-t-il autant de définition de l'entrepreneur ? Cela est dû en effet à plusieurs facteurs comme les disciplines, les situations de recherches, noms des rendements économiques etc....

Chaque entrepreneur à sa propre vision stratégique, c'est elle qui définit un entrepreneur en succès ou un entrepreneur en échec.

1.1. Notion d'entrepreneur

Le terme entrepreneur vient du mot entreprendre c'est faire, accomplir et exécuter. Le terme entrepreneur à apparu la première fois dans la littérature en 1253 mais en différentes formes " entrepreneur". Entrepreneur a été utilisé entre 1500 et 1600 comme Champlain qui parle 200 voyages : " pour voir ce pays est-ce que les entrepreneurs y feraient"

1.1.1 Définition de l'entrepreneur

En entrepreneuriat, il y a 3 grandes Pionniers qui, à travers leur écriture, on peut comprendre mieux la notion de l'entrepreneur :

- richard Cantillon

Richard Cantillon était un Français économiste et auteur d'Essai sur la nature du commerce en général, physiocrate, née en 1680 influencer pas William Petty, John Locke, John Law etc.....

Contrairement à ce que certains historiens de la pensée économique, le terme <entrepreneur> n'était absolument pas nouveau à l'époque de Richard Cantillon. Le terme était déjà attesté au Xylème siècle. On peut le trouver par exemple dans le parfait négociant de Savary, datant de 1675. Il faut alors conclure que le terme entrepreneur n'est pas inventé par Cantillon.

En premier regard, le terme entrepreneur recouvre une réalité qui peut nous apparaître assez floue: Il est chez lui celui qui apporte les fonds pour mettre en œuvre un projet industriel ou commercial, que celui qui dirige ce projet de manière concrète. Peu importe pour Cantillon l'entrepreneur apporte au nom les fonds.

Chapitre 01 : Entrepreneur et la création d'entreprise

Ce qui caractérise l'entrepreneur chez Cantillon et le preneur de risque. Le mot incertain, incertitude, reviens beaucoup dans l'œuvre de l'essai consacré à l'entrepreneur.

Cantillon défini ainsi de classe : Qui prend des risques ; de l'autre, ce qu'est n'en prennent pas ;

Tous les habitants d'un état peuvent se divisé en deux classes, en l'entrepreneur, et en gens à gages ; les entrepreneurs sont comme à gages incertains, et tous les autres à gages certains pour le temps qu'ils en jouissent, bien que leur fonctions et Leur rang soient très disproportionnés, le général qui a une paie, le courtisan qui a une pension, et le domestique qui a des gages, tombent sous cette dernière espèce. Tous les autres sont entrepreneurs, soit qu'il s'établisse avec un fond pour conduire leur entreprise, soit qu'il soit entrepreneurs de leur propre travail sans aucuns fonds, et ils peuvent être considéré comme vivant à l'incertain; les gueux même et les voleurs sont des entrepreneurs de cette classe.

Pour Cantillon, le fermier qui représente la classe productive est un entrepreneur, car il prend un risque.

« Le fermier est un entrepreneur qui promet de payer au propriétaire, pour sa ferme ou terre, une somme fixe d'argent (qu'on suppose ordinairement égale en valeur au tiers du produit de la terre), sans avoir de certitude de l'avantage qu'il tirera de cette entreprise »¹.

D'après ces aperçus, on peut constater que L'entrepreneur chez Cantillon est celui, dans son activité productive, fait face à une incertitude, à un risque. La seconde importance est de savoir si l'entrepreneur utilise son propre capital ou un capital emprunté.

On peut alors considérer que Cantillon est parmi les économistes les plus clairvoyants de son siècle en observant la fonction qui, dans une économie de marché, était la plus décisive et pourtant la plus discrète, celle de l'entrepreneur.

Jean-Baptiste Say

Jean-Baptiste Say était un économiste français et entrepreneur. Il avait des options classiquement libérales et faveur de concurrence. Du libre-échange et de levée des

¹ Cantillon, Richard(1755) essai sur la nature de commerce en générale. LONDON: Macmillan.

restrictions sur les affaires. Influencer par **Richard Cantillon**, Adam Smith, née en 1767 et mort en 1832.

On réduit la théorie de Say de l'entrepreneur plus souvent à une conception de l'entrepreneur entendu comme gestionnaire de la production. Alors pour lui, l'entrepreneur à essentiellement pour tâche de combiner au mieux les services producteurs qu'il loue sur les différents marchés.

L'entrepreneur, ajoute Say, agit comme un intermédiaire entre les vendeurs et les acheteurs, appliquant des facteurs de production proportionnelle à la demande pour les produits, à son tour, est proportionnelle à leurs utilités et à la quantité d'autres produits échangés pour eux. L'entrepreneur compare constamment les prix de vente des produits avec leurs couts de production ; s'il décide de produire plus, sa demande de facteurs productifs augmente.²

Cette théorie est en contraste prononcé avec ce que fon peut appeler la « tradition Cantillon Knight » ou l'entrepreneur est essentiellement défini par rapport l'incertitude.

La conception que Say propose de l'entrepreneur est incomplète car elle repose trop exclusivement sur l'étude de sa théorie de la production.

. Joseph Schumpeter

Joseph aloi Schumpeter est un économiste qui a marqué l'économie, connu pour ses théories sur les fluctuations économiques, la destruction créatrice et l'innovation.

Un entrepreneur est une personne qui est désireuse et capable de convertir une nouvelle idée ou invention en une innovation réussite. L'esprit d'entrepreneur emploie ce que Schumpeter appelle « le vent de la destruction créatrice » pour remplacer en tout ou en partie des innovations de qualité inférieure sur les marchés et les industries, créant simultanément de nouveaux produits.³

² Say, J-B, An Austrian perspective on the history of Economic thought (1995), volume 2, chapitre1

³ Schumpeter, Joseph Alois (1976) capitalisme, socialisme and democracy, routledge. ISBN 978-0-415-10762-4.

L'entrepreneur joue un rôle de « destruction créatrice » dans l'économie : lancer des innovations qui détruisent simultanément les vieilles industries tout en instruisant de nouvelles industries par l'entrepreneur innovant est la norme d'une économie saine.

Pour Schumpeter, l'entrepreneur ne supporte pas le risque : le capitaliste le fait. Schumpeter croyait que l'équilibre était imparfait, Schumpeter (1934) a démontré que l'enivrement changeant fournit continuellement de nouvelles informations sur l'alcalisation optimal des ressources pour améliorer la rentabilité. Certaines personnes acquièrent la nouvelle information avant d'autres et recombinent les ressources pour obtenir un profit entrepreneurial. Schumpeter était d'avis que les entrepreneurs déplacent la courbe des possibilités de production à un niveau plus élevé en utilisant des innovations⁴

1.1.2. Caractéristiques

Depuis longtemps, on a voulu serrer les caractéristiques de l'entrepreneur, pour savoir qui sont vraiment ces entrepreneurs, qui réussissent et non pas les autres. Et l'on put à travers les recherches diviser les caractéristiques en deux types :

1.1.2.1 Caractéristiques démographiques

Certaines études ont conclu que les caractéristiques démographiques de comme le sexe, l'Age, l'ethnicité ou l'état civil peuvent pousser l'individu à faire de l'entrepreneuriat son choix de carrière.

Les femmes qui se lancent dans l'entrepreneuriat sont des avantageuses par rapport aux hommes vu les barrières liées à l'éducation, à la pression familiale et l'environnement professionnelle, par contre les hommes ont tous les facteurs pour être des bons entrepreneurs voire encouragé par leurs environnement.

Les plus jeunes entrepreneurs, d'un autre côté faute de connaissance et d'expérience, ont moins de chance par rapport aux entrepreneurs plus âgés.

1.1.2.2 Caractéristiques psychologiques

⁴ Schumpeter, Joseph Alois (1934), *the theory of economic development : An Inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Transaction publishers. ISBN 978-0-87855-698-4.

D'autres études se sont penchées sur les caractéristiques psychologiques des Entrepreneurs et leurs traits de personnalités. Ses caractéristiques ont pour objectif de déterminer ce qui conduit une personne à être entrepreneur et par conséquent d'identifier les caractéristiques psychologiques permettant de prédire ce comportement entrepreneurial.

Ces études ont notamment porté sur les traits suivants : le besoin d'accomplissement, la prise de risques, l'esprit inventif, l'autonomie, la confiance en soi.

Le besoin d'accomplissement

Le psychologue Mc Clelland dit que les recherches sur ces traits nous prouvent que parmi les caractéristiques principales du comportement entrepreneurial est besoin d'accomplissement de soi c'est à dire le besoin d'exceller et d'atteindre un certain but dans un objectif d'accomplissement personnel.

Ce besoin est généralement plus important chez les individus qui préfèrent des tâches contenant un défi aux tâches routinières.

Prise de risque

Mc Celland dit que : la prise de risque dans L'entrepreneuriat se résume dans le cas de poursuivre une idée d'affaire dans la probabilité du succès est faible.

Or la tolérance du risque doit être mesuré, c'est vrai qu'un entrepreneur doit avoir l'esprit risquer mais avec une certaine tolérance, et cette tolérance est plus importante pour les uns que pour les autres.

Les entrepreneurs qui réussissent doivent bien comprendre la notion du risque et avoir une moindre aversion à cette dernière.

L'esprit inventif

Les entrepreneurs ont tendance à aimer la création, l'invention et la préférence pour de nouvelles façons d'agir et de faire les choses, en cas de création d'entreprise, cette

Chapitre 01 : Entrepreneur et la création d'entreprise

caractéristique sera visible dans la création des nouveaux produits ou des services et même de technologie dans le marché.

L'autonomie

Les entrepreneurs ont plus envie d'être autonome que dépendant et préfèrent mettre en place leurs propres objectifs, développer des plan d'action et contrôler eux-mêmes la réalisation de leurs objectifs.

Ces individus évitent les rôles établis dans les organisations et préfèrent une activité indépendante.

Les gens qui présentent un haut degré d'autonomie en tendance à aimer les activités entrepreneuriales et qui serait incapable de se soumettre à l'autorité d'autrui et de s'adapter aux structures d'une organisation existante. Ce qui explique pourquoi les entrepreneurs cherchent à créer leurs propres entreprises qui fonctionne selon les règles qu'il a fixées.

La confiance en soi

Il s'agit de la confiance à accomplir efficacement certains tâches, les individus qui ont une grande confiance en eux sont plus à même de persévérer lorsque les problèmes apparaissent et d'agir pour les résoudre.

Les entrepreneurs qui ont de la confiance en soi auraient un plus grand espoir de réussite et s'engageraient dans des perspectives à long terme.

1.1.3 Un bon et un mauvais entrepreneur

Depuis longtemps, les gens veulent se lancer dans L'entrepreneuriat cherchant les bonnes et les mauvais traits d'un bon ou d'un mauvais entrepreneur :

1.1.3.1 Un bon entrepreneur

Chapitre 01 : Entrepreneur et la création d'entreprise

Les gens d'affaires qui réussissent ont beaucoup de traits communs les uns avec les autres. Ils sont confiants et optimiste. Ce sont des autodidactes disciplinés, ils sont ouverts à toute nouvelle idée qui croise leur chemin.

Ils luttent pour la perfection: les entrepreneurs ne font pas les choses à moitié. C'est du perfectionnisme. Ils ne veulent pas compromettre leur vie entrepreneuriale en faisant les choses à moitié.

Ils ne craignent pas les risques: c'est normal, L'entrepreneuriat est risqué lorsque L'entrepreneur se lance dans L'entrepreneuriat, il n'y a pas de garantie que leurs business vont entrer un succès.

Ils travaillent dur : un bon entrepreneur travaille dur, il donne tout pour que l'entreprise réussisse.

Ils aiment ce qu'ils font : les entrepreneurs ont tendance à lancer des entreprises dans des domaines qu'ils sont passionnés ou connaissent beaucoup de choses, il n'est pas surprenant que de nombreux entrepreneurs finissent par lancer des entreprises complètement différentes de l'expérience qu'ils ont acquise professionnellement.

Ils se rendent disponible: bien que leurs horaires peuvent être chargé les entrepreneurs ont tendance à être plus ouverts aux conversations informelles que ce soit avec un employé, un client, un journaliste, ou juste quelqu'un qui veut en savoir plus.

Ils ne cessent jamais d'apprendre: les entrepreneurs sont curieux. Ils ont constamment besoin de savoir les réponses. Ils lisent des livres, les magazines et des blogs, ils assistent à des conférences pour apprendre plus sur leurs industries. Un entrepreneur connaît la valeur de l'apprentissage

Ils ont un plan: malgré la prise de risque les entrepreneurs savent ce qu'ils font il a toujours un plan que ce soit pour le marketing ou la création d'un prochain produit. Un entrepreneur a toujours une longueur d'avance sur ce qui se passe, et il sait pourquoi sa compagnie va dans la direction où elle est.

1.1.3.2 Un mauvais entrepreneur

Chapitre 01 : Entrepreneur et la création d'entreprise

La différence entre le succès et l'échec en entrepreneuriat peut avoir beaucoup à voir Avec les propre traits et habitudes, Si on prend le temps d'étudier les gens qui réussissent, on constate qu'ils ont tendance à cultiver certains traits tout en évitant les autres.

Des excuses : les entrepreneurs qui réussissent prennent des mauvaises décisions et apprennent d'eux. S'ils jettent les mauvais résultats sur des forces extérieures, ils se détachent de leur propre rôle dans le processus de prise de décision

Se concentrer sur le passé: les mauvais entrepreneurs onyx tendance à toujours penser au passé et non pas sur le futur, ils trouvent des difficultés à oublier le passé et les mauvaises prises des décisions et cela a un impact sur leurs performances.

Pour le changement: le temps change et la technologie se développe de jour en jour. Pour faire face à la concurrence et d'autres facteurs, une bonne entreprise doit toujours être à jour. Plusieurs entreprises tombent dans le piège ou ils oublient ou ils ont peur du changement.

Ils se concernent sur l'argent : un bon projet ce n'est pas le projet qui génère le beaucoup de bénéfices, mais un bon projet c'est celui qui tient la route et il a un long cycle de vie. Les entrepreneurs qui commencent en ayant le but de gagner de l'argent abandonne leur projet dans les 2 ans qui suivent si le projet ne génère pas assez d'argent.

Associer avec des personnes négatives: lorsqu'un entrepreneur commence d'exercer L'entrepreneuriat, il va sûrement avoir au tour de lui des gens négatives. Les entrepreneurs n'ont pas besoin de personne dans leurs vies qu'ils diront que leurs rêves sont "irréalistes" Les entrepreneurs sont censés se concentrer sur des solutions, pas sur les critiques négatifs⁵.

1.2. Typologie d'entrepreneur

1.2.1. Les figures typologiques proposées dans la littérature entrepreneuriale

L'absence d'une définition précise de l'entrepreneur, a poussé les chercheurs à diriger leur recherche autour des traits de l'entrepreneur, cela a abouti vers une mise en lumière de

⁵ Jadroun sofiane & moumen achraf, teme l'entrepreneuriat et les motivations a la création des entreprises, APRIL 19, 2018 ESTO, département management, p 16-20

plusieurs typologies de ce dernier. Nous commençons par Norman Smith qui, en 1967, identifie deux types d'entrepreneurs (Hernandez, 1999) :

□ **L'entrepreneur-artisan** : défini comme ayant une éducation limitée, détenant une formation technique, ne peut pas composer avec son environnement, se méfiant des emprunts. Il adopte une attitude paternaliste au sein de son entreprise.

□ **L'entrepreneur opportuniste** : possède plus d'éducation et ses expériences de travail sont diversifiées et nombreuses, mieux intégré dans son environnement, très bon communicant, cherchant à développer l'affaire qu'il a créé. J. Laufer identifie quatre types d'entrepreneur selon les motivations psychologiques et les comportements économiques, et cela selon une étude qui portait sur soixante créations d'entreprise, entre 1955 à 1970⁶ :

□ **L'entrepreneur manager et innovateur** : formé dans une grande école, et ayant une expérience dans de grandes entreprises, ce type est motivé par le besoin de création, de réalisation et de pouvoir, intéressé plutôt par une dynamique de croissance.

□ **L'entrepreneur propriétaire** : la croissance et l'autonomie financière représente pour lui des objectifs importants, donc ses préoccupations permanentes sont la recherche d'équilibre entre la croissance et l'autonomie, généralement il crée son entreprise à la suite d'un parcours comme subordonné, et son niveau d'instruction n'est pas élevé.

□ **L'entrepreneur technicien** : refuse de la croissance mais cherche l'efficacité, cet entrepreneur choisit un objectif d'indépendance et refuse la croissance qui pourrait l'amener à ne pas atteindre ce but prioritaire. Les besoins de pouvoir et d'autorité sont ses principales motivations. Très fréquemment, l'orientation technologique de l'entrepreneur et de l'entreprise est présente.

□ **L'entrepreneur artisan** : recherche en priorité de positions protégées sur le marché, de l'indépendance personnelle et d'un avantage financier, survie. Ainsi il accorde de l'importance à l'autonomie, mais seulement afin de garder son entreprise dans le sérail familial. Knight 1983, à observer trois types d'entrepreneurs.

⁶ ALAIN Fayolle, « le métier de créateur d'entreprise », édition, d'organisation 2003

Chapitre 01 : Entrepreneur et la création d'entreprise

- **L'artisan-inventeur** : motivé par l'innovation, et voulant développer un nouveau produit ;

- **Le promoteur** : ses compétences relèvent du domaine commercial, marketing et vente ;

- **Le gérant-général** : coordinateur, réunissant des éléments et des connaissances - extérieures pour réaliser sa création. J.C. Ettinger, en 1983, a proposé une vue simplifiée de la typologie de J.Lauffer, basée sur l'analyse des motivations entrepreneuriales, telles que le besoin de création, le pouvoir et l'autonomie. Deux catégories principales subsistent (ALAIN Fayolle, 2003) :

- **Les entrepreneurs indépendants** : équivalents des entrepreneurs artisans, pour lesquels le besoin d'autonomie est dominant, se caractérise par une faiblesse organisationnelle ;

- **Les entrepreneurs créateurs d'organisations** : regroupent tous les autres types de la grille de J.Lauffer, pour lesquels le besoin de pouvoir est dominant.

P-A. Julien et Marchesnay proposent cette typologie, en partant du principe qu'il existe trois grandes aspirations socio-économiques chez l'entrepreneur:

- ← La pérennité de son entreprise ;

- ← L'indépendance : l'autonomie surtout dans la prise de décision ;

- ← La croissance : la volonté de puissance et désir de pouvoir.

Ils distinguent ainsi deux grands types d'entrepreneurs :

- **Une logique d'action patrimoniale (PIC)** : le développement de l'entreprise est soumis aux conditions de pérennisation et d'indépendance, c'est-à-dire la capacité de l'entrepreneur et de sa famille à créer des richesses qui seront réinvesties dans l'affaire ;

□ **Une logique d'action entrepreneuriale (CAP)** : elle se situera dans les activités turbulentes, évolutives, donc privilégiant la croissance forte, c'est-à-dire, la recherche du cadre et des conditions les plus sécurisantes, semblent être ses ressorts principaux. Selon M. Henni « un « CAP » peut évoluer vers un « PIC » lorsque son entreprise devient mature et identifiable dans le marché. Les deux auteurs reconnaissent des limites de leurs apports car ces typologies trouvent leur vérification dans les cas ultimes ; ou bien extrêmes. »

Chaque typologie renvoie à des critères et à des dimensions qui constituent, d'une certaine façon, des facteurs essentiels de compréhension des entrepreneurs. On peut dire que ces derniers peuvent s'identifier selon plusieurs situations condition de création, le profil du dirigeant, les conditions d'innovation et la logique d'action.

Les typologies proposées par J. Laufer et J.C. Ettinger, nous semblent plus pertinents et répondent mieux à notre thème de recherche.

Section 02 : les motivations de l'entrepreneur

2.1 Définition de la motivation

Selon le dictionnaire de Dico du manager (2009), la motivation désigne « l'ensemble des raisons rationnelles, émotionnelles, personnelles ou d'intérêt général, physiques et/ou psychologiques, qui pousse un acteur à l'action (déclenchement d'une conduite ou d'un comportement) et/ou à l'adoption d'une attitude particulière et/ou à l'expression d'une opinion ». Un deuxième sens est : « ensemble des forces internes qui poussent l'individu à agir⁷ »

Dans le cadre de l'entrepreneuriat, ces forces qui poussent à créer l'entreprise sont de deux sortes, des forces endogènes à l'individu (ses caractéristiques innées) et des forces exogènes contenant l'ensemble des facteurs qui constituent le milieu et l'entourage de l'individu. Ces deux formes constituent les motivations qui incitent l'individu à être entrepreneur.

2.2. Les principales motivations des entrepreneurs

⁷ Selon Le dictionnaire Larousse de l'éducation

L'entrepreneuriat, c'est le fait de mobiliser des ressources en vue de lancer des projets et de créer des entreprises dont les produits ou les services répondent à des besoins de la société. Les raisons de créer une entreprise ou d'entreprendre un projet sont nombreuses et varient d'un individu à un autre. Qu'est-ce qui amène donc une personne à démarrer une entreprise ?

Alain Fayolle (2004) manifeste sur l'existence d'une motivation principale parmi d'autres motivations personnelles pour lesquelles les individus décident de créer ou de reprendre une entreprise. La question posée par cet auteur est la suivante : Est-ce que l'entrepreneur est motivé principalement par l'argent ?⁸

P-A Julien et Marchesnay (1996)⁹, disent que le bon choix des décisions de l'entrepreneur sera marqué 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.

Dans le même sens Alain Fayolle (2004)¹⁰, précise que contrairement aux idées reçues, les entrepreneurs, quel que soit le pays considéré, mettent plus souvent en avant les motivations suivantes :

- _ Le besoin d'accomplissement ;
- _ Le besoin d'indépendance ;
- _ Le besoin de reconnaissance ;
- _ La recherche de pouvoir ;
- _ La passion ;
- _ Le challenge, le défi ;
- _ L'enrichissement (l'argent n'est que très rarement une motivation) ;

⁸ Fayolle A, « Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre », édition DUNOD, Paris, 2004, p65

⁹ Julien P et Marchesnay, « l'entrepreneuriat », Economica, Paris, 1996, p53-54

¹⁰ Ibid. Fayolle A (2004), p69

Certains auteurs ont affirmé qu'une personne qui présente un profil entrepreneurial est plus susceptible qu'une autre d'entreprendre un projet parce qu'elle a les habiletés et le comportement nécessaires.

Les motivations sont généralement inséparables de sa personnalité et de ses intérêts professionnels et familiaux. Les motivations à la création peuvent être :

2.2.1 Motivations psychologique

Les entrepreneurs décident de créer leurs propres entreprises à cause d'eux même. Un ensemble de caractéristiques se réunissent chez l'individu entrepreneur qui lui incite prendre la décision d'entreprendre.

Besoin d'indépendance :

« Être son propre patron » est l'explication donnée comme un motif de création d'entreprise. Collins et Moore (1964)¹¹ considèrent le besoin ou bien le désir d'autonomie comme un facteur de base dans la création d'une nouvelle entreprise. Ils suggèrent qu'en ayant un fort sentiment d'indépendance, les entrepreneurs sont capables à sacrifier cette indépendance. Ce sacrifice d'autonomie est acceptable tant qu'ils ne la perçoivent pas comme imposée par une autre personne.

Besoin d'accomplissement :

Selon McClelland, les personnes ayant un fort besoin d'accomplissement, ils ont les attributs de comportement suivants :

1. La prise du risque basée sur la compétence et non sur la croyance au hasard ;
2. La prise de responsabilité personnelle en ce qui concerne les décisions ;
3. Une activité énergique et innovatrice ;
4. La capacité de planifier à long terme.

¹¹ Cachon J, « Entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi », p19.

La créativité et l'innovation :

Les entrepreneurs doivent témoigner d'une réelle créativité et d'une capacité à innover. Leur fonction principale est l'innovation et l'introduction, dans un environnement donné, de nouvelles combinaisons productives, cherchent de nouvelles idées, et introduisent de nouvelles manières de réaliser de nouveaux produits. L'innovation n'est pas nécessairement une innovation de rupture, elle peut s'envisager à travers des modifications marginales.

Selon certains auteurs, les entrepreneurs ont un comportement particulièrement innovateur et créatif, alors que leur recherche du gain financier représente seulement une raison mineure pour devenir employés à leur compte. La gestion de l'innovation est également considérée comme le principal défi auquel les entrepreneurs font face afin de concurrencer leurs adversaires¹².

La prise de risque :

L'action d'entreprendre est entourée d'incertitude. Des changements imprévus peuvent surgir au cours de l'investissement. Le risque est vu comme le risque de perdre, ce qui n'est pas sans conséquences sur le capital et sur le moral de l'entrepreneur (conséquences économiques et psychologiques). Quatre grands types¹³ de risques sont toutefois encourus par les créateurs d'entreprises : Le risque financier, Le risque de carrière, Le risque familial et le risque psychique. Tous ceux qui peuvent faire face à une prise de décision avec tous les risques que présente ont la possibilité de devenir des entrepreneurs.

L'Internalité de contrôle :

Ayant le sentiment de contrôle, l'individu attribue ses capacités et prend la responsabilité de contrôle de son environnement au lieu d'être par d'autres. L'individu pense qu'il a des bonnes chances de pouvoir orienter sa vie.

¹² Cachon J, « Entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi », P 18.
58 Citée auparavant, p20-21

¹³ Citée auparavant, p20-21

2.2.2. Motivations sociologiques et culturels

Les facteurs sociologiques et culturels sont des éléments directement liés aux différents milieux de l'individu, et qui peuvent jouer un rôle sur leur propension à entreprendre. Ces milieux (famille, écoles, universités, société, entreprises, professions, territoires), exercent sur l'individu de nombreuses influences.

Plusieurs éléments du vécu d'un individu peuvent avoir un impact sur ces croyances, ses perceptions et ses intentions relatives à l'entrepreneuriat.

L'âge :

La jeunesse et les qualités qui y sont associées peuvent constituer un plus. La carrière d'entrepreneur commence dans la plupart des cas entre 22 et 55 ans. Sans doute, elle peut débiter plus tôt ou plus tard, mais la chose est moins probable puisqu'il faut à l'entrepreneur de l'expérience, du savoir-faire pertinent, une assise financière et beaucoup d'énergie pour lancer et gérer avec succès une nouvelle entreprise. Dans une étude¹⁴ faite sur les entrepreneurs naissants au Canada, ils ont observé que 57 % de ceux-ci ont entre 25 et 44 ans et possèdent jusqu'à 10 ans d'expérience dans le domaine dans lequel évoluera la nouvelle entreprise.

La famille et les proches :

Les aspects de l'environnement familial de l'individu ont un impact sur la décision d'entreprendre, la profession et le statut social de son père ou de sa mère et ses relations avec ses parents. Pour certains économistes, la profession des parents est déterminante dans la vie des entrepreneurs, car la famille joue un rôle essentiel, les jeunes issus d'une famille d'entrepreneurs sont plus disposés à entreprendre. Les jeunes grandissant dans ce genre de

¹⁴ Gasse Y, « l'influence du milieu dans la création d'entreprises », Centre d'Entrepreneuriat et de PME. Québec, université Laval, 2003, P52.

famille ou d'entourage, considèrent leurs parents ou ses proches comme des modèles à imiter¹⁵.

L'éducation

Des recherches 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 projet¹⁶. Le système éducatif permet donc de sensibiliser les étudiants, de valoriser l'image de l'entrepreneuriat¹⁷ et apporte les connaissances et les compétences qui aident les individus à prendre les bonnes décisions, à élaborer des projets solides et à créer des entreprises dotées d'un potentiel important de croissance.

L'expérience professionnelle :

Les activités professionnelles antérieures jouent un rôle important dans la création, la croissance et la réussite de l'entreprise. La connaissance d'une technique et d'un secteur d'activité a une influence importante sur l'activité entrepreneuriale. De ce point de vue¹⁸, certains domaines d'expérience ont une importance particulière, par exemple, l'obtention des financements auprès des banques, implantation des établissements industriels, création des réseaux de distribution et l'établissement des plans commerciaux d'attaque du marché. Il est généralement plus facile de lancer une deuxième, troisième ou une quatrième entreprise que de lancer la première.

Le territoire :

Le territoire dans lequel l'entrepreneur (ou celui qui se destine à l'entrepreneuriat) passe sa vie personnelle ou professionnelle joue un rôle important qui ne peut être pas négligé. Un territoire peut, en effet, constituer un pôle d'attraction entrepreneuriale¹⁹. Il est considéré

¹⁵ Ibid. Gasse Y, p55

¹⁶ Cachon J, « Entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi », P 33.

¹⁷ Ibid. Gasse Y,p58

¹⁸ Ibid. Gasse Y,p62

¹⁹ Fayolle. A, « Le métier de créateur », Editions d'Organisation, 2003, P 66.

comme un déterminant grâce à la disponibilité d'atouts naturels et d'infrastructures de base tels (réseaux routiers, aéroport, télécommunication, réseaux d'énergie, tissu économique, ...), ainsi qu'aux ressources humaines, financières et technologique

2.2.3. Motivations économiques

Les facteurs économiques²⁰ sont les ressources informationnelles, humaines, technologiques, financières et matérielles. Ils occupent une position clé dans la démarche entrepreneuriale. Ce sont les ressources auxquelles doit accéder l'entrepreneur en vue de créer son entreprise.

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 de bon Marché, son taux de création d'entreprise s'accroît.

Les ressources financières: La disposition d'un capital financier de départ encourage L'entrepreneuriat. Par contre, un entrepreneur ne disposant pas des moyens financiers nécessaires rencontrera plusieurs difficultés.

La demande de marché et son accessibilité: 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 qui permettent de gagner du temps et de l'efficacité face à la complexité des démarches et procédures. Aussi, les entreprises se localisent le plus près possible de la demande en vue de minimiser les couts de transport. La demande locale exerce un impact positif sur la naissance d'entreprises dans la plupart des secteurs, surtout dans le secteur des services la création d'entreprise est influencée par la proximité du marché (Holl, 2004)²¹.

Les économies d'agglomération et de localisation: Les économies de localisation sont

²⁰ 65 Fayolle. A., « Le métier de créateur », Editions d'Organisation, 2003, P 67.

²¹ Capron. H, « Entrepreneuriat et création d'entreprises, facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise », édition de Boeck, Paris, 2009, p 59

Liées au nombre d'entreprises qui appartiennent aux mêmes secteurs regroupés dans une zone spécifique. Dans l'économie de localisation, il s'agit de l'accès à une main d'œuvre spécialisée, la disponibilité des biens et services intermédiaires nécessaires pour le fonctionnement d'entreprise. Les économies d'urbanisation correspondent au regroupement des activités économiques différentes et à la proximité d'entreprises diversifiées qui offrent des services complémentaires et pour le transfert d'information entre secteurs.

Section 3 : projet création d'entreprise

3.1. La création d'entreprise : Définitions et intérêt

Comme le souligne Julien et Marchesnay (1996) : « la conséquence logique est que L'esprit d'entreprise suscite la création d'entreprise »²². Ainsi, le résultat ultime de l'esprit D'entreprise est la création d'entreprise. Plusieurs auteurs affirment que la notion de création est la caractéristique fondamentale de l'entrepreneuriat et des recherches qui lui sont consacrées.

Outre, l'entrepreneur est ici placé au cœur des activités économiques, est celui qui crée une entreprise grâce à l'apport de capitaux et à l'innovation, laquelle est considérée comme le moteur de l'entrepreneuriat. En d'autres termes, créer une entreprise est la manifestation la plus claire de l'entrepreneuriat et très souvent sont vus de façon synonymique, mais toute création d'entreprise n'est pas forcément un acte entrepreneurial « pur » comme le souligne Bruyat (1993).

Dans cet ordre d'idées, l'entrepreneuriat apparaît comme un ensemble de Comportements visant la création d'une nouvelle entreprise. En outre, l'entrepreneuriat Prospère dans un milieu favorable. Le potentiel entrepreneurial ne peut s'exprimer que Lorsque les circonstances de l'environnement s'y prêtent. Il requiert une culture Entrepreneuriale perceptible dans l'enseignement scolaire et dans des modèles issus de L'environnement

²² JULIEN. P-A et MARCHESNAY. M (1996), op. cit, p 23.

familial ou du voisinage. Sa manifestation présuppose aussi une culture Locale, des valeurs religieuses, une organisation sociale, un régime politique et un contexte Légal et réglementaire appropriés. A ces variables environnementales, il faut ajouter les Objectifs ou motivations de l'entrepreneur. On peut alors citer, entre autres, l'ambition, L'insatisfaction au travail, les charges de la famille, le manque d'intégration. C'est ce que Julien (2000)²³ appelle des « déclencheurs » individuels, familiaux, sociaux ou Organisationnels.

Il a été reconnu le caractère multidimensionnel de la création d'une nouvelle Entreprise. À côté des facteurs socioculturels, il faut citer les facteurs politiques et Économiques.

Fondamentalement, la création d'une nouvelle entreprise représente une décision prise par un ou plusieurs entrepreneurs. Julien (2000), de son côté, identifie trois conditions susceptibles De mener à la création d'entreprise : l'entrepreneur doit y croire ; le milieu doit l'appuyer et le Soutenir financièrement ; et l'environnement doit lui apporter une aide matérielle et Immatérielle. Généralement, les influences qui s'exercent sur cette décision se retrouvent à Trois niveaux :

3.2. Influences de la décision de la création d'entreprise :

3.2.1. Le niveau de désirabilité : il s'agit de mieux cerner les facteurs du milieu immédiat Qui en influencent l'attrait ou, encore mieux, la désirabilité. Les facteurs économiques, sociaux-culturels et politiques affectent directement la désirabilité perçue d'un comportement Donné ou d'une action. Pour Shapero (1982)²⁴, ces variables constituent une condition Essentielle de la création de l'entreprise : « pour mettre en place une entreprise qui est nouvelle, différente et novatrice, vous devez être capable de vous imaginer dans le rôle. C'est-à-dire que l'acte doit être crédible ». Ainsi, la présence d'image d'imitation et d'une culture entrepreneuriale développée va favoriser le passage à l'acte. Elle dépend de dimensions socioculturelles qui interviennent à différents niveaux :

²³ Julien. P-A, (2000), op, cit

²⁴ SHAPERO (1982), cité par GASSE, Y : « les conditions environnementales de la création d'entreprise dans les économies émergentes », édition l'harmattan,paris,2007, p 47.

a. La famille : l'influence de la famille est déterminante. De nombreuses études ont démontré la surreprésentation des entrepreneurs ayant déjà un parent lui-même entrepreneur, comparativement à la population en général. Cela constitue un facteur réellement discriminant de l'entrepreneuriat dans une population étudiée.

b. L'entreprise : certaines entreprises développent plus que d'autres une mentalité Entrepreneuriale (intrapreneuriat). Elles encouragent l'initiative individuelle et la créativité À leurs propres personnels. Des entreprises vont même plus loin incitant leur personnel à Créer leur propre unité (essaimage).

c. Le milieu professionnel : il est justifiable que certains environnements sont plus propices à la création d'entreprises que d'autres. On ne constate qu'aujourd'hui certains milieux professionnels sont plus propices à la constitution des réseaux qui facilitent la création d'entreprise Ainsi, pour Arocena. J : « la réussite de création d'entreprise est une affaire de réseaux. Beaucoup plus que tout autre considérations, la capacité du créateur à se situer dans l'environnement institutionnel sera la condition fondamentale de la réussite »²⁵.

d. Le milieu social au sens large : il peut être plus au moins favorable à l'esprit d'entreprise.

Plusieurs recherches ont étudié la relation qui existe entre la culture régionale, la religion, les facteurs sociologiques d'une manière générale et la création d'entreprise.

Ces contestations indiquent que certains individus ont plus de probabilités de créer des Entreprises que d'autres. Toutefois, certains antécédents et certaines caractéristiques semblent mieux préparer l'individu à prendre une décision orientée vers l'entrepreneuriat lorsque l'occasion se présente. La décision peut prendre aussi d'autres facteurs que nous allons voir.

3.2.2. Le niveau de faisabilité : (variable économiques) : plusieurs facteurs externes, Souvent indépendants de l'individu, influencent l'entrepreneuriat. Il est clair qu'il existe entre

²⁵ AROCENA. J (1984), cité par HERNANDEZ, E.M : « Entrepreneuriat : approche théorique », Edition L'Harmattan, Paris, 2000, p 69.

Ces facteurs une interaction qui crée des climats plus au moins favorables à la création D'entreprises. Gasse (2007) définit la faisabilité comme : « la faisabilité devient une fonction D'une série de perceptions positives par rapport à la présence et à l'accessibilité de moyens et De ressources pertinents à la création d'entreprise ²⁶»

Mais, dans le cas des pays en transition comme l'Algérie, la question qui se pose est de savoir si la présence de conditions environnementales favorables est suffisante pour un entrepreneuriat dynamique.

Pour créer son entreprise l'entrepreneur doit accéder à des ressources et parmi ces ressources l'accent est mis sur les ressources financiers et dans cette perspective belly (1990) indique : « nous n'avons identifié aucune recherche qui ne confirme l'importance de la disponibilité du capital et qui ne mentionne la carence de capital de démarrage comme étant inhibitive de la création de nouvelles entreprise »

L'Etat joue également un rôle déterminant dans le processus de création d'entreprises par les moyens dont il dispose tel que : programmes et dispositifs d'aide à la création des entreprises.

En effet, comme le signale Boutillier. S et Uzunidis. D : « l'action entrepreneuriale est In détachable de son environnement économique et technique et, bien sûr, de l'intervention de la puissance publique »

3.2.3. Le niveau de création : il est évident de signaler que la désirabilité et la faisabilité sont des conditions nécessaires mais insuffisantes pour la création des entreprises. Pour Gasse (2007)⁷⁰ pour passer à l'action, les entrepreneurs potentiels doivent réunir les moyens et les ressources pertinents au bon moment et au bon endroit, il recense les éléments suivants qui peuvent avoir une influence déterminante sur la création d'une entreprise :

a. L'organisation incubatrice : lorsqu'un entrepreneur crée une nouvelle entreprise, il quitte en général une organisation. Ainsi, il apparait évident que les caractéristiques de cette

²⁶ GASSE. Y, In PATUREL.R : « dynamiques entrepreneuriales et développent économique » Edition L'HARMATTAN, Paris, 2007, p 51.

Chapitre 01 : Entrepreneur et la création d'entreprise

Organisation influencent l'entrepreneuriat de différentes façons. Elle peut influencer sur L'emplacement par exemple.

b. La nature des entreprises : les organisations établies influencent également le type et la Nature des entreprises nouvellement créées. C'est le cas en particulier des entreprises de Haute technologie où les dernières connaissances dans le domaine technique et Commercial sont essentielles à la réussite.

c. Les facteurs déclencheurs : l'organisation d'origine semble aussi influencer les Motivations de l'entrepreneur. Plusieurs personnes ont créé des entreprises à la suite de Difficultés internes ou de changements dans l'organisation d'origine.

d. L'essaimage : l'essaimage joue un rôle important dans la création d'entreprise. Qui est un Choix délibéré d'un employeur d'appuyer par des mesures variables la création D'entreprises par ses employés.

e. La disponibilité des financements : les facteurs les plus mentionnés par les entrepreneurs Quant au passage concret de l'intention à la création d'entreprise, est la disponibilité de Fonds qui ressort souvent comme un élément prédominant. Il constitue un défi de taille Dans les pays émergents.

f. La présence d'un réseau d'aide : plusieurs pays dans l'optique de donner un souffle à Leurs économies ont mis en place des structures et des dispositifs d'encouragement à L'action entrepreneuriale. Très souvent ces institutions constituent des politiques publiques De développement de l'esprit d'entreprise soutenue par des fonds publics.

S'il n'existe pas de modèle universel du processus de la création d'entreprise, il est à noter que trois étapes de développement apparaissent déterminantes : l'éclosion d'une idée, L'élaboration d'un projet et la création de l'entreprise.

3.3. Les étapes de créations d'entreprise

Les étapes d'un projet de création d'entreprise sont suivantes

- Évaluation de l'opportunité.
- Conception et formulation du projet.
- Montage juridique et financement du projet.

- Lancement des activités.

3.3.1. Evaluation de l'opportunité de création d'entreprise

Transformer une idée en opportunité de création réalité nécessite de définir l'idée Initial le plus précisément possible.

Que vent-on vendre ? A qui veut- on vendre ? Quelle valeur cela peut –il apporter ? Pour y Répondre, il va falloir rechercher des informations recueillir l'avis et le conseil d'experts et de spécialité, tester l'idée auprès de personnes extérieures et analyser les contraintes inhérentes au projet.

Pour bien évaluer une opportunité de création d'entreprise il faut :

- Avoir un minimum créativité pour identifier, à partir d'une idée initiale, une bonne, Une bonne opportunité de la création.

- Maîtriser quelque concept et outils marketing pour réussir le passage d'une bonne Idée a un produit ou un service intègre dans une offre gagnante, c'est –à –dire Susceptible de conduire à la rentabilité de la future activité.

- l'analyse de situation et approche globale constituent des outils très efficaces pour Réaliser ce travail dévaluation

3.3.2. Conception et formulation du projet de création :

Après avoir identifié l'opportunité et défini les grandes lignes du projet, il faut tout Mettre en œuvre pour faire d'opportunité une activité économiquement rentable de jouable Et réaliste, le projet doit ce déplacé vers la position réalisable à ce stade, différentes études Doivent être conduites : l'étude industrielle, l'étude financière et les études juridiques. Toutes Ces études permettent de répondre aux nombreuses questions qui se posent et l'apporter de la matière à l'élaboration de l'offre, de la stratégie et du plan d'affaire ou business plan.

Chapitre 01 : Entrepreneur et la création d'entreprise

Ces études permettent également de positionner le projet, de le dimensionner et de formaliser une stratégie pertinente.

Les points clés de la conception d'un projet de création d'entreprise sont :

- Rechercher la meilleure adéquation possible créateur / projet de création et Entrepreneur / situation future.
- Etre clair sur la stratégie.
- Etre réaliste et pragmatique.
- Rechercher les cohérences, les complémentarités et la compatibilité a tous les Niveaux été entre acteur clés.
- Rechercher des avantages concurrentiels durables.

3.3.3. Montage juridique et financement du projet :

Le montage juridique est important, le choix d'une structure juridique à des Conséquences fiscale et sociales sur le créateur et sa famille, il est souhaitable de décider en Parfaite connaissances des tenants et des aboutissants. D'autre part, la sélection du statut juridique de l'entreprise doit être faite en fonction du contexte stratégique, financier et Humain.

Le financement est un aspect critique de la vie du projet, c'est de lui que vont Dépendre le lancement et le développement de l'activité. Il faut convaincre les investisseurs De l'opportunité et de la faisabilité du projet.

Quelques points à propos du montage juridique et du financement :

Avoir une parfaite connaissance du dossier.

- avoir une idée des cadres juridiques et fiscaux.
- ne pas sous-estimer ou négliger les aspects juridiques.

3.3.4. Lancement des activités :

Le lancement des activités démarre avec la mise en ordre de marché de l'entreprise, Pour cela, il est indispensable que tous les engagements pris par le créateur et ses Partenaires soient concrétisés. Pour réussir le lancement des activités il faut :

- ne pas perdre de temps.

- aller droit à l'essentiel : obtenir des clients et des commandes.
- bien utiliser ses ressources.
- suivre son business plan.
- avoir un tableau de bord avec quelques indicateurs et piloter réellement sa jeune Entreprise²⁷.

3.4. Analysez les contraintes de votre projet

Vous avez décrit de manière précise votre activité ? Vous savez quelle clientèle vous Rechercheriez en priorité ? Vous avez collecté un certain nombre d'informations ? Vous Êtes désormais en mesure de recenser l'ensemble des exigences du projet et de vérifier Qu'elles pourront bien être satisfaites.

Cette analyse est essentielle car les caractéristiques contraignantes repérées auront une Incidence sur :

- L'estimation des moyens à réunir (compétences, équipements, partenariats, Financements...).
- Les risques pouvant peser sur le projet.
- La faisabilité de celui-ci et sa probabilité d'être rentable.

Ce travail vous permettra de refaçonner votre idée de départ, pour évacuer ces contraintes ou trouver une parade.

Ce qui est évoqué ci-dessous n'est naturellement pas exhaustif : ce ne sont que quelques exemples destinés à vous inciter à creuser votre propre réflexion. Chaque projet est toujours un cas unique.

3.4.1. Les contraintes propres à la nature du produit ou du service

²⁷ MARC DUMENIL et CHRISTINE LHOTTE, la création d'entreprise « tout ce qu'il faut avoir pour réaliser son projet » 2 Edition mise à jour et enrichie, rue Saint-Denis, 75001 PARIS, mai 1999 : p74-p103

Chapitre 01 : Entrepreneur et la création d'entreprise

De par sa nature même, le produit ou le service que vous voulez vendre peut induire des contraintes spécifiques. Il convient donc de les repérer, afin de les réduire ou de les Éliminer. Un produit peut être difficile à réaliser, avec beaucoup d'aléas technologiques. C'est le cas des innovations, pour lesquelles on constate fréquemment des retards par Rapport à la planification initiale, retards pouvant engendrer des difficultés financières...

Dans un tel cas, il faut réfléchir à la façon de trouver les partenaires fiables, de réaliser tous Les tests et préséries nécessaires, d'obtenir les moyens financiers indispensables pour lancer l'entreprise au bon moment, etc.

– Un produit ou service peut être difficile à distribuer, car nécessitant, par exemple, la Contribution de différents prescripteurs et/ou intermédiaires.

Il convient alors de vérifier que leur collaboration sera vraiment possible, en obtenant leur accord de principe.

– Un produit ou service peut être difficile à comprendre spontanément par l'acheteur Potentiel.

Ce serait le cas, par exemple, d'un nouveau produit d'assurance-maintenance-intervention à domicile pour les particuliers, avec différentiels et de prestataires.

Pour un tel produit, il faut prendre en compte l'importance et la multiplicité des besoins en marketing, en prospection et en communication.

3.4.2. Les contraintes liées au marché

Le marché que vous visez a priori peut présenter des particularités, qu'il convient de Discerner dès maintenant de manière à prévoir les moyens appropriés. Exemples :

Etat du marché :

- le marché est-il : à créer ?
- en démarrage ?
- en fort développement ?
- mature ?

Chapitre 01 : Entrepreneur et la création d'entreprise

– en déclin ? Etc.

Supposons qu'il soit à créer : vous devrez prendre en compte les problèmes de lenteur de Réaction du marché et d'investissements en termes de communication ou de prospection. De même il faut savoir que vous essuieriez peut-être les plâtres pour d'autres, qui attendront que vous ayez prouvé l'existence du « filon » pour arriver avec des capitaux Importants ; vous devrez alors avoir prévu les moyens à mettre en œuvre pour « devenir la Référence ».

Barrières à l'entrée : Selon les cas, l'entrée sur le marché nécessitera :

- une capacité de production importante (ex : pour traiter avec les grandes surfaces),
- des autorisations, diplômes, agréments (ex : pour les activités très réglementées),
- des introductions (ex : pour atteindre les bons interlocuteurs dans les grandes Entreprises),
- du temps et de l'argent (ex. pour se faire référencer dans certains circuits de Distribution),
- la réduction de la marge commerciale (ex : en cas de marché très concurrentiel),
- une étude approfondie de rentabilité (ex : en cas de marché étroit), etc. Autres caractéristiques :

– Votre marché est-il :

- Atomisé ? (Problème de coûts pour atteindre ces clients : risque de charges fixes Trop élevées par commandes unitaires trop faibles ?)
 - trop large ? (Nécessité d'une stratégie pour limiter ses cibles)
 - peu solvable ou très risqué ? (Nécessité d'une assurance-crédit, risque d'impayé Fatal ?)
 - versatile ? (Besoin d'une présence commerciale forte ? d'approvisionnements Limités mais très rapides ?)
 - peu réactif (délai de décision lent : l'utilisateur n'est pas l'acheteur qui n'est pas le Décideur Æ grands comptes, collectivités territoriales) ?
 - à délais de paiement longs (grande distribution, collectivités...)
- Les habitudes des consommateurs génèrent-elles des afflux ? ("heures de pointe" ; les Installations et la gestion de l'effectif devront en tenir compte)
- Y a-t-il un risque de réaction de concurrents disposant de gros moyens ?
- Risquez-vous de vous trouver en présence d'une concurrence déloyale ou occulte (Contrebande, contrefaçon, travail au noir...)?

3.4.3. Les contraintes de moyens

La réflexion que vous avez menée jusqu'à présent vous a sans doute conduit à reconsidérer Certains points de votre projet. Vous allez devoir à présent identifier les moyens Nécessaires pour le faire aboutir.

L'analyse des « contraintes de moyens » découle donc logiquement de l'analyse des Contraintes du produit (ou service) et de l'analyse des contraintes du marché visé a priori.

Moyens humains :

- Vous devrez peut-être constituer une équipe dirigeante. Assurez-vous que chaque Associé fondateur a la même vision du projet que vous-même. N'y-a-t-il pas de Risques de doublons ? Serez-vous vraiment complémentaires dans les fonctions et les Responsabilités ?
- Vous devrez peut-être également faire appel à des compétences particulières. Seront-elles faciles à trouver ? Nombre d'entreprises se plaignent des difficultés qu'elles Rencontrent pour trouver des collaborateurs dans certaines spécialités. Il peut donc Être utile de faire le point sur le marché local de l'emploi avec les bureaux d'emploi.
- Devrez-vous recruter une force de vente ? Quel peut en être le délai et le coût ?
- etc.

Moyens techniques :

- Devrez-vous recourir à des investissements lourds engendrant obligatoirement des Pertes de démarrage pendant plusieurs exercices ? (les ressources financières seront à Trouver en conséquence).
- Les équipements nécessaires à votre activité sont-ils actuellement disponibles et Fiables ?
- En cas de besoin de machines spéciales, pourrez-vous trouver le constructeur sûr ?
- Serez-vous contraint d'engager des partenariats technologiques ou commerciaux ou De faire appel à la sous-traitance ? Cela risque-t-il d'induire un rapport de force avec Ces partenaires ou sous-traitants ?
- Quelle logistique spécifique devrez-vous mettre en place ?
- Devez-vous anticiper sur des normes à venir ?

– etc.

Moyens financiers :

Évaluez, de manière approximative :

– le coût de vos investissements de départ (sans oublier le coût des "dépôts et Cautionnements" à fournir)

– votre Besoin en Fonds de Roulement : en utilisant, à ce stade, le BFR moyen de la Profession fourni par des organismes professionnels, les Centres de Gestion Agréés, les documentations éditées sur le secteur concerné, ou par un calcul réaliste mais Sommaire.

– les pertes certaines pour les premiers exercices, si cela devrait être le cas.

– Votre capacité financière sera-t-elle suffisante ? Devrez-vous recourir à des Emprunts ? Votre capacité d'emprunt est-elle en rapport avec les besoins de votre Projet ? Le potentiel de votre projet peut-il intéresser des apporteurs de capitaux ?

Etes-vous conscient qu'il vous faudra peut-être accepter l'arrivée de tiers dans le Capital de votre entreprise ?

3.4.4. Les contraintes de réglementations

De leur existence peuvent dépendre la faisabilité et la viabilité de votre projet.

Disposez-vous de l'expérience professionnelle ou du diplôme requis pour l'exercice de Votre activité ?

Pourrez-vous obtenir les autorisations exigées (licence, certification, agrément,...) ?

Avez-vous vérifié que votre activité n'est pas en cours de réglementation. Une nouvelle Réglementation peut sensiblement élever le coût initial d'un projet et de facto son point Mort.

Si vous êtes salarié (ou si vous l'étiez il y a peu), votre contrat de travail contient-il une Clause restrictive pour exercer l'activité projetée ?

Votre projet est-il soumis à une contrainte de garantie induisant un besoin financier ?

(Obligation de fournir une caution financière professionnelle)²⁸.

. Conclusion

²⁸ BERRAH. K, BOUKRIF. M « la problématique de la création des entreprises : une application sur la PME Algérienne » présenté à la conférence internationale sur l'économie et gestion des réseaux <http://emmet.univie.ac.at/> (consulté le 20 Août 2020)

Chapitre 01 : Entrepreneur et la création d'entreprise

Ce chapitre a permis de resituer les origines de la recherche en entrepreneuriat. Dans un premier temps, lors de la revue de la littérature sur l'émergence et l'évolution Du concept d'entrepreneur, nous avons opté pour une lecture historique. L'origine de ce Concept remonte aux économistes classiques, Cantillon et Say, puis connaît son Effacement avec Smith, Ricardo, Marshall, Marx, pour se repositionner au premier plan Avec Schumpeter, qui a redonné à l'entrepreneur ses lettres de noblesse. Une multitude de figures ont été plaquées sur l'entrepreneur, depuis les économistes classiques Jusqu'aux auteurs contemporains, ce qui a montré qu'il n'existe pas une définition Unanime de l'entrepreneur.

Il faut retenir aussi qu'il est maintenant reconnu que la promotion de l'entrepreneuriat Chez les jeunes entrepreneurs est motivée par de nombreuses bonnes raisons. L'entrepreneuriat intervient comme une solution étendue qui peut guérir tous les maux de la Société, elle présente plusieurs avantages possibles qui permettent d'alimenter les motivations D'un jeune pour devenir entrepreneur. Un avantage évident et probablement important est la Création d'un emploi pour le jeune et de rompre avec le chômage comme contrainte Dégradante. Les difficultés dans le secteur de l'emploi auxquelles sont confrontées les jeunes Ont des conséquences négatives non seulement pour les jeunes en cause, mais pour l'ensemble de la société.

Chapitre II :

***L'analyse des résultats de l'enquête
portant sur les motivations : cas de la
wilaya de Bejaia***

Chapitre 02 : l'analyse des résultats de l'enquête portant sur les motivations.

INTRODUCTION

L'entrepreneuriat est devenu aujourd'hui un enjeu majeur pour la quasi-totalité des pays.

Les divers avantages qu'il génère justifient amplement l'intérêt grandissant qu'il suscite. Par ailleurs, à côté de sa contribution dans la création d'emploi et du renouvellement du tissu économique, l'entrepreneuriat peut apporter de l'intérêt aux individus qui peuvent trouver dans des situations entrepreneuriales et plus particulièrement la création d'entreprise des sources de satisfaction.

En Algérie comme les autres pays, les petites et moyennes entreprises constituent la grande partie du tissu économique.

La création des PME ne cesse d'augmenter dans la ville de Bejaia surtout à partir de l'année 2000 suite aux mesures d'accompagnement apportées par l'état algérienne.

Dans ce présent chapitre, nous allons également présenter la méthodologie utilisée dans ce travail, expliquer la démarche concernant les objectifs de l'enquête et son déroulement, la conception et le contenu de questionnaire, l'échantillon étudié, la collecte des données ainsi que les principaux résultats trouvés.

Section 01 : Méthodologie de la recherche

1.1 Méthodologie et organisation de recherche

1.1.1 L'échantillon étudié

Pour les besoins de notre travail, nous avons mené une enquête auprès d'un échantillon de 35 entreprises en élaborant un questionnaire regroupant une série de questions relatives à notre étude visant des dirigeants propriétaires de PME dans la wilaya de Bejaïa.

L'enquête de terrain a été réalisée le mois d'Aout 2020. Nous avons récupéré les 35 questionnaires des entrepreneurs contactés, seulement 30 sont exploitables ce qui représente un taux de réponse de 85,71%. Le reste (soit 5 questionnaires) ont fait l'objet de non réponse ou mal remplis, chose qui nous a obligé à les éliminer de notre étude, vu le manque de leur crédibilité. Parmi les difficultés rencontrées par les enquêteurs, la non disponibilité de certains entrepreneurs, le refus de certains de coopérer avec nous, la non-conformité de quelques

questionnaires et l'absence des entreprises sur le terrain : soit que l'entreprise n'existe plus à l'adresse communiquée, soit qu'il s'agit d'un domicile, soit que l'entrepreneur a cessé l'activité. Notre choix de la dimension de cet échantillon s'appuie sur les critères suivants : - la disponibilité des entrepreneurs à répondre à notre questionnaire. - la représentativité des secteurs d'activités existant dans la wilaya de Bejaia. - le nombre attractif de création d'entreprises dans cette localité.

Nous avons opté pour la méthode aléatoire. Ce choix s'explique essentiellement par le fait que l'échantillon a été constitué de façon à éviter les non réponses, réduire les coûts de l'enquête ainsi que ses délais.

1.1.2 Objectifs de l'enquête

Cette enquête vise à identifier les motivations des porteurs de projets à lancer une entreprise, ainsi que les facteurs essentiels déterminants leur choix de se lancer en affaires.

1.1.3. Questionnaire

Le questionnaire est une méthode (le questionnaire d'auto-administration) dans laquelle l'enquêté est seul devant le questionnaire et c'est à lui de le remplir.

Notre questionnaire se compose d'une vingtaine de questions, il contient des questions fermées à réponse unique à savoir 10 questions, et 7 questions à choix multiple. Pour le répondant, il est plus facile et plus rapide de répondre à des questions dirigées. Par ailleurs, nous avons posé quelques questions ouvertes pour enrichir les propositions et avoir des réponses précises.

Le questionnaire est divisé en trois parties :

→ **Axe 01 : l'identification de l'entrepreneur** ; s'intéresse à l'identification des entrepreneurs, leurs origines et leurs antécédents avant la création de leurs entreprises.

→ **Axe 02 : les motivations entrepreneuriales** ; Cette section a pour but de voir les ambitions et les raisons réelles ayant poussé l'entrepreneur à la création de son entreprise et les facteurs qui sont à l'origine du choix du secteur d'activité.

→ **Axe 03 : l'entreprise** ; Cette dernière section consiste à déterminer et cerner les différents problèmes et contraintes rencontrés par les entrepreneurs lors de création de leur entreprise.

1.1.4 Le déroulement du questionnaire :

L'enquête a été lancée au début du mois d'août 2020. Pour remplir le questionnaire, nous avons suivis plusieurs méthodes. En premier temps, le questionnaire a été transmis par le biais d'internet (Facebook, E-mail...etc.), cette méthode a été choisie par rapport à la situation de notre pays à cause de la propagation du coronavirus ou le confinement nous a empêché de nous déplacer pour un entretien en « face à face » avec les propriétaires d'entreprise.

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

1.1.5 Traitement des questionnaires :

Nous avons choisi un traitement informatisé pour un meilleur traitement de données. Les questionnaires ont été vérifiés et codifiés pour constituer une banque de données à partir de laquelle des statistiques ont pu être opérées à l'aide du langage Microsoft Excel.

En recensant les statistiques qui nous permettent d'analyser notre base de données à travers les tableaux de fréquence et les graphes, et enfin à faire sortir les résultats et réponses à propos des questions qu'on avait posées au départ.

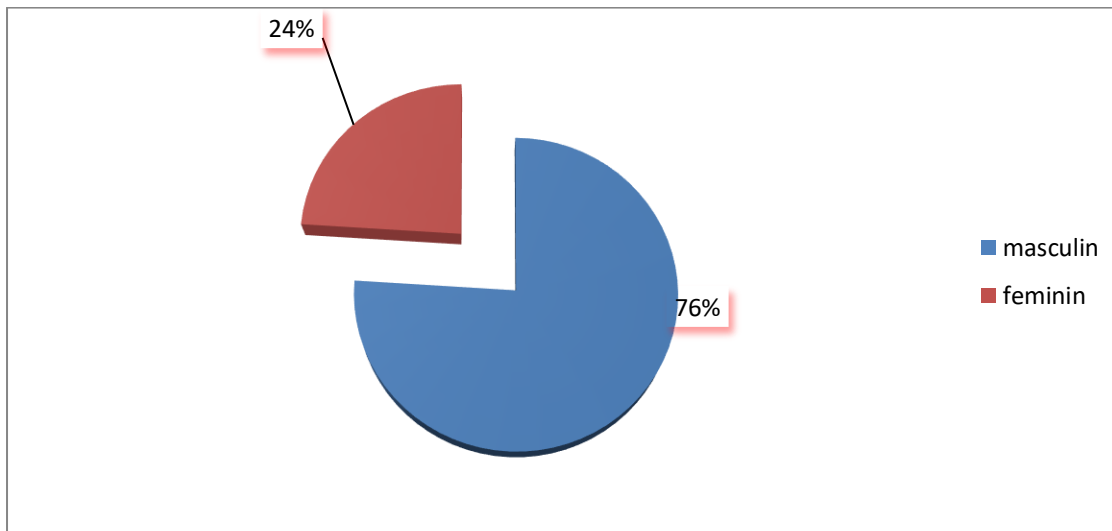
Ayant ainsi présenté les démarches méthodologiques de notre enquête, nous procéderons à la présentation et l'analyse des résultats de l'enquête de terrain qui fera l'objet de la seconde section

Section 02 : Analyse des résultats

2.1. Identification de l'entrepreneur

2.1.1. Répartition des entrepreneurs par sexe

Figure n°1 : Répartition de l'échantillon par sexe

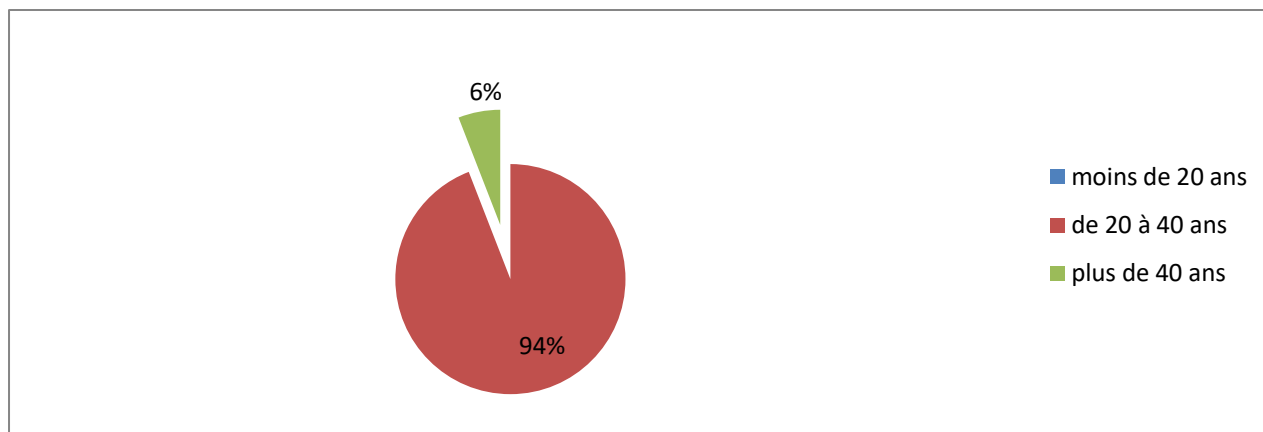


Source : établie par auteur des données de l'enquête

A la lecture de cette figure, nous pouvons dégager que les hommes représentent 76% de notre échantillon, soit 23 des 30 entrepreneurs interviewés, le reste, soit 24% représente les femmes-entrepreneurs. Ceci montre que la fonction de l'entrepreneur reste une activité propice aux hommes. Par contre la société algérienne ne facilite pas l'intégration des femmes dans un milieu pareille.

2.1.2. L'âge des créateurs d'entreprises

Figure n°2 : représentation de la répartition de l'échantillon en fonction de l'âge des entrepreneurs à la création de leur entreprise

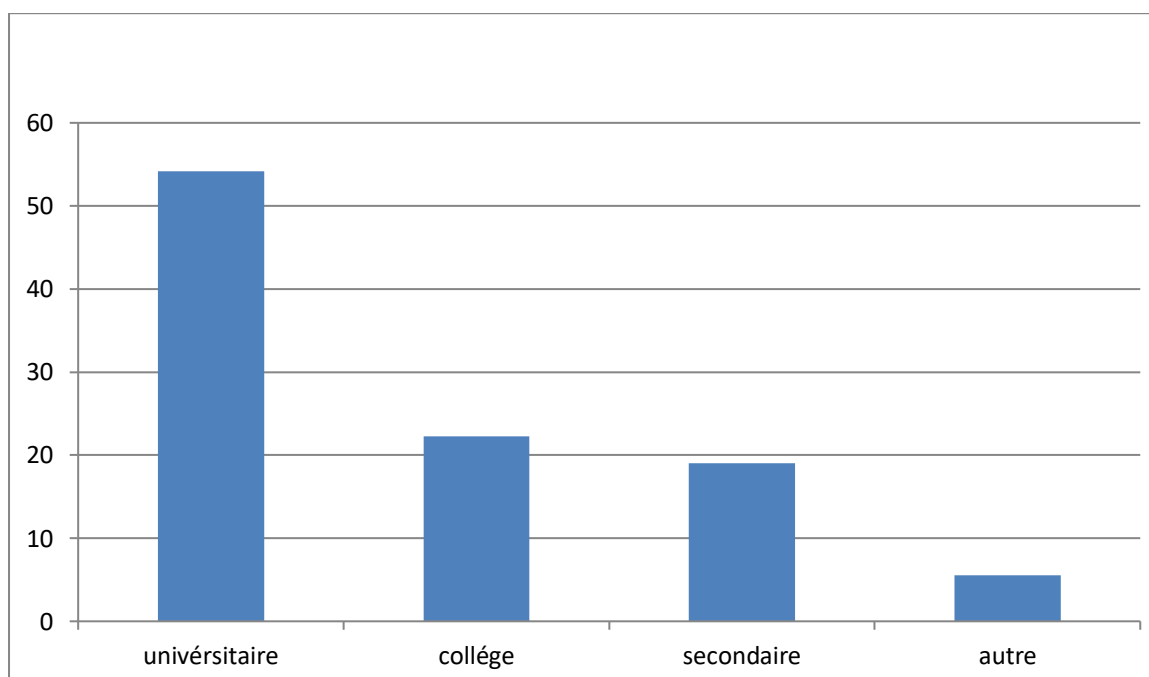


Source : établie par auteur a partir des données de l'enquête.

La figure n°2 représente les tranches d'âge des entrepreneurs au moment de la création de leur entreprise, on remarque que 94,1% étaient dans la tranche d'âge qui s'étend entre 20 à 40 ans, puisque les plus jeunes manquent d'expérience et de financement et les plus âgés ont des obstacles professionnels et familiaux et ils représentent 5,9% de notre échantillon.

2.1.3. Niveau d'instruction

Figure n°3 : représentation graphique par niveau d'instruction



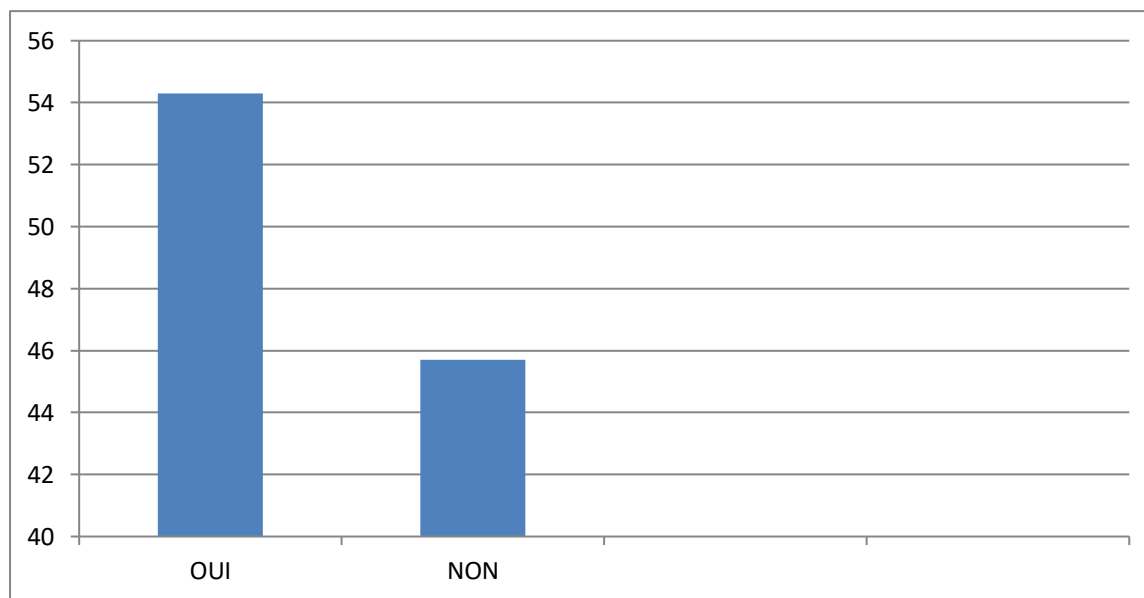
Source : établie par auteur a partir des données de l'enquête

Les informations fournies par la figure ci-dessous montrent que 54,2% soit 16 entrepreneurs sont des universitaires suivis par ceux qui ont un diplôme de collège avec un pourcentage de

22,3% soit 7 entrepreneurs et 18,5% soit 5 entrepreneurs ont un diplôme secondaire, les 5,5% qui reste sont des entrepreneurs qui ont acquis de l'expérience sur le terrain.

2.1.4. Origines et antécédents de l'entrepreneur

Figure n°4 : représentation graphique de la répartition des entrepreneurs en fonction de l'expérience professionnelle comme employé

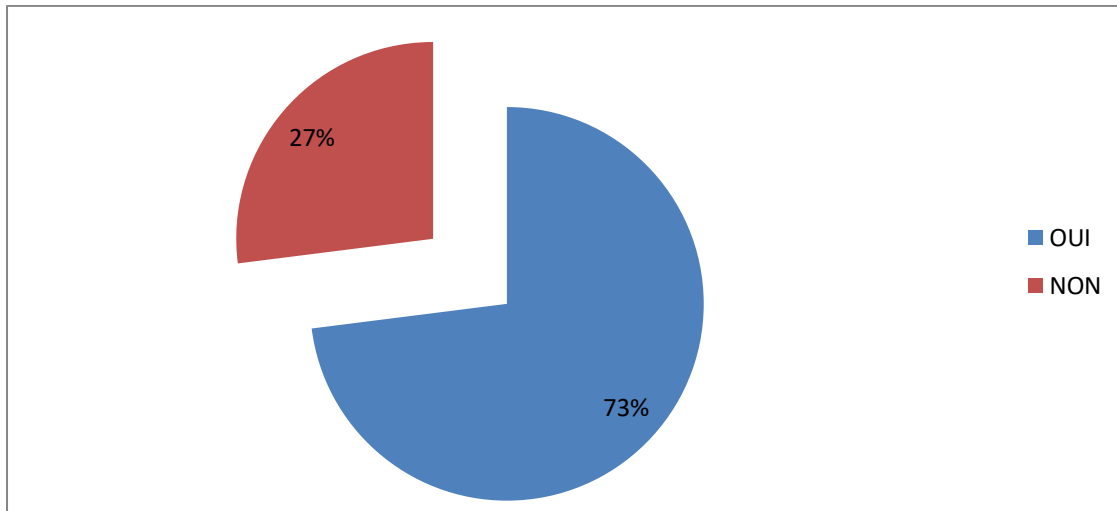


Source : établie par auteur a partir des données de l'enquête.

D'après les données recueillies et représentées dans la figure n°4, nous observons que 16 entrepreneurs soit 54,3% avaient déjà une expérience professionnelle comme employé avant de créer leur entreprise, et 14 entrepreneurs soit 45,7% de notre échantillon se sont directement lancés dans l'entrepreneuriat sans passer par un poste de travail. Donc on remarque que le nombre d'entrepreneurs qui se sont lancés avec de l'expérience est plus élevé que ceux qui se lancent sans expérience professionnelle, cela s'explique par le fait que l'expérience professionnelle a un rôle important dans l'entrepreneuriat, a commencé par motivation à la création d'entreprise, l'acquisition des compétences et connaissances nécessaires pour la création et le pilotage de l'entreprise

2.1.5. La situation professionnelle avant la création d'entreprise

Figure n°5 : représentation graphique de la répartition des entrepreneurs en fonction de l'importance de l'expérience dans la création d'entreprise.

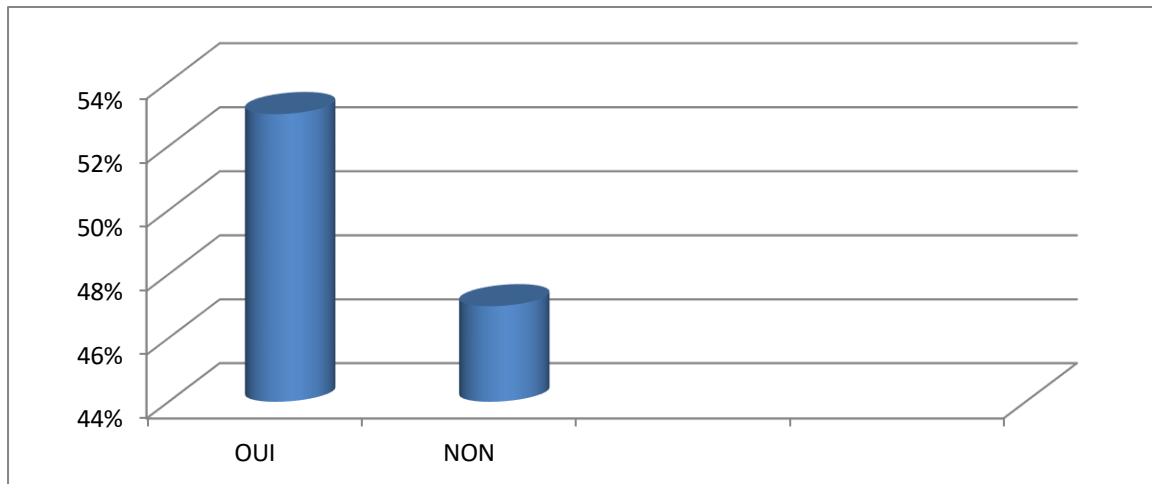


Source : établie par auteur a partir des données de l'enquête

Les informations fournis par la figure ci-dessous nous montrent que 27% soit 8 entrepreneurs n'ont pas été impactés par l'expérience dans la volonté de créer leur entreprises, et on a 73% soit 22 entrepreneurs où l'expérience a joué un rôle important dans la création de leur entreprise.

2.1.6. Le rôle principal de l'expérience professionnelle dans la création d'entreprise.

Figure n°6 : représentation graphique de la répartition des entrepreneurs en fonction de la relation entre leur antécédent professionnelle et leur secteur d'activité.



Source : établie par l'auteur a partir des données de l'enquête.

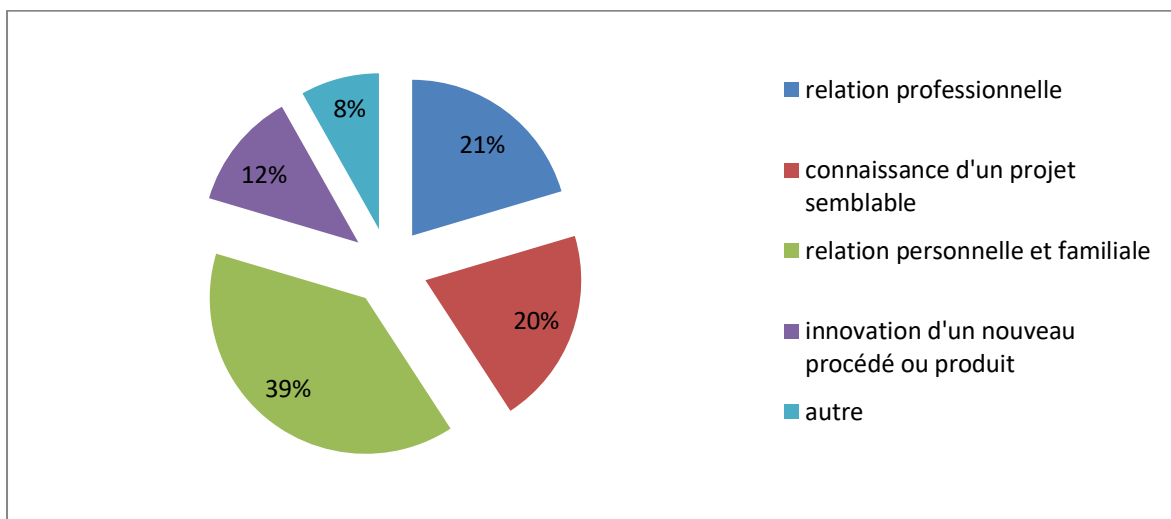
Les informations ci-dessous nous montrent que 16 entrepreneurs soit un taux de 53% ont déjà travaillé dans le même secteur d'activité avant de lancer leurs entreprises, et 14 entrepreneurs soit un taux de 47% n'ont pas travaillé dans le même secteur d'activité avant lancer leurs entreprises.

Partie 02 : Les motivations entrepreneuriales

2.2. Présentation des motivations entrepreneuriales

2.2.1. L'origine de l'idée de création

Figure n°7 : Représentation graphique de la répartition des entrepreneurs selon l'origine de l'idée de création.



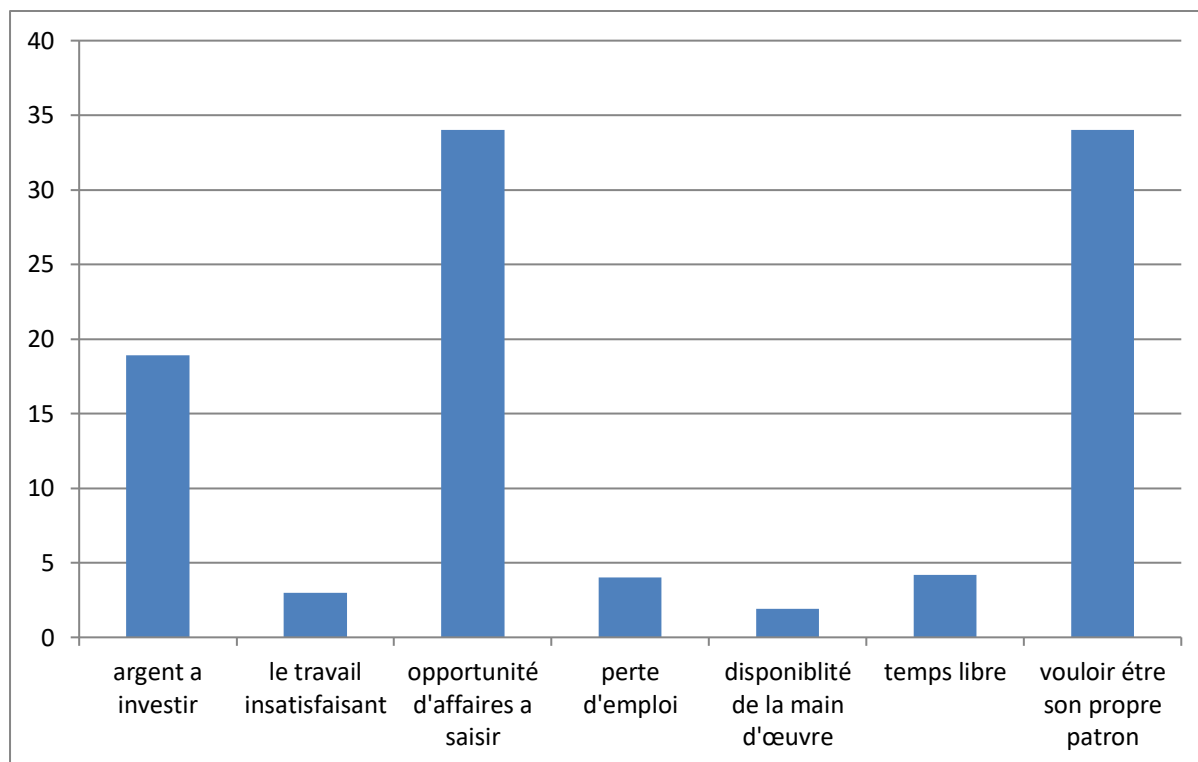
Source : établie par l'auteur a partir des données de l'enquête.

Il y'a plusieurs raison qui sont a l'origine de la création des entreprises des enquêtés. Ainsi nous constatons que l'appui de la famille et l'entourage et très apparents avec un taux de 39%. Ceci affirme que l'entrepreneur ne peut réussir seul mais il appartient à un milieu qui le fait évoluer, les relations professionnelles aide le porteur de projet à avoir accès un certains savoirs, capitaux, clients,... etc. ce qui justifie un taux de réponse de 21% et « la connaissance d'un projet semblable » qui représente un taux de 20%.

12% des interviewés déclarent que l'innovation d'un nouveau procédé ou produit est à l'origine de l'idée de lancement de projet. La réponse « autre » avec 8% ont répondu que l'idée de la création était l'imitation.

2.2.2 Les situations qui ont déclenché le processus de création.

Figure n°8 : représentation graphique des situations qui ont déclenché le processus de création.

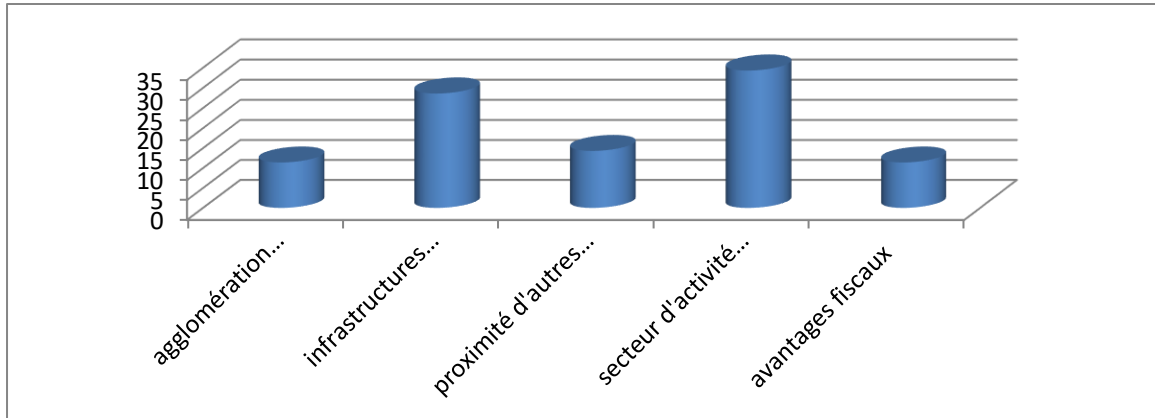


Source : établie par l'auteur a partir des donnée de l'enquête

Les informations fournies par la figure ci-dessous, indique que 34% des enquêtés soit 10 entrepreneurs veulent être leur propre parton et le même taux est observé pour le facteur « opportunité d'affaire à saisir ». Nous observons également que 18,9% entrepreneurs ont lancé leur entreprise parce qu'ils avaient de l'argent a investir, 4,2% des entrepreneurs ont lancé leur entreprise parce qu'ils avaient du temps libre et le même taux est observé pour le facteur « perte d'emploi » , 3% des entrepreneurs ont déclarer qu'ils avaient un travail insatisfaisant et c'est ce qui les a pousser a créé leur entreprise, et le reste des entrepreneurs de notre échantillon soit 4% ont choisi le facteur « perte d'emploi ».

2.2.3. Les opportunités environnementales favorisant la création

Figure n°9 : représentation graphique des opportunités environnementales favorisant la création

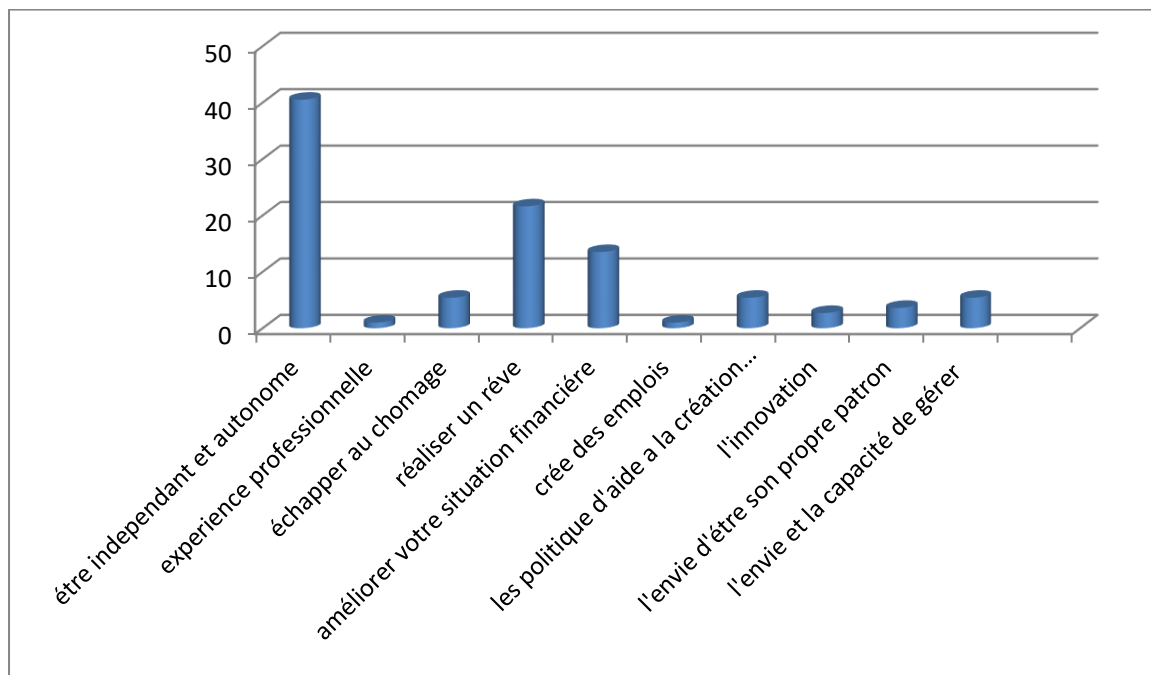


Source : établie par auteur a partir des données de l'enquête.

Du point de vue environnemental, notre enquête se concentre autour des opportunités offertes. Cinq choix ont été proposés. Les répondants évaluent le secteur d'activité vierge comme le facteur le plus dominant dans la création des entreprises enquêtés avec un taux de 34,3% soit 10 entrepreneurs. Quant aux infrastructures développées elle représente un taux de 28,6% soit 8 entrepreneurs, 14,3% soit 4 entrepreneurs ont choisi le facteur « proximité d'autres activités » et pour les facteurs « agglomération urbaine » et « avantages fiscaux » elles représentent 11,4% chacune soit 4 entrepreneurs.

2.2.4. Les facteurs motivant la création d'entreprise

Figure n°10 : représentation graphique des facteurs de motivation des entrepreneurs



Source : établie par auteur à partir des données de l'enquête

Le besoin d'indépendance et d'autonomie est considéré comme étant le facteur de base dans la création d'une nouvelle entreprise. Chose qui se confirme auprès de notre échantillon au vu des résultats obtenus avec un taux de réponse de 40,5%. 21,6% soit 6 entrepreneurs ont affirmé avoir créé leur entreprise pour réaliser un rêve. L'amélioration de la situation financière est citée en troisième lieu par 4 entrepreneurs soit 13,5%. Talonné par « échapper au chômage », « l'envie et la capacité de gérer » et « la politique d'aide à la création d'entreprise » qui représente 5,4% pour chacune. Les motivations entrepreneuriales « expérience professionnelle » « crée des emplois » « l'innovation » « l'envie d'être son propre patron » représente respectivement 1% ; 1% ; 2,6% ; 3,6%

2.3. L'entreprise

2.3.1. Localisation des entreprises

Tableau n°1 : répartition des entreprises selon leur localisation

Localisation	Fréquence	Pourcentage %
Bejaia ville	20	68%
Amizour	1	5%
El kseur	3	8%
Akbou	6	19%

Source : établie par auteur a partir des données de l'enquête.

Selon les informations fournis par le tableau ci-dessous on remarque que la majorité des entreprises sont situées à Bejaia ville et Akbou qui représentent respectivement 68% ; 19% et cela se justifie par la présence importante de population et d'infrastructure favorisant la création et le développement d'une entreprise, 8% soit 3 entreprises sont situées à El kseur et 5% se trouvent à Amizour.

2.3.2. Année de création

Tableau n°2 : Répartition des entreprises selon leur date de création

Année	Fréquence	Pourcentage %
2000-2005	6	20%
2005-2010	8	26,67%
2010-2015	12	40%
2015-2020	4	13,33%

Source : établie par auteur a partir des données de l'enquête

D'après le tableau ci-dessous on remarque que entre l'année 2010-2015 on a un taux élevé par rapport aux autres années avec un taux de 40% soit 12 entreprises et cela s'explique par le fait que les entrepreneurs découvrent les mesures d'accompagnement apportées par l'état algérienne, talonné par les entreprises créées entre 2005-2010 avec un taux de 26,67%, de 2000 à 2005 on remarque un taux de création de 20% soit 6 entreprises, et entre les années 2015-2020

on remarque un taux de 13,33% cela se justifie par la réduction des mesures d'accompagnement apportées par l'état.

2.3.3. Secteur d'activité

Tableau n°3 : Répartition des entreprises selon le secteur d'activité

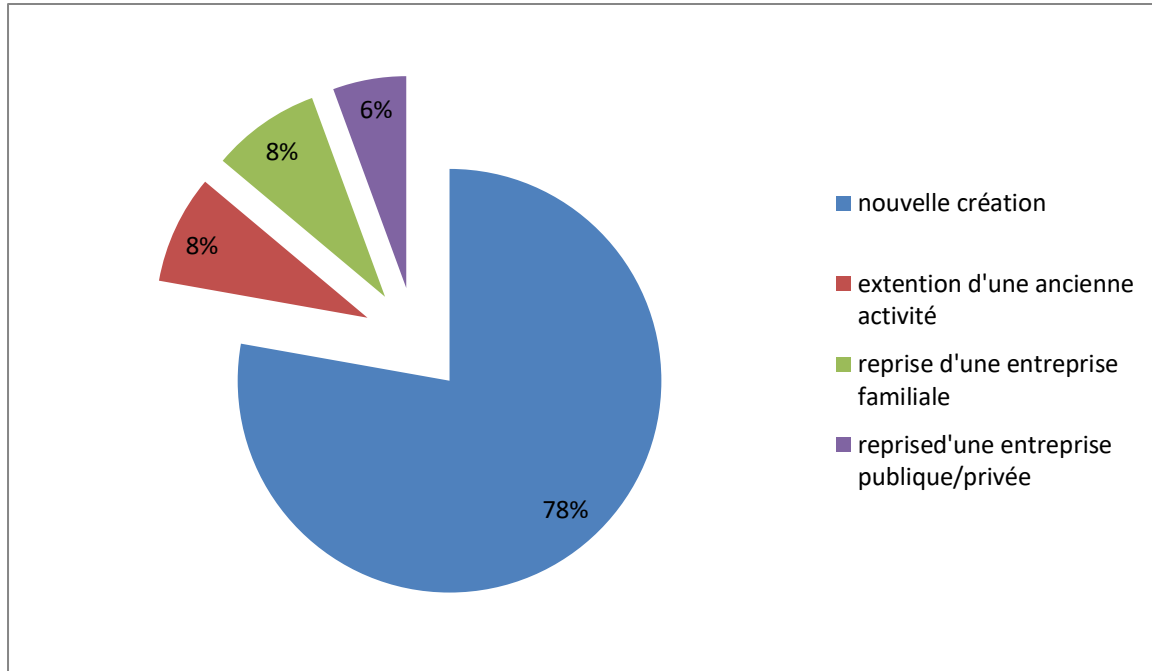
Secteur d'activité	fréquence	Pourcentage %
Agroalimentaire	13	43,33%
Informatique	4	13,33%
Artisanat	10	33,33%
Logistique	3	10%

Source : établie par l'auteur à partir des données de l'enquête

D'après les informations fournis par le tableau ci-dessous on remarque que le secteur le plus dominant est l'agroalimentaire avec un taux de 43,33% soit 13 entreprises, suivi par le secteur de l'artisanat qui représente 33,33% de notre échantillon, et pour le secteur informatique et logistique représentent respectivement 13,33% soit 4 entreprises et 10% soit 3 entreprises.

2.3.4. La nature de création d'entreprise.

Figure n°11 : représentation graphique de la répartition des entrepreneurs selon la nature de création de l'entreprise.

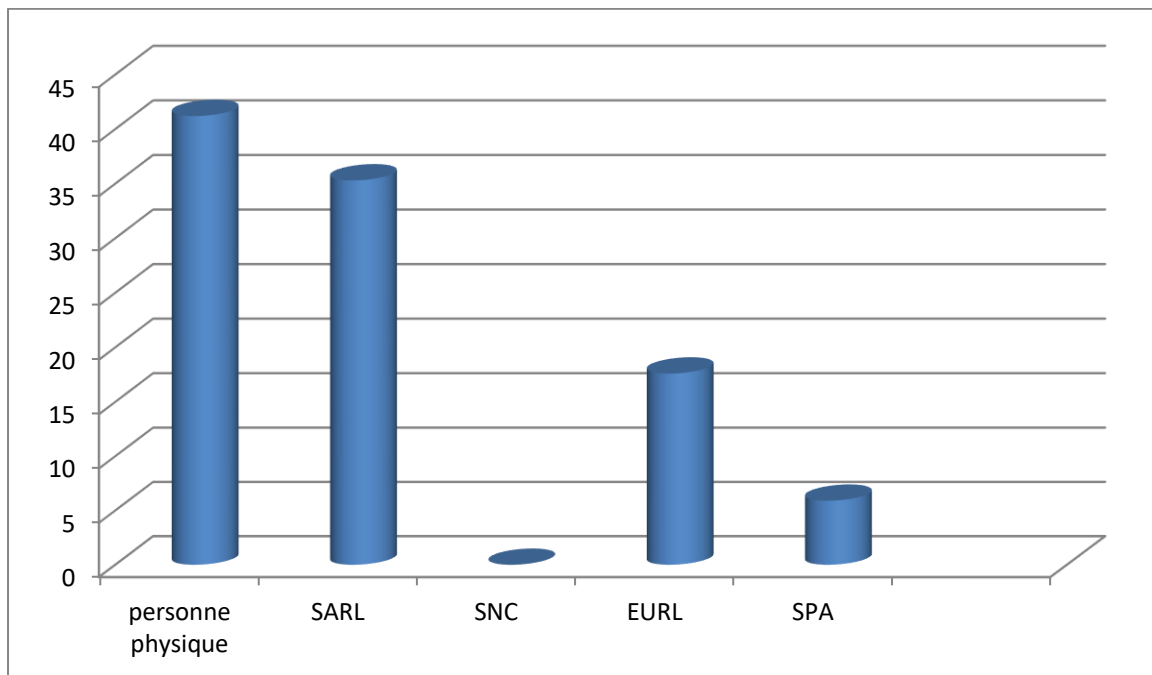


Source : établie par auteur a partie des données de l'enquête

Les informations de la figure ci-dessous nous montre que 78% soit 23 entrepreneurs ont créé une nouvelle entreprise, 8% soit 2 entrepreneurs ont repris une entreprise familiale et c'est le même taux pour ceux qui ont effectué une extension d'une ancienne activité et pour ceux qui ont repris une entreprise publique ou privé on retrouve un taux de 5,6% soit 3 entrepreneurs.

2.3.5. Forme juridique

Figure n° 12 : représentation graphique de la forme juridique



Source : établie par l'auteur a partir des données de l'enquête

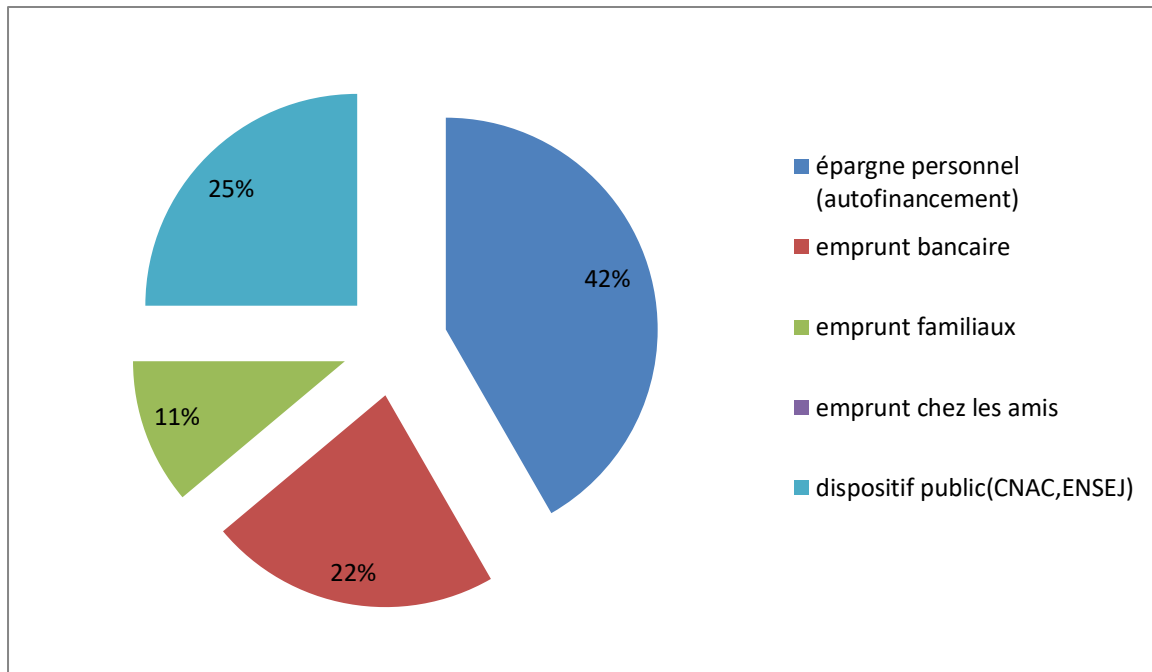
Les informations obtenus dans la figure n°12 illustrent que la majorité des entreprise enquêtés sont des entreprise individuelles avec un taux de 41,2% soit 12 entreprise cela s'explique par la facilité de rentrer dans les affaires en créant des micros entreprise.

La forme SARL (société a responsabilité limitée) représente 35,3% alors que la SPA (société par action) et l'EURL (entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée) sont représentées par 5,9% et 17,6% du total de l'échantillon.

Tandis que la SNC n'est pas présente dans notre échantillon.

2.3.6. La structure du financement

Figure n°13 : représentation graphique de la répartition des entreprises selon la structure de financement initiale



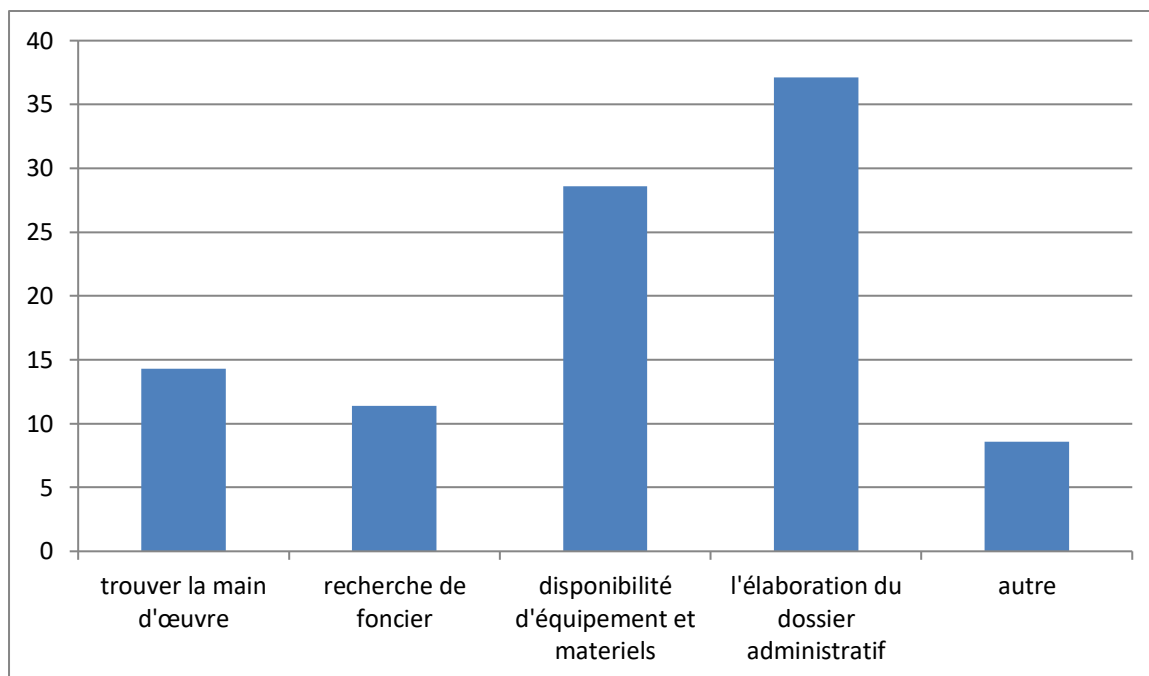
Source : établie par l'auteur a partir des données de l'enquête.

La lecture de la figure n°13 montre que la majorité, soit 42% des entrepreneurs ont eu recours a l'épargne personnelle (autofinancement) pour financer leur projet. En effet, les entrepreneurs ont plutôt recouru au dispositif publique (CNAC, ENSEJ) 25% soit 8 entrepreneurs, à l'emprunt bancaire 22%, soit 6 entrepreneurs, à un emprunt familiale avec une proportion de 11%, soit 3 entrepreneurs.

Tandis que l'Emprunt chez les amis est absent dans notre échantillon.

2.3.7. Difficultés rencontrées

Figure n°14 : représentation graphique de la difficulté rencontrée lors de la création d'entreprise.

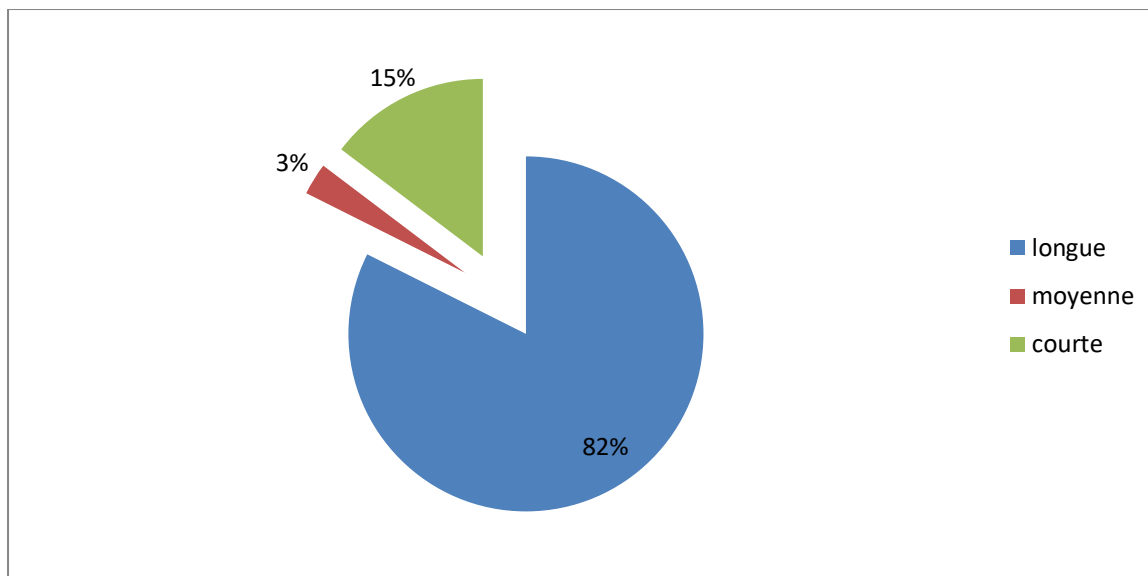


Source : établie par l'auteur à partir des données de l'enquête.

A partir des résultats présentés dans la figure n°14, nous constatons que 37,1% ont eu des difficultés à élaborer le dossier administratif, 28,6% soit 9 entrepreneurs ont déclaré qu'ils ont eu un problème de disponibilité d'équipement et de matériels, la proportion de ceux qui ont des difficultés pour trouver la main d'œuvre est de 14,3% soit 4 entrepreneurs, 11,4% des entrepreneurs ont eu des difficultés dans la recherche de foncier et 8,6% restant ont eu d'autre problème pendant la création de leur entreprise.

2.3.8. Durée de création.

Figure n°15 : représentation graphique de la durée de création.



Source : établie par l'auteur a partir des données de l'enquête

Les résultats de notre enquête, présentés dans la figure n°15, montrent que la majorité des entrepreneurs enquêtés, soit 82% (25 entrepreneurs) affirment que la durée de création de leurs entreprises était longue, dont la moitié sont ceux ayant rencontré des difficultés dans l'élaboration du dossier administratif qui est causé par une lourdeur de traitement des dossiers, alors que 15% (4 entrepreneurs) estiment que la durée de la création était courte, et 2% soit un entrepreneur estime que la durée de la création était moyenne.

2.3.9. L'avis des interrogés sur la vie entrepreneuriale et leurs propositions pour épargner certains problèmes

La majorité des entrepreneurs enquêtés trouvent que la vie entrepreneuriale est comme ils l'imaginaient ils ont pu atteindre un besoin d'accomplissement personnel et sont devenus autonomes financièrement et ont échappé au chômage.

Et ils affirment aussi que si c'était à refaire ils effectueraient quelques changements pour éviter certains problèmes connus au cours de la création de l'entreprise ou au moment où l'entreprise est active, comme faire appel à un bureau de consulting spécialisé pour l'élaboration du dossier administratif et aussi choisir son secteur d'activité par rapport à la disponibilité d'équipement et matériels.

Conclusion

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

A travers ses motivations, son itinéraire professionnel, ses origines sociales, le type de création que l'entrepreneur fait, on pourrait voir les caractéristiques de l'entrepreneur de la wilaya de Bejaïa, c'est-à-dire ce qui a contribué à la formation de la personnalité et de l'esprit d'entreprise de l'entrepreneur.

Les entrepreneurs enquêtés sont généralement de sexe masculin, d'âge mûr entre 20ans et 40ans. Dans la plupart des cas, ils sont à la fois propriétaires et gérants de leurs entreprises. Leur niveau d'étude est élevé pour la majorité malgré qu'il y ait une proportion importante qui n'a qu'un niveau collège. Ils ont acquis suffisamment d'expérience et de savoir-faire dans le même secteur que celui où ils créent leurs entreprises.

Cette dynamique du secteur privé, à travers notre échantillon, est due pour une large part à une insuffisance de travail, et la disponibilité d'affaire à saisir.

Notre étude montre que les relations familiales et personnelles des entrepreneurs sont à l'origine de l'idée de création du projet. De plus, le fait d'avoir dans la famille des modèles d'entrepreneurs (parents, frères) constitue un facteur déterminant dans l'engagement dans le domaine des affaires.

A travers notre enquête, nous n'avons constaté que la plupart des entrepreneurs investie dans des secteurs offrant des taux de rentabilité élevés. Les entreprises enquêtées se caractérisent globalement par leur petite taille (TPE ou micro entreprise) grâce aux dispositifs d'appui, elles sont nouvellement créées ou le nombre le plus élevé était entre l'année 2010 et 2015 et même entre 2005 et 2010 avec 40% du total enquêtés. Leur forme juridique dominante est l'entreprise individuelle et la SARL.

Il ressort de cette enquête que la plupart des entrepreneurs ont un fort sentiment d'indépendance et d'autonomie et la volonté d'être le chef de son entreprise. Cette caractéristique est considérée comme le motif le plus motivant pour se lancer en affaire. Il est à noter que les caractéristiques les plus importantes pour réussir en affaires est savoir gérer et avoir un réseau relationnel.

Conclusion générale

Conclusion générale :

A l'issue de ce travail, nous avons essayé d'apporter des réponses pour notre question principale à savoir : « **quels sont les motivations qui poussent un individu à créer ou à se lancer dans L'entrepreneuriat ?** ». Tout d'abord, nous avons présenté l'entrepreneur en tant que principal acteur du phénomène d'entrepreneuriat, les caractéristiques ainsi que les différentes typologies d'entrepreneurs qui existent, en second lieu les théories qui nous permettent de comprendre les raisons pour lesquelles l'individu est motivé pour créer une entreprise. Par la suite nous avons abordé le projet de création d'entreprise.

Puis nous avons identifié et caractérisé l'entrepreneur privé de la wilaya de Bejaia à partir des résultats d'une enquête que nous avons réalisé auprès d'un échantillon de 35 entrepreneurs privés de la région. Plus précisément, nous avons interrogé sur le profil personnel de l'entrepreneur, ses origines sociales, ses trajectoires professionnelles, ses motivations et les déterminants de son action et enfin les principales contraintes entravant son acte de création.

Pour ce faire, nous avons élaboré un éclairage théorique sur le concept entrepreneuriat et celui de l'entrepreneur dans le but d'expliquer sa capacité dépend de sa personnalité, de ses ambitions, motivations, Formations, compétences, profil psychologique et enfin un entourage ou un environnement Socioculturelle, Il se distingue par sa volonté de création d'entreprise qui est issue de son Profil psychologique. (Hypothèse 1 vérifié)

A la lumière des résultats de notre enquête, il semble que c'est à partir des années 2010 que la majorité des entreprises de notre échantillon ont été créées. Les entreprises individuelles et la SARL sont les formes juridiques les plus fréquentes. De plus, il apparait que la majorité de ces entreprises ont été financé grâce à leur épargne personnelle. Et nous n'avons constaté que la plupart des entrepreneurs investie essentiellement dans les secteurs : dans lequel ils possèdent un savoir-faire et une expérience antérieurs. (Hypothèse 3 vérifié)

Selon le Bulletin d'information statistique de la PME, mars 2012. La wilaya de Bejaia occupe la quatrième position au niveau national en termes de présence et de création d'entreprises. En effet, elle dispose d'un tissu industriel important où toutes les branches d'activités sont présentes. La capacité de création d'entreprises est pour chaque pays, la résultante de nombreux facteurs liés aux opportunités et les potentialités individuelles, à l'environnement économique, aux interventions de l'Etat et aux aspects culturels de la création d'entreprise.

Conclusion générale

Il ressort de notre enquête que les entrepreneurs en majorité écrasante sont des hommes, ayant un âge mûr entre 20 et 40 ans. Dans la plupart des cas, ils sont à la fois propriétaires et gérants de leurs entreprises.

Il est à noter que l'appui de la famille et l'entourage et très apparents, Ceci affirme que l'entrepreneur ne peut réussir seul mais il appartient à un milieu qui le fait évoluer, voire décisif, dans l'émergence de l'idée d'entreprendre. En effet, la majorité des entrepreneurs ont affirmé que les relations familiales et personnelles sont à l'origine de l'idée de la création du projet.

Il ressort également de notre étude que le niveau d'études des entrepreneurs est élevé pour la majorité. Ils effectués des études universitaires. Ils ont déclaré avoir acquis suffisamment d'expérience et de savoir-faire dans le même secteur que celui où ils ont créé leurs entreprises qui leur permettent d'acquérir et de perfectionner des techniques de production, et une maîtrise du métier, ainsi que la possibilité de tisser différents réseaux.

Cette dynamique du secteur privé, à travers notre échantillon, est due pour une large part à une insuffisance de travail, et la disponibilité d'affaire à saisir. Notre étude montre que les enquêtes sont motivées, principalement, dans leur acte entrepreneurial par la recherche d'autonomie, et l'amélioration de la situation financière et la volonté de réaliser le rêve. (Hypothèse 2 vérifiée)

En ce qui concerne l'implantation géographique, l'échantillon révèle une forte concentration spatiale des entreprises enquêtées au niveau de secteur d'activité et les infrastructures de base par la suite la proximité d'autres activités.

Cette concentration se justifie par le fait que les potentialités territoriales favorisent la création d'entreprise et leur développement. La majorité des entreprises choisissent de s'installer près des entreprises clientes pour leur faciliter l'écoulement de la production. Ce qui renvoie à l'importance de la proximité géographique dans les choix de localisation.

Enfin, La majorité des entrepreneurs enquêtés trouvent que la vie entrepreneuriale est comme ils l'imaginé ils ont pu atteindre un besoin d'accomplissement personnel et sont devenu autonome financièrement et ont échappé au chômage. Et ils affirment aussi que si c'était à refaire ils effectueraient quelques changements pour éviter certains problèmes.

Conclusion générale

Nous souhaitons que ce travail, à travers ce modeste mémoire, contribue dans le domaine de la recherche sur l'entrepreneuriat, et apportera une goutte de connaissance dans la mer que représente ce champ de recherche.

On peut difficilement généraliser les données et résultats obtenus pendant notre enquête vu le contexte socioéconomique qui est différent d'une région à une autre.

Nous souhaitons que ce modeste mémoire contribuera dans le domaine de l'entrepreneuriat et motivera des jeunes à créer leur propre entreprise.

Quels sont les motivations qui poussent un individu à créer ou à se lancer dans L'entrepreneuriat ?

Annexes

Je suis étudiant à l'université de Abderrahmane mira de Bejaia, je réalise actuellement une étude sur l'entrepreneur. Cette étude s'inscrit dans le cadre de la réalisation d'un mémoire en master en science de gestion option : entrepreneuriat, faculté SEGC (université de Bejaia).

Pour ce faire, je me permets de vous adresser ce questionnaire qui va nous aider à mieux comprendre les motivations de l'entrepreneur. Je tiens à vous assurer que les réponses seront totalement anonymes, et les résultats strictement confidentiels.

Réalisée DJOUADI Youcef sous la direction du professeur CHABI TAYEB.

Identification de l'entrepreneur :

1. Sexe :

- Masculin
- Féminin

1. Age à la création de votre entreprise

- Moins de 20 ans
- De 20 à 40 ans
- 40 ans et plus

• diplôme obtenu ?

- Universitaire
- Collégial

- Secondaire
- Autres, précisez

I.2.Origines et antécédents de l'entrepreneur :

- Avez-vous auparavant occupé un poste de salarié dans une entreprise ?
 - Oui
 - Non
- Si oui, cette expérience a-t-elle joué un rôle important dans votre volonté de créer votre propre entreprise ?
 - Oui
 - Non
- Avez-vous déjà travaillé dans le même secteur d'activité avant de lancer votre entreprise ?
 - Oui
 - Non

• Partie 02: les motivations entrepreneuriale

- Comment avez-vous eu l'idée de créé votre entreprise ?
 - Relations professionnelles
 - Connaissance d'un projet semblable
 - Relation personnelle et familiale
 - Innovation d'un nouveau procédé ou produit
 - Autres, précisez.....
- Selon vous, qu'est ce qui a déclenché le processus de création de votre entreprise ?
Les politiques d'aide à la création d'entreprise
 - Argent à investir

- Travail insatisfaisant
- Opportunité d'affaire à saisir
- Perte d'emploi
- Disponibilité de la main d'œuvre
- Temps libre
- Vouloir être son propre patron
- Autre, précisez.....

• Les opportunités environnementales favorisant la création ?

- Agglomération urbaine importante
- Infrastructures développées
- Proximité d'autres activités
- Secteur d'activité vierge
- Avantages fiscaux
- Autres, précisez.....

• Quels sont les facteurs qui ont motivé la création de votre entreprise ?

- Etre indépendant et autonome
- Expérience professionnelle
- Echapper au chômage
- Réaliser un rêve
- Améliorer votre situation financière

- Créer des emplois

- Les politiques d'aide à la création d'entreprise

- L'innovation

- L'envie d'être son propre patron
- L'envie et la capacité de gérer et diriger
- Autres, précisez

• **Partie 03: l'entreprise**

- Lieu de localisation de votre entreprise ?
- L'année de création ?.....
- Secteur d'activité de votre entreprise ?
- Quelle est la nature de création de votre entreprise ?
 - Nouvelle création
 - Extension d'une ancienne activité
 - Reprise d'une entreprise familiale
 - Reprise d'une entreprise publique/privée
- Forme juridique
 - Personne physique
 - SARL
 - SNC
 - EURL
 - SPA
 - Autres, précisez.....
- Quelle est la structure de financement initiale de votre entreprise ? (réponse multiple)
 - Epargne personnel (autofinancement)

- Emprunt bancaire
- Emprunt familiaux
- Emprunt chez les amis
- Dispositifs publics (CNAC, ANSEJ,)

- Avez-vous rencontré des difficultés lors de la création de votre entreprise ?

- Trouver de la main d'œuvre
- Recherche de foncier
- Disponibilité d'équipement et matériels
- L'élaboration du dossier administratif
- Autres, précisez.....

- Est-ce que la durée de création était ?

- Longue
- Courte

- La vie d'entrepreneur que vous connaissez aujourd'hui correspond-t-elle à ce que vous imaginiez ? Et si c'était à refaire, que feriez-vous pour vous épargner certains problèmes que vous avez connus ?

.....
.....
.....

Bibliographie

Bibliographie

Ouvrage :

ALAIN Fayolle, « le métier de créateur d'entreprise », édition, d'organisation 2003

AROCENA. J (1984), cité par HERNANDEZ, E.M : « Entrepreneuriat : approche théorique », Edition Le Harmattan, Paris, 2000, p 69.

Cantillon, Richard(1755) essai sur la nature de commerce en générale. LONDON: Macmillan.

Cachon J, « Entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi », p19.

Cachon J, « Entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi », p19.

Cachon J, « Entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi », P 33.

Capron. H, « Entrepreneuriat et création d'entreprises, facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise », édition de Boeck, Paris, 2009, p 59

Fayolle A, « Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre », édition DUNOD, Paris, 2004, p65

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

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

Gasse Y, « l'influence du milieu dans la création d'entreprises », Centre d'Entrepreneuriat et de PME. Québec, université Laval, 2003, P52.

GASSE. Y, In PATUREL.R : « dynamiques entrepreneuriales et développement économique » Edition Le HARMATTAN, Paris, 2007, p 51.

Julien P et Marchesnay, « l'entrepreneuriat », Economica, Paris, 1996, p53-54

JULIEN. P-A et MARCHESNAY. M (1996), op. cit, p 23.

Say, J-B, An Austrian perspective on the history of Economic thought (1995), volume 2, and chapter 1

Schumpeter, Joseph Alois (1976) capitalisme, socialisme and democracy, routledge. ISBN 978-0-415-10762-4

Bibliographie

Schumpeter, Joseph Alois (1934), *the theory of economic development : An Inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Transaction publishers. ISBN 978-0-87855-698-4.

Articles :

ARAB DALILA et DJERBA KATIA « L'entrepreneure et les motivations de création d'entreprise : cas de la commune de Bejaia », p1

BERRAH. K, BOUKRIF. M « la problématique de la création des entreprises : une application sur la PME Algérienne » présenté à la conférence internationale sur l'économie et gestion des réseaux

Thèses et mémoires :

Jadroun sofiane & moumen achraf, *teme l'entrepreneuriat et les motivations a la création des entreprises*, APRIL 19, 2018 ESTO, département management, p 16-20

Manuels et rapports :

Bulletin d'information statistique de la PME, mars 2012.

Site internet :

<http://emmet.univie.ac.at/>

www.création-entreprise.fr

www.wikipedia.org

*Liste des figures et
tableaux*

Liste des figures

Figure n°01 : Répartition de l'échantillon par sexe	39
Figure n°02 : Représentation de la répartition de l'échantillon en fonction de l'âge des entrepreneurs a la création de leurs entreprises	39
Figure n°03 : Représentation graphique par niveau d'instruction	40
Figure n°04 : Représentation graphique de la répartition des entrepreneurs en fonction de l'expérience professionnelle comme employé	41
Figure n°05 : Représentation graphique de la répartition des entrepreneurs en fonction de l'importance de l'expérience dans la création d'entreprise.....	42
Figure n°06 : représentation graphique de la répartition des entrepreneurs en fonction de la relation entre leur antécédent professionnelle et leur secteur d'activité.....	43
Figure n°07 : Représentation graphique de la répartition des entrepreneurs selon l'origine de l'idée de création	44
Figure n°08 : représentation graphique des situations qui ont déclenché le processus de création.....	45
Figure n°09 : Représentation graphique des opportunités environnementales favorisant la création.....	46
Figure n°10 : Représentation graphique des facteurs de motivation des entrepreneurs.....	47
Figure n°11 : représentation graphique de la répartition des entrepreneurs selon la nature de création de l'entreprise.....	50
Figure n° 12 : représentation graphique de la forme juridique.....	51
Figure n°13 : représentation graphique de la répartition des entreprises selon la structure de financement initiale	52
Figure n°14 : représentation graphique de la difficulté rencontrer lors de la création d'entreprise.....	53
Figure n°15 : représentation graphique de la durée de création.....	54

Liste des tableaux

Tableau n°01 : répartition des entreprises selon leur localisation.....	48
Tableau n°02 : répartition des entreprises selon leur date de création.....	48
Tableau n°03 : répartition des entreprises selon le secteur d'activité.....	49

Table des matières

Table des matières

Remerciements

Dédicaces

Liste des abréviations

Sommaire

Introduction générale01

Chapitre I : Entrepreneur et la création de l'entreprise05

Introduction05

Section 01 : Concept de base typologie et la théorie de l'entrepreneur05

1.1. Notion de l'entrepreneur06

1.1.1 Définition de l'entrepreneur06

1.1.2. Caractéristiques09

1.1.2.1. Caractéristiques démographiques09

1.1.2.2. Caractéristiques psychologiques10

1.1.3 Un bon et un mauvais entrepreneur12

1.1.3.2 Un mauvais entrepreneur13

1.2. Typologie d'entrepreneur14

1.2.1. Les figures typologiques proposées dans la littérature entrepreneuriale14

Section 02 : Les motivations de l'entrepreneur16

2.1. Définition de la motivation16

2.2.1. Motivations psychologique18

2.2.2. Motivation sociologiques et culturels20

2.2.3. Motivations économiques22

Section 03 : projet création d'entreprise.....23

3.1. La création d'entreprise : définitions et intérêt.....23

3.2. Influences de la décision de la création d'entreprise.....24

3.2.1. Le niveau de désirabilité.....24

3.2.2. Le niveau de faisabilité.....26

3.3. Les étapes de créations d'entreprise.....27

Table des matières

3.3.1. Evaluation de l'opportunité de création d'entreprise.....	28
3.3.2. Conception et formulation du projet de création.....	28
3.3.3. Montage juridique et financement du projet.....	29
3.3.4. Lancement des activités.....	29
3.4. Analysez les contraintes de votre projet.....	30
3.4.1. Les contraintes propres à la nature du produit ou du service.....	31
3.4.2. Les contraintes liées au marché.....	31
3.4.3. Les contraintes de moyens.....	33
3.4.4. Les contraintes de réglementations.....	34
Conclusion	35
Chapitre II : l'analyse des résultats de l'enquête portant sur les motivations.....	36
Introduction	36
Section 01 : Méthodologie de la recherche.....	36
1.1 Méthodologie et organisation de rechercher	36
1.1.1. L'échantillon étudié	36
1.1.2 Objectifs de l'enquête.....	37
1.1.3 Questionnaire	37
1.1.4 Le déroulement du questionnaire.....	38
Section 02 : Analyse des résultats	38
2.1. Identification de l'entrepreneur.....	39
2.1.1. Répartition des entrepreneurs par sexe.....	39
2.1.2. L'âge des créateurs d'entreprises	39
2.1.3. Niveau d'instruction.....	40
2.1.4. Origines et antécédents de l'entrepreneur.....	41
2.1.5. La situation professionnelle avant la création d'entreprise.....	42

Table des matières

2.1.6. Le rôle principal de l'expérience professionnelle dans la création d'entreprise.....	43
2.2. Présentation des motivations entrepreneuriales	44
2.2.1. L'origine de l'idée de création	44
2.2.2. Les situations qui ont déclenché le processus de création... ..	45
2.2.3. Les opportunités environnementales favorisant la création	46
2.2.4. Les facteurs motivant la création d'entreprise	47
2.3. L'entreprise.....	48
2.3.1. Localisation des entreprises	48
2.3.2. Année de création	48
2.3.3. Secteur d'activité	49
2.3.4. La nature de création d'entreprise.	50
2.3.5. Forme juridique	51
2.3.6. La structure du financement	52
2.3.7. Difficultés rencontré	53
2.3.8. Durée de création.....	54
2.3.9. L'avis des interrogés sur la vie entrepreneuriale et leurs propositions pour épargner certains problèmes	54
Conclusion	55
Conclusion générale	56
Annexes	
Bibliographie	
Liste des figures	
Liste des tableaux	
Table des matières	

Résumé

Mon travail se base sur les motivations qui poussent l'entrepreneur à créer une entreprise, soit par les différents dispositifs d'aide à la création d'entreprise et de soutien aux investissements ou par leurs épargnes personnelles, dans la wilaya de Bejaia.

Suivant la partie théorique que j'ai retenue et l'enquête de terrain effectué, Et j'ai constaté que la plupart des entrepreneurs investissent essentiellement dans les secteurs : dans lequel ils possèdent un savoir-faire et une expérience antérieure, l'appui de la famille et l'entourage et très apparents. Ainsi que l'expérience professionnelle auparavant, plus particulièrement l'expérience dans le même secteur d'activité qui permet l'accumulation de savoir-faire et des compétences nécessaires.

Mots clés : entrepreneur, entrepreneuriat, entreprise, création d'entreprise, motivations, caractéristiques des entrepreneurs, PME.

Abstract :

My work is based on the motivations that push the entrepreneur to create a business, either through the various devices to help the creation of the business and support for investments or through their personal savings, in the wilaya of Bejaia.

According to the theoretical part that I retained and the field survey carried out. And I have found that most entrepreneurs invest mainly in sectors: in which they have know-how and previous experience, support from family and entourage and very apparent. As well as previous professional experience, more particularly experience in the same sector of activity which allows the accumulation of know-how and necessary skills.

Key words : Entrepreneur, entrepreneurship, business, business creation, motivations, characteristics of entrepreneurs, SMEs