

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA-BEJAIA

Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et Sciences de Gestion

Département des Sciences Commerciales



جامعة بجاية
Tasdawit n Bgayet
Université de Béjaïa

Mémoire de fin de cycle

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

Option : Entrepreneuriat

Thème

**Les déterminants de l'intention entrepreneuriale cas :
des entrepreneurs de la willaya de Bejaïa.**

Réalisé par :

Belattaf Tarik

Barkou Nadjim

Encadré par :

Mme LAHLOU Hafsa

Promotion 2020 / 2021

Remerciements

*Avant tout, on remercie le grand Dieu de nous avoir
Donnée le courage, la patience et la volonté afin d'aboutir à
L'accomplissement de ce travail*

*ON tient à exprimer nos sincère gratitude à notre promotrice Mme
LAHLOU Hafsa, d'avoir accepté d'assurer la direction de ce
mémoire. On la remercie pour sa présence et sa disponibilité, et
pour le temps qu'elle nous a consacré.*

*On S'adresse aussi nos remerciements aux membres du jury qui
ont accepté de juger ce travail.*

*On tient à remercier le personnel de la bibliothèque de notre faculté
pour leur écoute et leur disponibilité.*

*On tient à exprimer nos sincères remerciements à tous nos
camarades de la section pour tous les bons moments vécus
ensemble !*

DEDICACES

Je dédie ce modeste travail

✚ *Tout d'abord et avant tout, à mes très chers parents, pour leurs soutiens et leurs sacrifices tout au long de ma vie.*

✚ *À mes chers frères et sœurs et leurs familles.*

✚ *Ma fidèle compagne Leaticia.*

✚ *À mes grands-parents.*

✚ *À tous mes chers amis.*

✚ *Je tien à remercier spécialement Amine Hassasoui pour son aide à la réalisation de ce travail et toutes les personnes de près ou de loin qui m'ont motivé toute au long de mes études.*

Nadjim

DEDICACES

Je dédie ce modeste travail

✚ *A mon cher père qui a toujours été là pour moi, ma mère, ma sœur, ma fidèle compagne Feriel pour leurs soutiens et leurs sacrifices tout au long de ma vie.*

✚ *Mes cousins et mon grand-père qui sont décédés récemment.*

✚ *A tous mes amis et de la faculté*

✚ *A tous mes chers amis de Takrietz, Nabil, Marcelo, Azedine, Idris ... très nombreux pour citer leurs noms.*

✚ *A tous ceux qui m'ont aidé durant ma vie universitaire*

✚ *Je remercie spécialement Hassaoui Amine, Cixx Mohand Pour leur contribution à la réalisation de ce mémoire.*

Tarik

Liste Des Abréviations

| Abréviations | Significations |
|---------------------|---|
| ANDI | Agence nationale de développement de l'investissement |
| ANGEM | Agence nationale de gestion du microcrédit |
| ANSEJ | Agence nationale de soutien et de l'emploi des jeunes |
| CAP | Croissance, Autonomie, Pérennité |
| CNAC | Caisse nationale d'assurance chômage |
| EURL | L'entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée |
| PME | Petite moyenne entreprise |
| PMI | Petite ou moyenne industrie |
| SARL | Société à responsabilité limitée |
| PIC | Pérennité, Indépendance, Croissance |

Liste des tableaux

Liste des tableaux

| | |
|---------------------|--|
| Tableau n°01 | Les compétences requises et acquises du processus entrepreneurial |
| Tableau n°02 | des statistiques du nombre d'entreprises publiques et privées en Algérie 2004-2010 |
| Tableau n°03 | indicateurs de mesure de la taille des PME. |
| Tableau n°04 | caractéristiques des entrepreneurs assignées par les spécialistes |
| Tableau n°05 | Résumé des points essentiels des motivations de l'entrepreneur |
| Tableau n°06 | Le déroulement du processus de l'événement entrepreneurial selon la trajectoire de vie de l'entrepreneur |
| Tableau n°07 | Éléments de l'enquête |
| Tableau n°08 | Répartition de la nature de l'activité de l'échantillon |
| Tableau n°09 | Date de création des entreprises enquêtées |
| Tableau n°10 | Représentation du niveau d'instruction des entrepreneurs |
| Tableau n°11 | L'impact de la formation universitaire sur l'entrepreneuriat |
| Tableau n°12 | Domaines d'études des entrepreneurs |
| Tableau n°13 | Formation des entrepreneurs |
| Tableau n°14 | Formation en création d'entreprise |
| Tableau n°15 | Motivation à la création d'entreprise |
| Tableau n°16 | Facteurs d'investissement selon l'entrepreneur |
| Tableau n°17 | Degrés de soutien des autorités à l'entrepreneuriat |
| Tableau n°18 | Degré du désir d'utilisation des dispositifs ANSEJ, ANGEM, CNAC |
| Tableau n°19 | Degré d'être favorable à la création d'entreprise dans son environnement |
| Tableau n°20 | Degré de facilité à la création de son entreprise à la fin des études |
| Tableau n°21 | Qualification de la création d'entreprise étant à la fin de ses études |
| Tableau n°22 | L'accès facile au financement |

Liste des figures

Liste des figures

- Figure n°01** forme juridique du processus de création d'entreprise
- Figure n°02** L'opportunité en mode linéaire, d'après Shan
- Figure n°03** Le domaine de l'entrepreneuriat sens large
- Figure n°04** la théorie du comportement planifié
- Figure n°05** Théorie du comportement planifier : résultat de plusieurs recherches empiriques.
- Figure n°06** Intention envers le comportement entrepreneurial
- Figure n°07** Un modèle de formation d'organisation
- Figure n°08** représentation de la nature de l'activité de l'échantillon étudié
- Figure n° 09** secteurs d'activité des entreprises étudiées
- Figure n°10** Représentation graphique des dates de création des entreprises enquêtées
- Figure n°11** représentation du niveau d'instruction des entrepreneurs de l'échantillon
- Figure n°12** représentation de l'impact de la formation universitaire sur l'entrepreneuriat
- Figure n°13** représentation du domaine d'études des entrepreneurs
- Figure n°14** La formation des entrepreneurs en création d'entreprise
- Figure n°15** Les motivations personnelles à la création d'entreprise
- Figure n°16** Les facteurs de motivations externes à la création d'entreprise
- Figure n°17** représentation de la nécessité de l'information pour un projet d'entrepreneuriat allant de moins important au plus important
- Figure n°18** représentation du degré de l'intérêt des autorités à l'entrepreneuriat
- Figure n°19** l'apport des dispositifs à l'aide à l'investissement
- Figure n°20** représentation graphique des entreprises qui ont des filiales à l'intérieur et à l'extérieur du pays
- Figure n°21** degré d'être favorable à la création d'entreprise dans son environnement
- Figure n°22** représentation de la facilité de créer son entreprise étant à la fin de ses études
- Figure n° 23** : Représentation de L'accès aux financements pour l'échantillon de l'entreprise

Sommaire

| | |
|--|-----------|
| Introduction générale | 01 |
| | |
| Chapitre 1 : L'entrepreneuriat : Cadre théorique, conceptuel, et contextuel..... | 04 |
| Introduction : | 04 |
| Section 01 : Définition et processus de l'entrepreneuriat | 04 |
| Section 2 : L'importance de l'entrepreneuriat dans le développement économique Territorial | 19 |
| Section 03 : L'entrepreneuriat en Algérie..... | 23 |
| Conclusion :..... | 29 |
| | |
| Chapitre II : L'entrepreneur : rôle, caractéristiques et motivations..... | 31 |
| Introduction:..... | 31 |
| | |
| Section 01 : Entrepreneur principal acteur de l'entrepreneuriat..... | 31 |
| Section 02 : Les caractéristiques de l'entrepreneur | |
| Section 03 : L'intention entrepreneuriale | 43 |
| | |
| Conclusion :..... | 58 |
| | |
| Chapitre III : Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des entrepreneurs des entreprises de la wilaya de Bejaia..... | 60 |
| Introduction..... | 60 |
| Section 1 : La démarche méthodologique..... | 60 |
| Section 02 : Les déterminants des intentions entrepreneuriales des entrepreneurs de la wilaya de Bejaïa..... | 64 |
| Conclusion | 80 |
| | |
| Conclusion Générale | 82 |

Introduction générale

Introduction générale

Introduction générale

L'entrepreneuriat et les entrepreneurs étaient reconnus comme des moteurs importants de la croissance économique depuis le 18^{ème} siècle, aujourd'hui c'est devenu un thème d'actualité pour les enseignants chercheurs, dirigeants d'entreprise, consultants, managers, tous s'y intéressent. Ainsi nous avons une meilleure connaissance du phénomène.

Certains changements environnementaux et leurs conséquences au niveau des sociétés, des entreprises, et des individus ont donné à l'entrepreneuriat en tant que phénomène et en tant qu'ensemble de comportements individuels et collectifs, une place plus importante (Fayolle 2007)¹. Les apports de l'entrepreneuriat à la société et à l'économie ne sont plus à démontrer « elle concerne la création d'emplois, l'innovation, le développement de l'esprit d'entreprises, la création d'emploi, l'innovation, le développement de l'esprit d'entreprise dans les entreprises, et les organisations et l'accompagnement de changements structurels.

L'entrepreneuriat est un comportement intentionnel, car derrière l'acte entrepreneurial se trouve l'intention entrepreneuriale (KRUEGER2007)²

Par ailleurs, l'intention d'entreprendre est le résultat d'un engagement personnel création d'entreprise ou d'organisation. Sur l'origine de la recherche entrepreneuriale, la discipline s'intéresse à l'individu, sur tout à ses traits de personnalité, elle passe chercher ensuite à comprendre le processus de création d'entreprise qui recouvre l'individu dans son cheminement vers l'entrepreneuriat, l'intentionnalité est conservée comme l'élément central du processus entrepreneurial.

En Algérie, l'entrepreneuriat est né au début de l'indépendance, et le pays a hérité économie coloniale. Après avoir adopté le modèle socialiste, l'entrepreneuriat était composé 'd'Etats entrepreneurs'. Durant cette période, le pays a vu la naissance de plusieurs entreprises publiques.

C'est à dater des années 1990, après les changements interne et externe que le pays s'achemine vers une nouvelle organisation qui encourage l'initiative privée. Effectivement après la divulgation du code d'investissement de 1993 que l'initiative privée est libérée, et

¹ Thèse doctorat réalisé par LENA Ibrahim L'intention entrepreneuriale des étudiants : cas du Liban, 2011, P32

² KRUEGER, Les Grands Auteurs en Entrepreneuriat et PME, 2007, P124

Introduction générale

depuis le pays accorde de plus en plus d'importance à l'émergence des entrepreneurs et développement des PME, c'est ainsi que l'Etat s'est désengagé de l'entrepreneuriat progressivement pour changer de statut d'Etat investisseur à l'Etat incitateur par les différents dispositifs d'aides à la création de l'entreprise.

Notre objectif dans le présent travail consiste précisément à expliquer et identifier les déterminants de l'intention entrepreneuriale des entrepreneurs de la wilaya de Bejaïa.

La question à laquelle nous nous penchons de répondre est donc :

« Quels sont les déterminants de l'intention entrepreneuriale des entrepreneurs de la wilaya de Bejaïa ? »

Autrement dit, il s'agit de comprendre les vraies impulsions qui poussent ces personnes différentes des autres à avoir l'idée d'entreprendre et de la concrétiser sous forme d'un projet

Pour y répondre à cette question de base nous avons posé deux hypothèses de base :

H1 : Les entrepreneurs de la wilaya de Bejaïa ont des déterminants de leur intention entrepreneuriale.

H2 : il y a un déterminant plus dominant dans l'intention entrepreneuriale des entrepreneurs de la wilaya de Bejaïa.

Pour confirmer ou infirmer ces hypothèses, nous avons adopté une méthodologie axée, d'une part sur une recherche bibliographique pour faire un aperçu théorique sur les approches de l'entrepreneuriat et d'étaler les caractéristiques des entrepreneurs d'autre part, sur enquête de terrain sera réalisée par la distribution des questionnaires pour un effectifs de nombre entrepreneurs des entreprises du territoire de la wilaya de Bejaïa. Ce qui va nous permettre de collecter les informations nécessaires, de les traiter et de répondre à notre problématique.

Notre travail est structuré autour de trois chapitres : le premier est intitulé généralité sur l'entrepreneuriat : cadre théorique, conceptuel, contextuels de l'entrepreneuriat ; le deuxième chapitre se porte sur l'entrepreneur : caractéristique, motivation, pour terminer avec troisième chapitre sera consacré à la démarche méthodologique employé lors de notre enquête ainsi qu'à l'analyse et l'interprétation des résultats de cette dernière.

Chapitre 01

L'entrepreneuriat

Chapitre 01 : L'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est un sujet brûlant car les regards de tous les secteurs de la société : enseignants, managers, chefs d'entreprise, consultation, politique, presque tout le monde est intéressé. Il faut donc dire que l'entrepreneuriat est un phénomène complexe qu'il faut réduire à une simple définition. En effet il est difficile d'en donner une définition cohérente, car chaque auteur explique le concept et la manière dont il traite ce phénomène de manière différente. Cependant, de nombreux auteurs traitent d'activités entrepreneuriales initiées par des auteurs / acteurs principaux et des entrepreneurs et suivant un processus défini.

Ce premier chapitre, nous permettrons de pénétrer au cœur de l'entrepreneuriat et d'illustrer quelques notions de base.

Section 01 : Définition et processus de l'entrepreneuriat

Il n'existe pas de meilleure définition de l'entrepreneuriat

1- Définition de l'entrepreneuriat

Il existe de nombreuses définitions de l'entrepreneuriat dans le temps nous avons retenu celles d'Alain FAYOLLE³ « L'entrepreneuriat est un phénomène économique et social qui s'intéresse des effets, à des résultats de l'acte d'entreprendre ; L'innovation, le renouvellement des entreprises, la création d'entreprise et d'emplois. »

« L'entrepreneuriat est ainsi vu comme un phénomène complexe et comme un type particulier d'organisation impulsé par un entrepreneur qui agit pour tenter de concrétiser au sein de la structure dans laquelle il baigne, la vision qu'il fit de cette organisation. »⁴ « L'entrepreneuriat est conçu comme un processus d'organisation qui conduit à la création d'une nouvelle organisation. »⁵

« L'entrepreneuriat est un phénomène complexe et multidimensionnel. »⁶

Pour Stevenson « L'entrepreneuriat est le processus qui amène les personnes à envisager la propriété d'une entreprise comme une option ou solution de carrière viable, à arriver à des projets d'entreprise à devenir des entrepreneurs, à lancer à développer une entreprise. »

³Alain FAYOLLE, Entrepreneuriat apprendre à entreprendre, Première édition, 2004 p2.

⁴Thierry VERSTRAETE, Entrepreneuriat connaître l'entrepreneur et ses actes, p12.

⁵Alain Fayolle & Michel DEGEORGE, Dynamique entrepreneuriale, p12.

⁶(Garther, 1985 ; Bruyat et Julien, 2001) Dynamique entrepreneuriale Alain Fayolle & Michel DEGEORGE p10.

« L'entrepreneuriat est un processus dynamique et complexe, il est le fruit de facteurs psychologiques, sociaux, culturels, politique et économique. Il prend la forme d'attitudes, de perception de motivation et de comportements qui se manifestent dans un contexte donné. »⁷

« L'entrepreneuriat constitue un domaine spécifique qu'il est nécessaire de bien définir pour pouvoir apprendre à entreprendre. »⁸

2- L'Intrapreneuriat

C'est probablement Pinchot(1985) qui, le premier à introduire le mot « IntrapreneurShip » dans une publication de gestion. Pour lui, L'Intrapreneuriat revient à développer des pratiques et comportement entrepreneuriaux à l'intérieur d'une grande entreprise et les entrepreneurs sont « The dreamerswho do ... Those who take handsonresponsability for the inventor but is always the dreamer who figures out how to turn an idea into a profitable reality. »

La notion d'Intrapreneuriat est très souvent associée à des domaines comme ceux du management stratégique, du changement, de l'innovation et du mangement des ressources.

Burgelamn(1986) propose un cadre qui lie l'Intrapreneuriat et la gestion stratégique. Le modèle qu'il développe, décrit le processus stratégique dans les grandes entreprises et souligne l'importance du contexte stratégique dans le développement de l'Intrapreneuriat. Burgenland postule qu'il existe deux processus très déférents et actifs, stimulant dans les grandes entreprises : un processus planifié et un processus autonome. Pour lui, les activités entrepreneuriales, l'Intrapreneuriat, ne peuvent résulter que des seuls comportements stratégiques autonomes des acteurs. L'entreprise qui souhaite développer l'Intrapreneuriat doit donc orienter ses efforts vers l'instauration d'un contexte stratégique propice.

⁷ Tournes Azzedine thèse doctorat science de gestion, titre, France, 2003, p30

⁸ Alain FAYOLLE, Entrepreneuriat apprendre à entreprendre, Première édition, Dunod, Paris,2012, p5

3- Les approches de l'entrepreneuriat

Il existe différentes approches qui tentent d'expliquer le phénomène de l'entrepreneuriat

3.1 L'approche des économistes

C'est principalement Joseph Schumpeter (1883-1950)⁹ qui donne ses lettres de noblesse à l'entrepreneur. Avec ses travaux, deux idées vont se développer et traverser le temps pour être largement utilisées encore aujourd'hui (Goglio, 2005) : l'innovation et le développement économique

En premier lieu, Schumpeter a associé durablement aux notions d'entrepreneuriat et d'innovation « L'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la perception de l'exploitation de nouvelles opportunités dans le domaine de l'entreprise ... » Schumpeter, (1928). Dans un second temps, Schumpeter permet d'inscrire durablement la notion d'entrepreneuriat dans le contexte de développement économique. Pour lui l'intérêt de l'entrepreneuriat ne réside pas seulement dans le développement d'innovation mais, dans une perspective plus macro-économique, c'est là que l'innovation apparaît comme un moteur de développement économique national et devient un indicateur largement utilisé pour connaître la santé d'un pays¹⁰.

L'entrepreneur est désormais vu comme un innovateur. Le monde de la technique et le monde de l'économie sont reliés par l'entrepreneur, cette contribution est essentielle dans le développement du champ de l'entrepreneuriat.

Puis, Fayolle. À (2005) l'étude de l'entrepreneuriat voit certainement ses débuts avec le travail des économistes. L'entrepreneur est au centre des préoccupations en raison de son importance dans le développement économique. Pour les économistes l'entrepreneur est vu comme une personne apte à prendre des décisions de façon rationnelle et omnisciente. Ce courant de pensée qui largement dominé le 20ème siècle en Europe ne distingue pas l'entrepreneur de l'homme en général.

⁹ IFOURAH Hocine, La décision de création d'entreprise et entreprendre en Algérie, Thèse doctorat, université de Béjaia, 2014, p 25-28

¹⁰ ENSEIGNEMENT DE L'ENTREPRENEURIAT : POUR UN REGARD PARADIGMATIQUE AUTOUR DU PROCESSUS ENTREPRENEURIAL, Présentée par Monsieur Aziz BOUSLIKHANE , 2011 p33

Les économistes ont permis d'illustrer deux grands types d'entrepreneur à savoir l'entrepreneur organisateur d'activités économiques et l'entrepreneur innovateur.

2.2 L'approche par les traits

Au-delà de l'approche des économistes, l'étude de l'entrepreneuriat s'est développée à travers la recherche de connaissance sur l'entrepreneur et plus particulièrement sur ses caractéristiques psychologiques, le postulat de départ est que les entrepreneurs ont un profil différent du reste de la population et donc l'étude de ses propres caractéristiques permettrait d'entreprendre.

McClelland D A (1961, 1962, 1965, 1987) est peut être le premier chercheur incarnant cette approche psychologique de l'entrepreneuriat. Il définit différentes caractéristiques significatives de la personnalité du dirigeant. Pour lui les principales caractéristiques des entrepreneurs sont un besoin élevé d'accomplissement et une forte confiance en eux.

Hernandez. E.M (1999) a recensé les travaux réalisés par de nombreuses recherches sur la personnalité, les origines du créateur :

- Le besoin d'accomplissement : les entrepreneurs préfèrent être responsable de la solution des problèmes, ils manifestent un fort besoin d'accomplissement et établissent leurs propres objectifs et ils les atteignent par leurs seuls efforts.
- L'internalité du lieu de contrôle : c'est la perception qu' a un individu de pouvoir contrôler ce qui lui arrive, l'individu a le sentiment que par son comportement, il peut influencer ce qui lui arrive, cette perception pousse l'individu à agir.
- La propension à prendre des risques : les risques peuvent être d'ordre financier, professionnel, familial, psychique.

Il n'apparaît pas possible d'identifier le profil type de l'entrepreneur par ces approches dites par traits malgré les nombreuses études réalisées.

3-3 L'approche par le processus

L'intérêt de la recherche sur processus entrepreneurial s'est fortement évolué.

Bhave. M.P (1994) précise que les chercheurs en science de l'organisation, en entrepreneuriat, mais aussi les économistes, semblent s'accorder sur le fait que les connaissances sur le processus doivent être approfondies.

D'après les travaux de recherches publiés dans le champ de l'entrepreneuriat au cours des 20 dernières années semble montrer que le concept du processus a été mobilisé ; En tant qu'alternative possible à l'approche par les traits, le processus permettait d'une certaine façon de prendre davantage en compte les actes et les activités, en s'intéressant à la question du 'comment'. Le processus a fait, l'objet ensuite, de très nombreux travaux de modélisation et de conceptualisation, qui se poursuivent encore aujourd'hui.

4- Les valeurs type de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est une culture à laquelle on rattache cinq valeurs à savoir¹¹ :

4.1 La créativité : L'entrepreneur doit être créatif, et doit exploiter sa créativité, en commencer déjà par se faire confiance.

4.2 L'autonomie : L'entrepreneur doit créer son propre emploi, être indépendant, tant sur le plan professionnel que sur le plan financier

4.3 Le sens de responsabilité : Le sens de responsabilité permet d'être partenaire avec d'autres personnes, ainsi qu'il lui permet d'obtenir la confiance des autres.

4.5 Le leadership : un leader doit donner envie aux autres de le suivre et cela par sa vision et des projets stimulants.

4.6 La solidarité : l'entrepreneur est solidaire de ses investisseurs, de son personnel, des fournisseurs et des autres entreprises.

IFOURAH Hocine, La décision de création d'entreprise et entreprendre en Algérie, Thèse doctorat, université de Béjaia, 2014, P150.

5- Les types d'entrepreneuriat

On aperçoit aussi cinq types d'entrepreneuriat :

5.1 Entrepreneuriat de type autocréation : c'est l'autocréation d'emploi.

5.2 Entrepreneuriat non marchand ou social : le principe de base ici est de créer des entreprises dont l'activité économique a été conçue de manière à créer de la valeur sociale, à mettre en œuvre des solutions innovantes à des problèmes sociaux.

5.3 Entrepreneuriat public : Les entreprises publiques et les différents établissements des gouvernements au niveau national, ou local, orienté vers le service aux citoyens, constituent l'essentiel de l'entrepreneuriat public.

5.4 Intrapreneuriat : Ce sont les activités entrepreneuriales au sein même d'une organisation établie.

5.5 Essaimage ou extrapreneuriat : c'est la création d'entreprises par les salariés en effet, il s'agit de la création d'une entreprise à partir de technologies développées essentiellement dans l'organisation d'où l'origine de cette entreprise.

6- Le processus entrepreneurial

Nous allons d'abord commencer par la définition du mot processus

6.1 Définition du mot processus : Le mot processus vient du mot latin **pro** au sens de (« vers l'avant ») et de **cessus**, céder (« aller, marcher ») qui signifie donc aller vers l'avant, avancé, il s'apparente de trop avec le mot procédure, qui désigne plus tôt la méthode d'organisation, la stratégie du changement.¹²

Le dictionnaire Larousse définit le processus comme « une suite continue des opérations, d'action constituant la manière de faire de fabriquer quelque chose. »

Le processus entrepreneurial est considéré comme étant l'élément essentiel de la démarche entrepreneuriale, plusieurs auteurs se sont intéressés à ce concept. L'entrepreneuriat en tant que processus a mis du temps pour être reconnu, ce n'est que vers les années 1990 que cette

¹² <https://fr.wikipedia.org/wiki/Processus>

compréhension a pu être reconnue (Fayolle, 2004). La notion du processus est liée à la question du « comment » d'un phénomène afin d'identifier la scène et/ou les acteurs et décrire les différentes manières de faire et d'essayer d'expliquer certains changements par la détermination des séquences des étapes, ces étapes comme tout processus sont de nature continue, il est possible et utile de les décomposer en parties spécifiques afin qu'elles puissent être analysées systématiquement, à base des performances et du potentiel de l'entrepreneur lors du processus de développement et de création d'entreprises. Nous pouvons considérer ces différentes activités même s'il peut y avoir des chevauchements d'activités entre les étapes, il peut également être utilisé comme référence pour le continuum.

Plusieurs modèles tentent d'écrire et d'expliquer le processus entrepreneurial, parmi ces modèles.

Cunningham et Licherons (1991) rapportent une première proposition de ce qu'est ce phénomène, ils pensent que l'entrepreneuriat est une sorte de multi-facette et que chaque école de pensée éclaire ces facettes d'une manière particulière et unique.

La première facette, l'évaluation des qualités personnelles qui sont constituées par les qualités personnelles et les valeurs de l'entrepreneur.

La seconde facette, la reconnaissance d'opportunités, considère l'anticipation du futur, la reconnaissance et la découverte des opportunités sont des éléments clés du processus.

La troisième facette, suggère que la réussite de l'entrepreneur peut être améliorée par des outils managériaux non techniques tels que le leadership.

La dernière facette, la révélation et l'adaptation met l'accent sur le fait qu'à la fin du processus l'entrepreneur peut avoir besoin de changer d'orientation pour s'adapter.

6.2 Les compétences requises et acquises de chaque étape du processus entrepreneuriale

Tableau n°1 : Les compétences requises et acquises du processus entrepreneurial

| Déclanchement | Engagement | Survie / développement |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Aptitudes émotionnelles (motivation, volonté, tolérance au risque, autonomie.) - Aptitudes de perception des opportunités. - Compétences en maîtrise de l'information. - Capacité d'absorption. | <ul style="list-style-type: none"> - Compétence en gestion de la nouveauté. Compétences en méthode de conduite de projet. - Propension à l'apprentissage. - Compétences en recherche, réunion et allocation des ressources requises. - Compétences entrepreneuriales en création. - Forte implication. | <ul style="list-style-type: none"> - Compétences de consolidation du positionnement du projet, ou l'entreprise nouvelle. - Compétences de développement du projet de l'entreprise nouvelle. - Compétences stratégiques. - Compétences sociales et rationnelle. |

Source : Amina Omrane, Chercheur Associée Olfa Zeribi-Benslimane, Maître de Conférences Agrégée résumé, Les compétences entrepreneuriales et le processus entrepreneurial : une approche dynamique UREMO, Institut des Hautes Etudes Commerciales à Carthage (IHEC), 2001 P15

6.3 Les modèles du processus entrepreneurial

Nous allons introduire les différents paradigmes du processus entrepreneurial afin de comprendre les différentes manières d'envisager le processus entrepreneurial. D'après les recherches de Mr IFOURAH, qui a réussi à identifier trois paradigmes : création d'organisation, l'opportunité, création de valeur.

6.3.1-Paradigme de la création d'organisation

Gartner (1988, 1990 et 1993)¹³

À l'origine ressort de son étude que huit thèmes principaux structurent le champ de l'entrepreneuriat : l'entrepreneur, l'innovation, la création d'une organisation, la création de valeur, la diversité des secteurs (privé, publique, associatif), la croissance, le caractère unique de la notion d'entrepreneuriat et le statut de l'entrepreneur.

A partir de cette conception initiale, depuis des dizaines d'années, de nombreux travaux de recherche ont fait l'objet de publications scientifiques. Ces travaux sont ancrés dans des perspectives disciplinaires et théorique, telles que, la sociologie (Thornton, 1999), l'évolutionnisme (Aldrich, 1999).

A préciser que dans cette approche les chercheurs s'intéressent tout autant à la création d'organisation qu'à l'entrepreneuriat, comme le montre Fayolle A (2005) toutes les créations d'organisations ne conduisent pas à des situations où l'intensité du changement pour l'individu et l'importance de la création de valeur se situent à des niveaux élevés. Des entreprises peuvent être créées par imitation, par reproduction ou encore dans le but de transférer une activité existante.

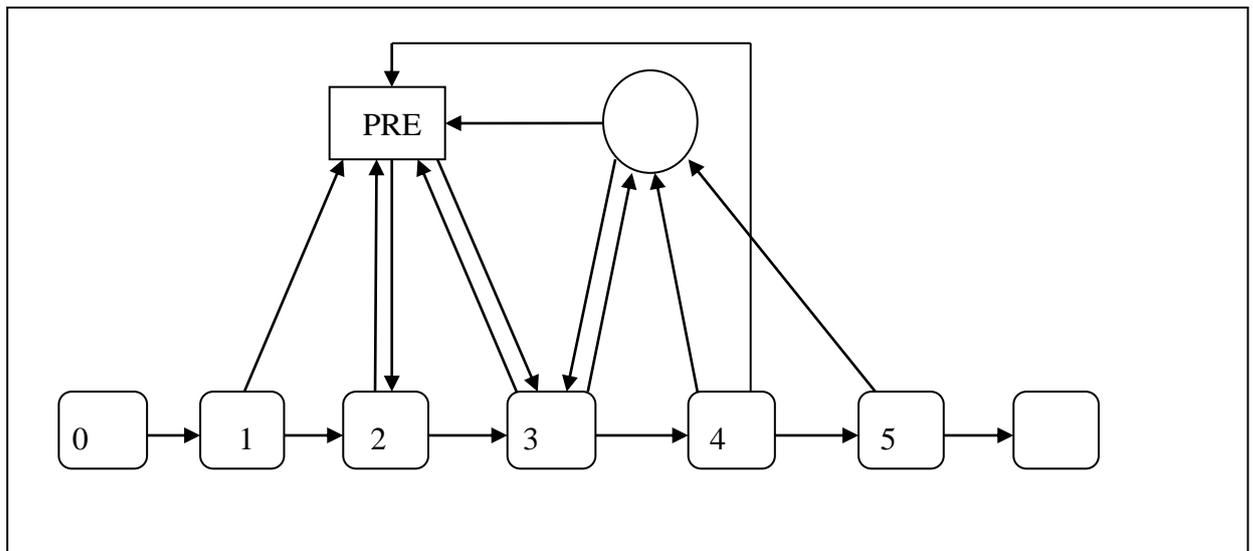
a- Création d'entreprise de C.Bruyat(1993) : C.Bruyat¹⁴ note que beaucoup de chercheurs semblent négliger la prise en compte conjointe de deux points de vue dans l'évaluation du changement dans le processus entrepreneurial, l'environnement et l'individu qui sont ‘

¹³ IFOURAH Hocine, La décision de création d'entreprise et entreprendre en Algérie, Thèse doctorat, université de Bejaïa 2014, P 32

¹⁴ Azzedine TOUNÉS, L'INTENTION ENTREPRENEURIALE, Thèse de doctorat ès Sciences de Gestion, UNIVERSITE DE ROUEN,2003, P38

dialogiquement indissociables'. Pour lui, tout model de recherche doit prendre en compte l'entreprise créée, le créateur, l'environnement et le processus. Il schématise le processus de création d'entreprises sous forme générique comme suit :

Figure n°1 : La forme juridique du processus de création d'entreprise C.Bruyat (1993, p260)



Source : Tounes Azzedine, Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat, thèse doctorat science de gestion, France, 2003, P39

Etape 0

« L'action de créer n'est pas perçue » du fait de l'éducation, de la personnalité, ou de l'environnement de l'individu. La création d'entreprise n'est pas intégrée dans les schèmes cognitifs de l'individu.

Etape 1

« L'action de créer sa propre entreprise est perçue », l'individu a l'information nécessaire pour comprendre plus au moins ce qu'est la création d'entreprise, sans pour autant qu'une quelconque réflexion et action ne soient entreprises.

Etape 2

« L'action de créer est envisagée », elle est prise en compte par l'individu comme étant une alternative possible. Il a un projet flou de ce que pourrait être sa future entreprise, il commence à chercher une idée de création en y consacrant un peu de son temps.

Etape 3

« L'individu investit activement une idée (s'il ne l'a pas déjà) et entre de l'évaluer/cette étape distingue de la précédente par l'engagement réel de l'individu dans le processus en consacrant du temps et de l'argent. C'est pendant cette phase que sont réalisées l'étude de marché et l'élaboration du plan d'affaire.

Etape 4

« L'action est lancée », les négociations avec les clients et les fournisseurs sont en cours, les procédures financières et juridiques sont déclenchées, le matériel nécessaire à la production est commandé, les premières commandes sont livrées parvient à atteindre son seuil de rentabilité et à assurer son équilibre financier.

Etape 5

« L'action est réalisée », l'entreprise devient une entité reconnue par ses partenaires quand elle atteint son équilibre d'exploitation. Le créateur est devant une problématique de dirigeant de PME.

PR : l'action est perçue et refusée Ce refus peut être définitif ou temporaire. L'individu a développé un projet, a recherché de l'information, mais il a renoncé pour des raisons psychologiques ou autres.

« L'action est perçue et refusée », ce refus peut être définitif ou temporaire, l'individu a développé un projet, a recherché de l'information, mais il a renoncé pour des raisons psychologiques ou autres.

C.Bruyat reconnaît les caractéristiques simples de la description du modèle, mettant en évidence les points lumineux du processus qu'il a poursuivi en déterminant qu'il est difficile pratiquement de déterminer où se trouve le créateur.

Le processus de création d'entreprise de W.D BYGRAVE (1989)

W.D.BYGRAVE (1989, p8) écrit que le processus de création d'entreprise tel que décrit dans son model fait partie intégrante du paradigme entrepreneurial et qu'il fera une quasi-unanimité dans le monde de la recherche.

Le processus entrepreneurial en amont appelle des variables

- Inhérentes à l'individu qu'il repartit en deux groupes. Le premier agit sur la naissance de l'idée (besoin d'accomplissement, contrôle interne, prise de risque, valeurs personnelles, formation et expérience antérieure). Le second intervient au niveau du déclenchement de l'événement de création (prise de risque, insatisfaction au travail, perte d'emploi, formation, âge, sexe et engagement
- Sociologique qui sont l'influence des relations personnelles, des collègues, de la famille et de modèle d'entrepreneur.
- Environnementales réparties elles aussi en deux groupes le premier l'impact sur la naissance de l'idée et le déclenchement de l'événement et sa mise à exécution (la concurrence, les ressources, les politique publiques en faveur de l'entrepreneuriat).

6.3. 2-Le paradigme de l'opportunité

La notion d'opportunité fait l'objet d'un regain d'intérêt dans le domaine de l'entrepreneuriat, Kirzner pense qu' « *Une opportunité entrepreneuriale est une imperfection du marché ou un déséquilibre économique qui peut être exploité en ramenant le marché à son état d'équilibre* »(Kirzner, 1973 ; 1979)¹⁵

L'opportunité entrepreneuriale est à distinguer des autres opportunités de profit. Elle ne vise pas simplement, une utilisation plus efficiente des ressources. L'opportunité entrepreneuriale apparait au contraire comme une remise en cause de la relation moyens-finis.En ce sens, elle ne peut pas être exploitée par optimisation (Shane et venkataraman, 2000, Baumol, 199-).Comme le soulignent Eckhardt et Shane (2003, p. 336, « alors que les décisions non

¹⁵ Cours, Dr A.CHELLY, genèse et fondement de l'entrepreneuriat école supérieur des dirigeants et création d'entreprise, Paris1990

entrepreneuriales maximisent les ressources rares à travers une relation entre moyens et fins précédemment non détecté ou non utilisées par les acteurs du marché »¹⁶

De fait, VENKATARMAN (1997) va énoncer deux prémisses à l'opportunité :

- La prémisse faible, la plupart des marchés sont inefficients. Les inefficiences des marchés offrent aux individus qui repèrent et qui les exploitent des opportunités de profit. Dans le model de Kerzner (1997), les opportunités entrepreneuriales traduisent également des situations des déséquilibres.

✓ La prémisse forte affirme que « même si le marché approche un état d'équilibre, la condition humaine de l'entreprise combinée al tentation du profit et l'avancée des connaissances et des technologies détruira l'équilibre tôt ou tard ».

Pour McMullen. J.S et Shephred. D.A (2006), un changement dans l'environnement est également vu comme une source d'opportunité pour développer un business. Hernandez. E.M et Marco. L (2006 : p17) s'appuient aussi sur cette notion de processus associée à l'identification d'une opportunité : « L'entrepreneur comme initiateur d'un processus complexe de détection et d'exploitation d'opportunité »¹⁷.

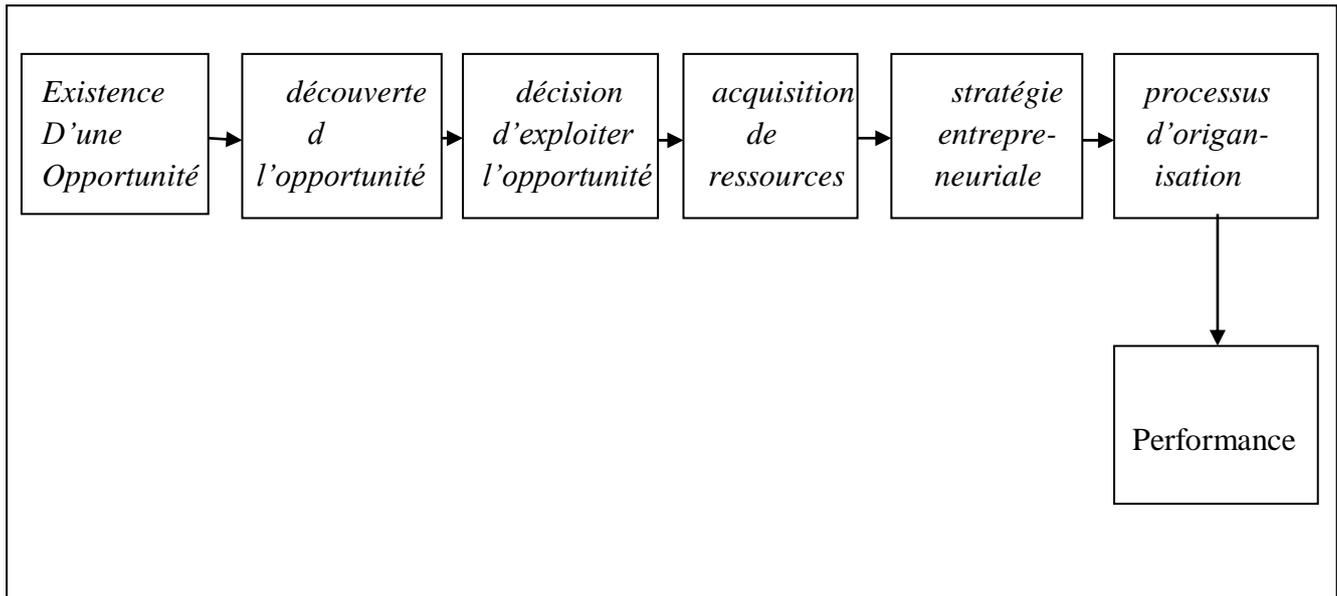
Le marché génère des opportunités, à supposer qu'elles existent réellement. Ces opportunités de marché ne peuvent pas être identifiées et exploitées par tous les entrepreneurs potentiels. Pour pouvoir les identifier, il est nécessaire d'être bien positionné, avoir a sa disposition les compétences, les ressources et les relations requises afin de les exploiter.

Dans cette approche, nous ne positionnons pas l'opportunité comme un point de départ, nous la positionnons comme quelque chose qui apparait et se transforme au cours du processus. Ceci va nous conduire à la présentions du 3ème paradigme identifié dans l'approche par le processus : la création de valeur.

¹⁶ DIDIER CHABAUD Université de Cergy-Pontoise ; EM Normandie KARIM MESSEGHEM Université Montpellier 1, Lavoisier | « Revue française de gestion » Le paradigme de l'opportunité Des fondements à la refondation, page 95.

¹⁷ , IFOURAH Hocine, La décision de création d'entreprise et entreprendre en Algérie, Thèse doctorat, université de Bejaïa, 2014, P33.

Figure n°2 : L'opportunité en mode linéaire, d'après Shan (2003, p. 251).



Source : (Article in French journal Revue Française de Gestion · Septembre 2010, P99).

6.3.3 -Le paradigme de création de valeur

La création de valeur a été empiriquement identifiée comme un thème situé au cœur de l'entrepreneuriat par Gartner (1990)¹⁸.

Cette création de valeur nouvelle s'inscrit dans un processus. Au début, il ne s'agit que d'un projet d'individu ou d'entrepreneur naissant, c'est-à-dire une personne qui réalise toutes premières démarches et activités antérieur à la création juridique de l'entreprise. Peut-on parler d'entrepreneur lorsqu'il ne s'agit que d'intention, tant que la création de valeur n'a pas eu lieu ? Nous ne le pensons pas. On ne qualifierait sans doute pas un individu sportif de haut niveau s'il n'a pas encore déjà obtenu des résultats significatifs, d'écrivain celui qui n'a pas encore écrit un livre ou de peintre celui qui n'a pas encore peint un tableau. Il est alors préférable de parler d'entrepreneur potentiel ou d'entrepreneur en gestion, au début du processus¹⁹, on a donc :

¹⁸ Alain FAYOLLE *Entrepreneuriat apprendre à entreprendre*, 2^{ème} édition, Dunod, Paris, 2012, p47

¹⁹ Allain FAYOLLE, *introduction à l'entrepreneuriat*, Dunod, Paris, 2005, P32.

Bruyat. C (1993)²⁰ considère l'objet d'étude qu'est l'entrepreneuriat comme le dialogique Individu/création de valeur. Il Définit ce dialogue comme suit : L'individu est une condition nécessaire pour la création de valeur, il en détermine les modalités de production, l'ampleur... il est l'acteur principal. Le support de création de valeur, une entreprise par exemple, est la chose de l'individu. Nous savons :

L'individu \longrightarrow **création de valeur**

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

Création de valeur \longrightarrow **l'individu.**

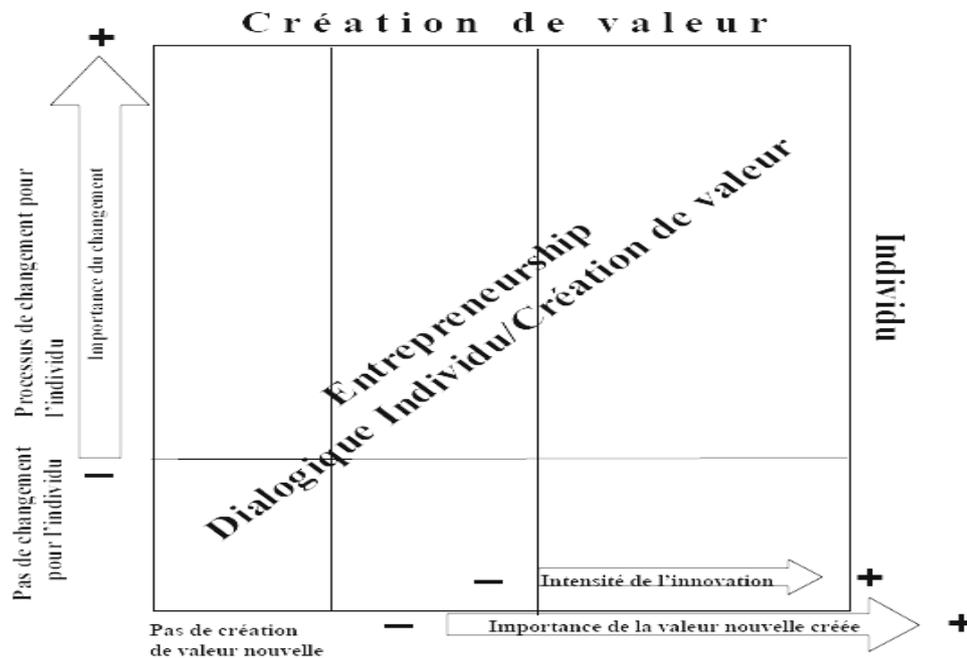
Le dialogue création de valeur individu peut être appréhendé comme un système en interaction avec un environnement donné à composantes multiples (familiale, professionnelle, liée au secteur d'activité concerné). Ce système évolue dans un processus et sous l'effet du temps qui en est une dimension incontournable (Bruyat et Julien, 2001).

Cette représentation rejoint, d'une certaine façon, celle de Garther (1985) dans laquelle les dimensions importantes sont : l'(es) individu (s), l'environnement, l'organisation et le processus.

La figure suivante résume le domaine de l'entrepreneuriat selon ces auteurs.

²⁰ Thierry VERSTRETE, entrepreneuriat, connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes, P19

Figure n°3: Le domaine de l'entrepreneuriat sens large (Bruyat, 1993)



Source : Thierry VERSTRETE, *entrepreneuriat, connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes*, éd L'harmattan, 2000, P19

Section02 : L'importance de l'entrepreneuriat dans le développement économique territorial

L'émergence de la pensée libérale, issue de l'Europe des lumières, repose sur l'idée que chaque être humain possède des droits naturels, comme la liberté et la prospérité. Ce courant de pensée a mis en exergue l'initiative privée et la possibilité pour chacun de jouir des fruits de son propre travail, et cette conception a largement conditionné nos approches et nos actions dans le domaine de l'entrepreneuriat²¹.

L'entrepreneur a un rôle particulier dans l'évolution du système économique libéral. Il est très souvent, à l'origine des innovations de rupture, il crée des entreprises, des emplois et participe au renouvellement et à la restructuration du tissu économique. L'entrepreneur est l'innovateur qui apporte la destruction créatrice (Schumpeter, 1935). Tout cela a été parfaitement mis en valeur, dès la fin des années 1970, par Octave Gélilier (1978) qui insiste sur l'importance des

²¹Préface de Pierre-André JULIEN, *Entreprendre Une introduction à l'entrepreneuriat* 2e édition, juin 2016, p59.

apports de l'entrepreneur à l'économie : « les pays, les professions, les entreprises qui innovent et se développent sont surtout ceux qui pratiquent l'entrepreneuriat. Les statistiques de croissance économique, d'échanges internationaux, des brevets, licences et innovations pour les 30 dernières années établissent solidement ce point : il en coûte cher de se passer d'entrepreneur »²². L'entrepreneuriat est l'un des facteurs importants de la prospérité économique croître. En fait, créer une nouvelle entreprise, c'est promouvoir la croissance économique et la stimulation de la structure économique, c'est une façon de lutter, s'opposer au chômage et à la mobilité des jeunes. Il contribue également à réduire la dépendance et la passivité.

Les entrepreneurs ont la capacité de changer notre façon vivre et de travailler. En cas de succès, les produits, services, technologies permettent de développer de nouveaux marchés, leurs création et innovations peuvent améliorer le niveau de vie et en plus de créer de nouvelles richesses grâce à des entreprises, elles créent également des emplois et contribuent à une économie en croissance.

1- Le rôle des PME/PMI pour le développement économique territorial

Les PM/PMI sont des locomotives du développement économique territorial suite à leur contribution par la création de l'emploi, la richesse ce qui engendre le la compétitivité territoriale et l'attractivité du territoire

2- La création d'emploi

Depuis le début des années 1970²³, la création d'entreprise apparait comme une source potentielle d'emplois et une réponse au problème du chômage. Des chiffres sont, en général, prudemment avancés pour tenter de quantifier le nombre d'emplois générées par la création d'entreprise.

En Algérie, ces dernières années, il est important de souligner la contribution des PME à la création de l'emploi et à la diminution du taux de chômage, plus particulièrement le secteur privé et les artisans.

²² Alain FAYOLLE, *Entrepreneuriat apprendre à entreprendre*, 2^{ème} édition, Dunod , paris2012, 16p

²³ Alain FAYOLLE, *Entrepreneuriat apprendre à entreprendre*, 2^{ème} édition, Dunod , Paris, 2012, p20.

Entre grande et petite entreprise, il existe une relation de complémentarité. Cette situation permettra de construire plusieurs unités pouvant répondre à la demande progressive de l'emploi, en créant des postes permanents à moindre cout. L'Algérie a pris conscience, de l'importance des PME et leur apport pour l'emploi dont on touche à des réalisations très importantes comme le montre le tableau suivant :

Tableau n°2: Tableau statistique du nombre entrepris publique et privée en Algérie 2004-2010

| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|-------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Privés | 22449 | 245843 | 269806 | 293946 | 392013 | 408155 | 606737 |
| Publics | 778 | 874 | 739 | 666 | 626 | 589 | 560 |
| Artisanats | 86732 | 96072 | 106222 | 116347 | 126887 | 162085 | ----- |
| Total | 312959 | 342788 | 376767 | 410959 | 519526 | 570383 | 607297 |

Source : Direction des systèmes d'information et des statistiques, ministère de l'industrie, de la PME et de la promotion de l'investissement 2010.

Les chiffres du tableau montrent d'un côté la hausse des postes d'emplois créés par le secteur privé et artisanal, et d'un autre coté une baisse générée par le secteur public, ce qui est dû en premier lieu à la privatisation dictée par la loi de l'économie du marché.

3- La création de la valeur ajoutée

La valeur ajoutée se mesure par la différence des biens que l'entreprise vend et ce qu'elle a dû acheter pour produire ces ventes.

En2016²⁴ le chiffre d'affaire est au cours de 108 dinars, nous avons un total de 189 milliards de dollars public, 65 milliards de dollars/privé et 124 milliards de dollars pour le secteur privé y compris la sphère informelle. En termes de ration, Nous avons 35% pour le public et 65% pour le privé.

²⁴ <https://www.algerie1.com/eclairage/relance-de-l-economie-algerienne-2017-2020-place-du-secteur-privé-suite-231>

4- Part de la valeur ajoutée

Le secteur public représente 100% dans les services pétroliers étant sur tous les partenaires étrangers dans les hydrocarbures 89,4% et 10,6% pour le secteur privé ; Le secteur agriculture représente 99,3% pour le secteur privé, 46,2 dans les matériaux de construction ; Pour les industries mécaniques, métallurgiques, électriques, le secteur public représente 93% et 7% seulement pour le secteur public.

Concernant l'emploi, l'Algérie comptait au 01 janvier 2016 une population active de 11,932 millions de personnes, répartie entre une population occupée de 10,6 millions de travailleurs et un nombre de chômeurs de 1,337 d'individus selon les chiffres de l'office national des statistiques (ONS).

La distribution des revenus : généralement la valeur ajoutée créée par la PME sert à recouvrir l'ensemble des coûts de fonctionnement des différents services de l'entreprise à savoir :

- rémunérer les services, forces de travail, capitaux, moyens financiers (il s'agira alors des salariés, de dividendes ou d'intérêts).
- Contribuer au fonctionnement des administrations en particulier en versant des impôts.

Malgré sa taille, la PME remplit un rôle essentiel, dans l'activité économique d'un pays en créant de la valeur ajoutée en redistribuant ce surplus sous formes diverses aux autres, Il est à signaler que la PME prend plus d'ampleur dans les sociétés modernes, grâce à d'autres missions qui lui sont attribuées : sociales, humaines et culturelles...

5- La distribution des revenus

Généralement la valeur ajoutée créée par les PME sert à recouvrir l'ensemble des coûts de fonctionnement des différents services de l'entreprise à savoir :

- rémunérer les services, forces et travail, capitaux, moyens financiers.
- contribuer au fonctionnement des administrations en particulier en versant des impôts.

Malgré sa taille, la PME remplit un rôle essentiel dans l'activité économique d'un pays et créant de la valeur ajoutée et redistribuant ce surplus sous des formes divers aux autres. Il est à signaler que la PME prend plus d'ampleur dans les sociétés modernes, grâce à d'autres missions qui lui sont attribuées.

Section 03 : L'entrepreneuriat en Algérie

Dans cette section, nous allons essayer de faire un aperçu historique sur l'émergence et le développement de l'entrepreneuriat en Algérie en expliquant le passage de l'Etat du statut investisseur au statut incitateur

1. Historique et l'évolution de l'entrepreneuriat en Algérie

En Algérie, l'entrepreneuriat après l'indépendance a connu plusieurs améliorations, car au début, l'Etat a adopté un modèle socialiste construit sur le fond d'une économie planifiée, c'est-à-dire que c'est l'état qui joue le rôle de l'entrepreneur. Après la transition vers une économie de marché, le pays a connu l'essor des petites et moyennes entreprises privées et l'encouragement de l'investissement.

1.1 La première période de 1962-1982 : Economie planifiée

Après l'indépendance, l'Algérie a lancé un plan pour réaliser la transformation économique en assurant la transformation des richesses locales. « Dans la stratégie algérienne de développement, la propriété et mise sur l'industrie pour propulser rapidement le pays dans la modernité. Les revenus des hydrocarbures assurent le financement d'un vaste programme d'investissement planifié dans l'industrie placée sous la tutelle de l'Etat et dédié au marché local ». L'Etat a développé des industries de base en modifiant la relation des droits de propriété au sein de l'agriculture et en utilisant des outils étatiques pour maîtriser le commerce extérieur.

Pourquoi cette couleur de font pour ce paragraphe Durant cette période, le pays a adopté une économie planifiée de type socialiste. Le secteur public contrôle près de 70 % de la valeur ajoutée ; il couvre toutes les grandes industries que les hydrocarbures, la métallurgie, les machines, l'électricité et le gaz naturel.

Au cours de la période de l'économie planifier, de grandes entreprises nationales sont apparues, telles que : SONATRACH, SONACOME, SONELEC, SONEPEC, SONELGAZ.... Ainsi les petites et moyennes entreprises étaient relativement absentes, à

caractère familial artisanal. L'entrepreneuriat privé est limité par un système fiscal qui contrôle et empêche strictement l'autofinancement²⁵.

1.2 La seconde période 1982-1988 : l'économie administrée

Au début des années 1980, le processus de désengagement national a ouvert la porte à l'émergence et le renforcement du secteur privé majoritairement concentré trois branches : agroalimentaire, textile et matériaux de construction.

La loi²⁶ de 1982 Relative à l'encouragement et à l'investissement privatif vise à insérer d'avantage le secteur privé dans le système de planification nationale et lui faciliter notamment l'accès au crédit et aux importations.

Cette période²⁷ été marquée par de grandes réformes, mais elle s'est toujours accompagnée de l'économie gérée. La seconde période a vu de nombreuses évolutions marquées par nombreuses personnes, bien qu'elle ait donné naissance à deux plans quinquennaux, elle hésitait encore dans le secteur privé, ces deux plans prévoient un ensemble de mesures comme :

- ✓ Le droit de transfert nécessaire pour l'acquisition des équipements et dans certains cas de matières premières.
- ✓ L'accès aux autorisations globales d'importations (AGI).
- ✓ Un système d'importation sans paiement.

Ces mesures d'aide ont abouti à la réalisation de plus de 775 projets de PME/PMI. Quoique cette période se caractérisait par certains obstacles aux secteurs à signaler :

- Le financement par les banques ne doit pas dépasser 30% du montant de l'investissement.
- Les montants investis ne doivent pas dépasser les 30 millions de dinars pour une société à responsabilité limitée (SARL)
- L'interdiction de posséder plusieurs investissements par un seul entrepreneur

²⁵ Mémoire HESSAS TOUFIK L'entrepreneuriat : Université Mouloud MAMMARI de Tizi-Ouzou les déterminants de création d'entreprises mémoire fin de cycle, 2018 p 35

²⁶ BCHELIL.A, AYAD.S, PME en Algérie, réalité et perspective université de Tlemcen, 2008

²⁷ Samia GHARBI, document de travail LES PME/PMI EN ALGERIE : ETAT DES LIEUX UNIVERSITÉ DU LITTORAL CÔTE D'OPALE Laboratoire de Recherche sur l'Industrie et l'Innovation. 2011, P6

Cette définition s'inspire de celle adoptée par l'UE en 1996 et qui a fait l'objet d'une recommandation à l'ensemble des pays membres. Elle est notamment basée sur trois critères qui sont les suivants ; les effectifs, le chiffre d'affaires, le bilan annuel et l'indépendance de l'entreprise.²⁸

1.3 La troisième période 1988 a nos jours :

L'assouplissement de la législation a été graduellement entamé à partir de 1988 par la loi 88-25 du 19/07/1988 qui a libéré le plafond de l'investissement privé et a ouvert à ce dernier d'autres créneaux. De ce fait le nombre des PME/PMI privée est passé à 19843 entreprises. L'autorisation aux investissements étrangères a été mise en place à partir de 1990 par la loi 90-10 du 14/04/1990 relative à la monnaie et au crédit, puis avec le décret n° 91-37 du 19/02/1991 portant libération du commerce extérieure, le nombre d'entreprises privées a atteint 22382 entreprises en 1992 ; l'année d'après d'autres mesures d'encouragement et d'appui aux PME/PMI par le création de plusieurs institutions de soutien et d'accompagnement, et jusqu'à 2002 en dénombre 188564 PME/PMI qui emploient 731082.

1998 a été une période de transformation économique vers l'économie de marché. Ce l'a poussé à nouer des relations avec des institutions internationales comme le fond monétaire international (FMI) et la banque mondiale pour atténuer la crise de ses dettes, et pour pouvoir s'appliquer un régime de politique monétaire, financière et les entreprises commerciales, qui conditionnent la privatisation de nombreuses entreprises publiques, contribuer à l'initiation et au développement des procédures PME/PMI. Le pays a investi élaboration d'un nouveau cadre législatif et réforme de relance économique. Tel le nouveau code de la promotion de l'investissement promulgué le 05/10/1993, ce code a eu pour but :

- La promotion de l'investissement
- L'égalité entre les promotions nationales privées et étrangères
- Réduction des délais d'études des dossiers

²⁸ Thèse doctorat Ifourah houciné, La décision de création d'entreprise et entrepreneuriat en Algérie, thèse de doctorat, 2014, P 157

· Remplacement de l'agrément obligatoire par une simple déclaration pour investir²⁹.

Le forum des chefs d'entreprise (FCE) est une association à caractère économique créée en octobre 2000 par un groupe de chefs d'entreprises, afin de contribuer à l'instauration de l'esprit d'entreprise au sein de l'économie nationale et de promouvoir les intérêts de l'entreprise algérienne. L'association est ouverte aux entreprises privées algériennes, aux entreprises étrangères de droit algérien et aux entreprises publiques. Pour le FCE, le développement des entreprises est la seule voie appropriée pour organiser une relance forte et durable de la croissance, de la création d'emplois et une lutte efficace contre la pauvreté. C'est la raison pour laquelle il revendique que l'entreprise soit placée au centre de toutes les politiques économiques publiques. Présidé par Mr Ali HADDAD, le forum regroupe 4000 chefs d'entreprise représentant 7000 entreprises à février 2018. Les sociétés membres du FCE cumulent un chiffre d'affaires global de plus de 40 milliards de dinars et emploient plus de 300000 salariés.

2. La PME algérienne : Evolution et développement

Le secteur de la PME en Algérie, vers la fin des années quatre-vingt à connu un essor remarquable depuis les réformes économiques engagées. L'accélération des créations des PME est un phénomène visible dans le paysage économique national. Il n'existait pas en Algérie de définition officielle décrivant les PME avant l'adoption de la loi d'orientation sur la PME en décembre 2001, il n'existe pas de définition officielle de ce type d'entreprise. Avant cette date, l'Office National des Statistique a pris en considération le critère de l'effectif pour arriver à effectuer un classement des entreprises. La définition attribuée est la suivante : la PME étant une entreprise de production de biens et de services employant de 250 personnes, ce qui rend difficile la comparaison entre les périodes.

La loi d'orientation sur la PME en Décembre 2001 a conduit à une définition plus officielle. Le tableau n°5 Nous le démontre :

²⁹ Samia gharbi document de travail les PME EN ALGERIE : ETAT DES LIEUX UNIVERSITE DU LITORAL. COTE D'OPALE Laboratoire de recherche sur l'industrie et l'innovation. 2011, P6

Tableau n°3 : Indicateurs de mesure de la taille des PME

| Taille | Effectif employé | Chiffre d'affaire (DA) | Total du bilan (DA) |
|---------------------------|------------------|-----------------------------------|------------------------------------|
| Micro-entreprise | 1 à 9 | <20 millions | <10 millions |
| Petite-entreprise | 10 à 49 | <200 millions | <100 millions |
| Moyenne-entreprise | 50 à 250 | 200 millions – 2 milliards | 100 millions – 500 millions |

Source : IFOURAH Houcine, La décision de création d'entreprise et entrepreneuriat en Algérie, thèse de doctorat, 2014, P 157

3. Les dispositifs d'aides à la création d'entreprises :

En Algérie, il existe différents organismes qui peuvent jouer un rôle d'accompagnement au développement des PME : ce sont des structures d'aides, sous forme d'institutions nationales chargées de la mise en œuvre des politiques publiques d'aides et d'accompagnement à la création d'entreprise. Nous parlons de l'ANDI, de l'ANSEJ, de l'ANGEM, et de la CNAC.

3.1 L'Agence nationale de développement des Investissements (ANDI)

Après APSL, l'Agence de promotion, de soutien et de suivi des investissements créée en 1993, l'ANDI a été mise en œuvre en 2001 après l'ordonnance 10-03 du 20 août 2000. Cette agence a pour but principalement :

- D'assurer la promotion, le développement et suivi des investissements ;
- De faciliter l'accomplissement des formalités constitutives des entreprises et de concrétiser les projets ;
- D'octroyer les avantages liés à l'investissement dans le cadre du dispositif en vigueur.

3.2 L'Agence nationale de soutien à l'Emploi de jeune (ANSEJ)

L'ANSEJ est une agence publique créée en 1996 pour encourager, soutenir et accompagner les jeunes chômeurs porteurs d'idée de projet de création d'entreprise.

Cette agence a pour mission :

- Soutenir, conseiller et accompagner les jeunes promoteurs dans le cadre de la mise en œuvre de leurs projets d'investissement ;
- De gérer, conformément à la législation, et à la réglementation en vigueur, les dotations du fonds national de soutien à l'emploi de jeunes, notamment les aides et la bonification des taux d'intérêt, dans la limite des enveloppes mises à sa disposition par le ministre chargé du travail et de l'emploi ;
- D'assurer le suivi des investissements réalisés par les jeunes promoteurs en veillant au respect des clauses des cahiers des charges qui les lient à l'agence et en les assistant, en cas de besoin, auprès des institutions et organisation concernés par la réalisation des Investissements.

3.3 L'Agence nationale de Gestion du Micro Crédit (ANGEM)

L'AGEM est un dispositif crée en 2004, donnant la chance à une certaine catégorie de citoyens (sans revenus ou disposant de petits revenus) d'avoir des prêts leur permettant l'achat d'un équipement ou de matière et de ce fait les intégrer dans la vie économique et sociale.

3.4 La Caisse Nationale d'assurance Chômage (CNAC)

En 1994, un décret instituer l'assurance chômage en faveurs des salariés susceptibles de perdre leur emploi de façon involontaire et pour raison économique.

Cette décision a fait naître la caisse nationale d'assurance chômage (CNAC).

Cette institution a pour mission :

- D'aider et de soutenir, la réinsertion dans la vie active des chômeurs régulièrement admis au bénéfice des prestations de l'assurance chômage ;
- De constituer et maintenir un fonds de réserve pour lui permettre de faire face en toute circonstance à ses obligations vis-à-vis des bénéficiaires ;
- Enfin dans le cadre de ses missions, la caisse, en relation avec les institutions financières participe au développement de la création d'activités au profit des chômeurs dont elle a la charge notamment les chômeurs promoteurs âgés de 35 à 50 ans, et cela par le financement des investissements ou l'octroi de prêt non rémunéré.³⁰

³⁰ IFOURAH Houcine, La décision de création d'entreprise et entrepreneuriat en Algérie, thèse de doctorat, 2014, P 169

Conclusion

Tout au long de ce premier chapitre, nous nous sommes positionnés dans le cadre théorique de notre recherche notamment, au sein du champ de l'entrepreneuriat ; L'entrepreneuriat est une source de richesse qui participe au développement du secteur privé et joue un rôle déterminant dans la lutte contre chômage, il contribue également positivement au développement de la région et considéré comme le moteur principal de tout développement économique.

Chapitre II

L'entrepreneur : Caractéristiques et motivation

Chapitre II : L'entrepreneur : Caractéristiques et motivation

Pour créer une entreprise ou une activité nouvelle, il est nécessaire de faire une distinction entre une idée et une opportunité

« L'entrepreneur est un être passionné, épris de liberté, qui se construit une prison sans barreaux »³¹.

L'envie d'entreprendre est le désir d'agir et de se comporter comme un entrepreneur. Elle apparaît en premier lieu dans la tête des individus et elle est liée à des changements de perceptions et d'attitudes.

Section 01 : Entrepreneur principal acteur de l'entrepreneuriat

« Un entrepreneur doit être prêt à passer de longues heures et à être le dernier à être payé dans la société » Michael Mulhall

1-1 Définition de l'entrepreneur

Plusieurs études ont été effectuées pour étudier la personnalité d'un entrepreneur. Les résultats de ces études peuvent nous aider à obtenir le profil d'un entrepreneur prospère. Ce qui fait l'inexistence de définition unique de l'entrepreneur, la notion entrepreneur a évolué dans le temps et été sujet d'études de différents économistes. Selon l'OCDE, (1998) : « l'entrepreneur peut être considéré comme celui et celle qui prend des risques, associe les ressources de manière cohérente et efficiente, innove en créant de nouveaux services, produits ou procédés à long terme par la définition d'objectifs et matérialise des bénéfices au-delà de l'allocation courante des ressources³².

³¹Alain Fayolle, Entrepreneuriat Apprendre à entreprendre, 1^{er} Edition, 2004, p54.

³²IFOURAH Hocine, La décision de création d'entreprise et entrepreneuriat en Algérie, thèse de doctorat, 2014, P p146

Chapitre II L'entrepreneur : Caractéristiques et motivation

1.1.1 Définitions selon les écoles de pensées sur l'entrepreneur :

- **L'école du surhomme** « La première école voit dans l'entrepreneur un être extraordinaire, au sens étymologique. L'entrepreneur y décrit comme un individu né avec un sixième sens, une capacité intuitive à entreprendre et à réaliser des actions spectaculaires. »
- **L'école des caractéristiques psychologiques** : pour cette école, « l'entrepreneur possède des caractéristiques psychologiques unique qui ne détiennent pas les non entrepreneurs.» (McClelland1961; Brochhaus1980; Hirish et O'brien1981; Carland et al1988.)
- **L'école classique** : elle s'intéresse à l'innovation et la détermination des opportunités d'affaire « dans ce courant les conceptions peuvent différer et opposer ceux qui pensent que l'innovation, la reconnaissance d'opportunités ou encore la créativité relèvent des capacités individuelles très fortement ancrées dans des personnalités et des tempéraments, et ceux qui restent convaincus que ces aptitudes peuvent très largement être acquises et développées.»
- **L'école de management** : « un entrepreneur est quelqu'un qui perçoit une opportunité de créer une organisation pour la poursuivre. » (Bygrave, 1994)
- **L'école du leader** : d'après Cunningham et lisheron ; « l'entrepreneur est souvent leader, qui conduit les hommes vers l'atteinte des buts et objectifs qu'il a assigné ; il doit aider ses collaborateurs dans leurs développement personnel et, de ce point de vue, l'entrepreneur et plus qu'un « manager », il est aussi un « leader of people » (Carsurd et al, 1986).
- **L'école de l'intrapreneur** « l'intrapreneur est un manager dont on voudrait qu'il soit à la fois peu défait des autres managers, mais aussi doté d'une capacité à entreprendre. »³³

³³Alain Fayolle & Michel DEGEORGE, Dynamique entrepreneuriale p24-28.

1.1.2 Définition selon Capital social :

Verstaete.T (2000) lui aussi à son tour a défini les entrepreneurs selon leur capital social.³⁴

- **L'entrepreneur technologique** : il crée son entreprise dans le secteur des technologies des pointes. Sa réussite ne s'improvise pas, mais elle est le résultat d'une politique publique de longue haleine qui combine enseignement, recherche et industrie.
- **L'entrepreneur de proximité** : il est le produit des mesures de politiques publiques mises en œuvre depuis le milieu des 1980 dans certains pays industriels pour tenter de remédier à la précarité économique de certains individus.
- **L'entrepreneur traditionnel ou routinier** : il se trouve évidemment partout, tant en période de croissance que des crises. Il se positionne sur des marchés à l'abri de la concurrence des grandes entreprises.
- **L'entrepreneur social** : son rôle n'est pas différent de l'entrepreneur habituel, en effet celui-ci associe des ressources de manière cohérente et efficiente, innove en créant de nouveaux services, produits ou procédés, mais à but non lucratif et au profit de l'intérêt général.
- **L'entrepreneur virtuel** : Preneur de risque de créatif, l'entrepreneur virtuel est le résultat du développement du réseau d'internet, et de l'explosion des nouvelles technologies et de l'information et de la communication, son lieu de travail est souvent son domicile.

1.2 Les types d'entrepreneurs : L'entrepreneur et les approches typologiques

Au fil des années la notion d'entrepreneur est évoluée, cependant il est possible de classer ces derniers selon plusieurs critères et approches lesquelles nous pouvons citer ;

³⁴ IFOURAH Hocine, La décision de création d'entreprise et entrepreneuriat en Algérie, Université de Bejaia, 2014.p148

1.2.1 La typologie de Norman Smith ³⁵

- **L'entrepreneur artisan** versus **l'entrepreneur opportuniste** ; Cette typologie, proposée en 1967, est l'une des toutes premières à avoir vu le jour. Elle comprend deux figures d'entrepreneurs : l'entrepreneur artisan et l'entrepreneur opportuniste.
- **L'entrepreneur artisan** : possède peu d'éducation mais a une forte compétence technique. Le travail constitue le centre d'intérêt de cet entrepreneur et il adopte volontiers une attitude paternaliste au sein de son entreprise. Il craint de perdre le contrôle de son entreprise et refuse généralement la croissance pour celle-ci.
- **L'entrepreneur opportuniste** : offre une figure presque opposée à la précédente. Il possède, en effet, un niveau d'éducation plus élevé et ses expériences de travail sont diversifiées et nombreuses. Cet entrepreneur s'identifie plus à la gestion et ses comportements habituels refusent le paternalisme alors qu'ils accordent une place importante à la croissance et au développement de l'entreprise même s'il faut pour cela perdre un peu d'indépendance.

1.2.2 La typologie de Laufer :

Jacqueline Laufer (1975)³⁶ dans une étude réalisée entre 1950 et 1970, a analysé soixante cas de création d'entreprises. En croisant la motivation dominante à la création d'entreprise et les buts principaux de l'entrepreneur, elle met en évidence quatre types d'entrepreneurs :

- **L'entrepreneur manager ou innovateur** : Formé dans une grande école, il a déroulé une carrière brillante dans des grandes entreprises. Ce type d'entrepreneur est motivé par les besoins de création, de réalisation et de pouvoir. Ses buts s'articulent prioritairement autour de la croissance et de l'innovation.

³⁵ Azzedine TOUNÉS , L'INTENTION ENTREPRENEURIALE, Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, UNIVERSITE DE ROUEN, (2003), P68

³⁶ Alain Fayolle et Jean-Michel DEGEORGE dynamique entrepreneuriale le comportement de l'entrepreneur MAI 2012, P77

Chapitre II L'entrepreneur : Caractéristiques et motivation

- **L'entrepreneur propriétaire orienté vers la croissance** : L'objectif de croissance est également présent pour cet entrepreneur, mais l'autonomie financière représente également un objectif important et la recherche d'équilibre entre croissance et autonomie constitue une préoccupation permanente. Ses motivations à la création d'entreprise sont proches de celles de la figure précédente, avec un besoin de pouvoir beaucoup plus marqué.
- **L'entrepreneur refusant la croissance mais recherchant l'efficacité** : Cet entrepreneur choisit clairement un objectif d'indépendance et refuse la croissance qui pourrait l'amener à ne pas atteindre ce but prioritaire. Ses motivations sont beaucoup plus centrées sur les besoins de pouvoir et d'autorité. Très fréquemment, l'orientation technique de l'entrepreneur et de l'entreprise est accentuée.
- **L'entrepreneur artisan** : Dans cette approche, une figure d'entrepreneur déjà évoquée. La motivation centrale est le besoin d'indépendance et l'objectif essentiel est la survie de l'entreprise. À cet égard, l'indépendance est plus importante que la réussite économique.

1.2.3 Typologie Julien et Marchesnay (P.I.C et les C.A.P)

Cette typologie existe en trois grandes aspirations socio-économiques chez l'entrepreneur

- **La pérennité** : De son entreprise, c'est-à-dire la durée (le temps), surtout l'espoir de la transmission de celle-ci à un successeur désirant la survie et la continuité de l'entreprise et la tâche à accomplir.
- **L'indépendance** : l'entrepreneur souhaite être indépendant comme chaque individu souhaitant créer son entreprise, en termes de propriété d'un capital, et autonome en termes de prise de décision. Ce sont deux formes distinctes de la volonté d'indépendance.
- **La croissance** : nous pouvons l'assimiler au développement, l'efficacité, la volonté, la puissance et au désir du pouvoir.

Julien et Marchesnay (1988)

Julien et Marchesnay distinguent deux grands types d'entrepreneurs :

- **L'entrepreneur P.I.C. (Pérennité - Indépendance - Croissance)**
Les comportements dominants sont, en gros, analogues à ceux de l'entrepreneur artisan. Le développement de l'entreprise est soumis aux conditions de pérennisation et d'indépendance, c'est-à-dire à la capacité de l'entrepreneur et de sa famille à créer des richesses qui, dans un processus d'accumulation, constitueront le patrimoine familial.
- **L'entrepreneur C.A.P. (Croissance - Autonomie - Pérennité) :** c'est à l'affût des occasions de création et développement d'affaires rentables offertes par les opportunités de l'environnement. Le goût du défi, l'envie de relever des challenges, le leadership et la réalisation personnelle, plus que la recherche d'un cadre d'action sécurisant semble être ses ressorts entrepreneuriaux principaux. Les objectifs personnels de l'entrepreneur P.I.C sont la recherche de la pérennité et de l'indépendance alors que ceux du C.A.P. le poussent à privilégier la croissance.

1.2.4 L'approche de Schumpeter

Dans l'approche de Schumpeter les types d'entrepreneur sont déterminés plutôt par les fonctions (économiques) qu'il met en œuvre et les positions (sociales) dans lesquelles il se trouve, il a mis l'accent sur le leadership et non pas sur la propriété, pour lui l'entrepreneur est celui qui combine les facteurs de production et l'innovation dans une dynamique économique.

L'approche de **Schumpeter** distingue **4 types** d'entrepreneurs :

- **Le fabricant commerçant :** présent un projet capitaliste le plus souvent. Les fonctions exercées par ce type d'entrepreneur sont multiples et ce dernier transmet sa position essentiellement de façon héréditaire.
- **Le capitaine d'industrie :** agit, soit par influence personnelle, soit dans le but d'acquérir la propriété ou le contrôle de la majorité des actions.
- **Le directeur salarié :** possédant un statut particulier, et qui peut être intéressé ou non aux résultats de l'entreprise. Dans tous les cas, son comportement n'est pas celui d'un capitaliste.

- **Le fondateur** : s'implique très fortement au tout début de la vie de l'entreprise. Il lance l'affaire, puis assez rapidement se retire.

Section 02 : Les caractéristiques de l'entrepreneur

L'entrepreneuriat est une activité qui implique la découverte, l'évolution, et l'exploitation des opportunités qui nécessite des compétences relatives aux décisions de création, d'organisation, de planification en rapport avec l'intérêt de la vie de l'entreprise, plusieurs typologies de compétences ont été proposées en termes de gestion de temps, de travail, gestion des ressources humaines, marketing ...

1. Typologie de quatre compétences :

Chakir³⁷ propose cette typologie de quatre compétences.

1.1. Compétence managériale typique : avoir une vision ou le savoir de devenir, aptitudes dans le domaine de l'organisation, la prise de décision, la communication et la prise de responsabilité, capacité de résoudre les problèmes.

1.2-Compétence sociale : capacité d'écoute, savoir déléguer, savoir constituer le tirer, profit des réseaux, relation humaines, aptitude dans le domaine de la coopération du travail de groupe.

1.3-Aptitudes personnelle : confiance en soi, motivation, énergie, capacité de résistance et d'endurance, capacités conceptuelles.

1.4-Compétence entrepreneuriale typique : esprit d'initiative, sens de l'action et de la créativité, prise de risque au niveau de la concrétisation des idées.

Autrement, il est admis que les compétences entrepreneuriales peuvent être innées apprises ou développées par intersection et échanges avec l'environnement de l'entrepreneur.

2. L'entrepreneur et les caractéristiques psychologiques :

L'entrepreneur est vu dans ce courant, comme un innovateur, un organisateur et un leader, ou encore comme un individu doté de caractéristiques psychologiques uniques (besoin, valeur, attitude) qui le guident. Il peut donc s'agir de valeurs (éthique, responsabilité, sens de

³⁷Hmitouch et Younes Laliem Massil, les déterminants de l'intention entrepreneuriale dans le secteur touristique en Algérie, mémoire fin de cycle ,2019 p15

Chapitre II L'entrepreneur : Caractéristiques et motivation

l'engagement), d'attitudes (prise de risques, d'initiatives, autonomie) ou de besoins (indépendance, reconnaissance, réalisation). L'entrepreneur est celui qui présente ces traits distinctifs et ces caractéristiques particulières. Nombreuses sont les recherches qui ont essayé d'apporter la démonstration que l'entrepreneur possède des traits que ne détiennent pas les non-entrepreneurs (McClelland, 1961 ; Brockhaus, 1980; Hirish & O'Brien, 1981).

Ces recherches ont permis de mettre en lumière de nombreux traits ou caractéristiques tels que :

- L'optimisme,
- L'atypisme,
- La flexibilité,
- La persévérance
- La tolérance à l'ambiguïté et à l'incertitude,
- La confiance en soi,
- L'implication long terme,
- Le lieu de contrôle interne (le sentiment qu'un individu a qu'il contrôle directement le cours des choses),
- L'auto-efficacité,
- La prise de risques modérés ...

Si, cette idée des traits discriminants semble aujourd'hui abandonnée, les recherches en psychologie, psychologie cognitive, psychosociologie ont été considérablement développées au cours des dernières années (Carsrud et Brannback, 2009 ; Johnson et Delmar, 2010; Frese, 2011 ; Shaver, à paraître). Très souvent, les études empiriques qui utilisent les traits de personnalité de l'entrepreneur comme facteurs explicatifs du comportement ou de la performance des entreprises retiennent à ce niveau le lieu de contrôle interne, le besoin d'accomplissement et la propension à la prise de risque (Korunka et al.2010)³⁸.

3. L'entrepreneur et l'innovation

De nombreuses personnes pensent que la caractéristique essentielle du comportement entrepreneurial est l'innovation. Les entrepreneurs doivent donc témoigner d'une réelle créativité et d'une capacité à innover. Leur fonction principale est l'innovation et

³⁸Alain Fayolle, Entrepreneuriat 'apprendre à entreprendre' 2^{ème} édition, 2012 p72

Chapitre II L'entrepreneur : Caractéristiques et motivation

l'introduction, dans un environnement donné, de nouvelles combinaisons productives (Schumpeter, 1935). Dans ces conditions, l'innovation, la créativité et la découverte d'opportunités constituent des éléments clés du phénomène entrepreneurial s'inscrivent dans ce courant de pensée des économistes qui ont travaillé sur l'innovation (notamment Schumpeter et Drucker) ou sur l'opportunité (notamment Mises, Hayek et Kirzner) et aussi des spécialistes des sciences de gestion qui considèrent comme essentiel le processus de reconnaissance des opportunités (Stevenson & Jarillo, 1990; Venkataraman, 1997 ; Shane & Venkataraman, 2000). L'innovation ne doit pas être entendue comme étant nécessairement une innovation de rupture. Elle peut s'envisager également à travers des modifications marginales qui vont permettre à une offre d'affirmer une certaine compétitivité.

4. L'entrepreneur et le management

Les entrepreneurs sont des organisateurs de processus de création de richesses économiques. Ils poursuivent des opportunités et s'efforcent de les concrétiser en utilisant des techniques appropriées de gestion et de management. Certains auteurs cités précédemment comme Stevenson et Jarillo, s'inscrivent dans cette école et adhèrent à la définition suivante de l'entrepreneur : « An entrepreneur is someone who perceives an opportunity and creates an organisation to pursue it » (Bygrave, 1994, p. 2). Certaines approches qui s'intéressent au processus entrepreneurial s'insèrent dans ce courant, ainsi que les travaux de quelques économistes qui voient dans l'entrepreneur un coordinateur de ressources (Casson, 1982).

La formation des entrepreneurs, leur préparation et leur appropriation d'outils de management apparaissent comme des étapes possibles et souhaitables de la démarche entrepreneuriale (Bird, 1988). À titre d'exemple, les techniques de développement d'un plan d'affaires, d'évaluation d'une opportunité et d'acquisition de ressources, dans un contexte de création d'activités, constituent de tels outils. Au milieu des années 1980, Hont essayé de montrer que les comportements entrepreneuriaux relèvent d'une approche particulière du management.

5. L'entrepreneur et le leadership

L'entrepreneur est avant tout un leader qui sait animer des équipes, s'adapter à leurs besoins et les conduire vers l'atteinte des buts et des objectifs qu'il a assignés. L'entrepreneur, dans cette école de pensée, doit aider ses collaborateurs dans leur développement personnel et de ce point de vue, il est beaucoup plus qu'un manager, il est aussi un leader of people (Carsrud et al. 1986). Cunningham et Lischeron (1991) pensent que cette vision de l'entrepreneur

Chapitre II L'entrepreneur : Caractéristiques et motivation

constitue l'aspect non technique de l'école précédente et que celui qui entreprend doit être également un *people manager* ou un *leader/mentor* qui joue un rôle dans la motivation, la direction et la conduite de son personnel. Ils utilisent, pour appuyer leur point de vue, les propos de Kao : « Thus, the entrepreneur must be a leader, able to define a vision of what is possible, and attract people to rally a round that vision and transform it into reality ». Ceci a bien évidemment des incidences sur l'éducation et la formation des entrepreneurs (Filion, 1991), même s'il n'est pas toujours évident « d'enseigner le leadership ».

6. L'entrepreneur organisationnel

Dans cette dernière école de pensée apparaît la figure de l'*intrapreneur*¹, c'est-à-dire un entrepreneur particulier qui agit dans des organisations existantes et pour le profit de ces dernières. L'*intrapreneur* ou entrepreneur organisationnel est un manager dont on voudrait qu'il soit à la fois peu différent des autres managers mais aussi doté d'une capacité à entreprendre. Les entreprises souffrent d'un manque d'innovation et d'une insuffisante capacité de réaction dans un monde où tout s'accélère. L'entrepreneuriat organisationnel est vu comme une réponse à ces difficultés. Des comportements entrepreneuriaux, individuels ou collectifs, comme l'orientation vers les opportunités, la capacité d'innovation, la prise d'initiatives et de risques, la pro-activité, le sens accru des responsabilités, peuvent permettre à des entreprises d'innover, de se développer et de diversifier leurs activités dans d'autres domaines (Burgelman, 1983 ; Lumpkin et Dess, 1996 ; Baron et Shane, 2008 ; Fayolle, 2010). Gartner (1990) et Bruyat (1993) ont par ailleurs montré que l'entrepreneuriat pouvait concerner indifféremment le secteur privé et le secteur public, voire même le secteur associatif. Le développement de comportements entrepreneuriaux dans des organisations confère une certaine légitimité à l'existence d'une forme persistante d'entrepreneuriat qui s'opposerait, d'une certaine façon, au processus de bureaucratisation inéluctable des entreprises (Bouchikhi, 1994). Cette dernière école de pensée est actuellement très active à en juger par les nombreux dossiers et numéros spéciaux qui ont été publiés au cours des dernières années.

Chapitre II L'entrepreneur : Caractéristiques et motivation

Les caractéristiques les plus souvent attribuées aux entrepreneurs par les spécialistes qui amènent les individus à une activité entrepreneuriale :

Tableau n°4 : Tableau des caractéristiques des entrepreneurs assigné par les spécialistes

| Innovateurs | Débrouillards | Utilisation des ressources |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Leaders ✓ Prendre de risques ✓ Modérés ✓ Créateurs ✓ Energétique ✓ Persévérant ✓ Originaux ✓ Optimistes | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Orientés vers les résultats ✓ Besoin de réalisation ✓ Indépendants ✓ Confiance en soi ✓ Tendance à faire confiance ✓ Sensibilité envers les autres ✓ Apprentissage ✓ Flexibles | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Initiative ✓ Internalisé ✓ Implication à long terme ✓ Agressivité ✓ Argent comme mesure de performances ✓ Tolérance à l'ambiguïté et à l'incertitude. |

Source : Wtterwulgher R, « la PME : Une entreprise humaine »³⁹, Boeck Université, 1998, p 132/

Cette liste reste sans limite car beaucoup la rallongeraient, le problème dévoilé dans certaines de ses caractéristiques c'est que les entrepreneurs et les non entrepreneurs possèdent les mêmes traits. Cependant, il est utile de comprendre les caractéristiques attribuées aux entrepreneurs pour repérer mieux leur profil.

³⁹HESSAS Toufik, L'entrepreneuriat : Les déterminants de création d'entreprise, 2018, P21

7. Les motivations principales des entrepreneurs

Tableau n°5 : Résumé des points essentiels des motivations de l'entrepreneur.⁴⁰

| Liste des motivations des entrepreneurs |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">➤ Le besoin d'accomplissement.➤ Recherche d'indépendance.➤ L'envie de développer ses propres idées.➤ Le besoin de reconnaissance ou la recherche d'un statut social.➤ Le goût du défi, l'envie de relever des challenges.➤ Le besoin d'estime personnel. |

Source : Alain Fayolle Entrepreneuriat, 'apprendre à entreprendre' 2^{ème} édition, 2012 p71

8. Les objectifs de l'entrepreneur

Savoir fixer ses objectifs est un art, tout comme le fait de les atteindre ; L'entrepreneur doit se fixer des objectifs clairs et nets qui l'orienteront vers la priorité de l'entreprise, souligner ses objectifs permet de mettre le temps et les efforts au bon endroit pour s'assurer une croissance très rapide a son entreprise.

« L'amélioration qualitative du produit et du service à la clientèle est présentée comme une priorité de la politique commerciale. »⁴¹

L'indépendance financière : l'indépendance est motivation forte, très souvent avancée pour expliquer l'acte d'entreprendre.

⁴⁰Alain Fayolle Entrepreneuriat 'apprendre à entreprendre' 2^{ème} édition 2012 p71.

⁴¹Dédier Van Caillie et Claire Lambrecht, L'entrepreneur, ses motivations, sa vision stratégique, ses objectifs, Mai1995, p17.

Section 03 : L'intention entrepreneuriale

Après avoir défini les caractéristiques spécifiques de l'homme créateur, et d'avoir identifié son rôle, il est question, de comprendre quels sont les intentions qui rend cette personne convaincue de concrétiser un projet, il s'agit des motivations, impulsions et ambition qui terminent par l'engagement à l'action d'entrepreneuriat.

1. Définition de l'intention

L'intention est une manifestation mentale qui implique une volonté d'atteindre un certain but tel que la création d'entreprise.⁴²

L'intention reflète aussi bien le désir d'agir que la croyance selon laquelle on va agir. Ce devrait être l'antécédent le plus proche de l'action ou tentative de comportement (Brand, 1984) « Intentions are a cognitive structure including both goals (ends) and plans (means), tough goals typically crystallise in subjects' minds before the plans to reach goals. » (Ajzen, 1987)

Boisson et al. (2005) considèrent que : « L'intention de créer une entreprise est supposée dépendre de trois éléments : l'attrait perçu de la création d'entreprise ; le degré d'incitation à entreprendre perçu dans l'environnement social ; la confiance qu'a l'individu en sa capacité à mener à bien le processus entrepreneurial. »⁴³

J.-P. NEVEU (1996, p. 21), « L'intention représente une étape nécessaire au cheminement motivationnel vers le comportement. »⁴⁴B.J. BIRD (1988, p. 44389 ; 1992, p. 1190) « l'intention à une liberté et une volonté individuelle, elle est un état de l'esprit qui oriente l'attention, et conséquemment, l'expérience et l'action de l'individu vers un objectif spécifique (créer une entreprise, décisions de croissance, changements).⁴⁵

L'intention est une perception qui permet d'appréhender la création de l'entreprise comme une voie de carrière possible ; l'intention ne constitue pas une action. Elle représente une pensée dans un futur envisagé non certain.

⁴²Malek Bourguiba, De l'intention à l'action entrepreneuriale : approche comparative auprès de TPE françaises et tunisiennes. Gestion et management, Thèse doctorat, Université Nancy 2, 2007, P28

⁴³L'intention entrepreneuriale chez les étudiants : Enquête auprès d'un échantillon d'étudiants de l'université d'ORAN 2, 2018 Amine GUENOUN, Nadjat SEGUENI-DJAMANE, Ghalia BENYAHIA-TAIBI.

⁴⁴Azzedine TOUNÉS, Thèse doctorat Sciences de Gestion 2003, p54

⁴⁵ Op cite p 56

Chapitre II L'entrepreneur : Caractéristiques et motivation

L'intention qui a peut déboucher sur une décision peut être formée à partir de plusieurs facteurs :

Les attributs psychologiques, la culture, l'environnement social, les caractéristiques de l'environnement, le temps disponible.⁴⁶

2. L'évolution de l'intention⁴⁷ : La création d'une organisation n'est pas instantanée, c'est un processus en évolution (Garther, 1985). Pour Bird, la création d'entreprise est le résultat direct de l'intention d'un individu et des actions correspondantes ; L'action doit transformer l'intention en création. Il s'agit d'un processus plus au moins long, l'intention et donc une perception propre à l'individu, qui lui permet d'envisager la voie entrepreneuriale comme une possibilité de carrière.

Par ailleurs, certains processus entrepreneuriaux peuvent être déclenchés sans intention. Ajzen(1985) montre même que toutes les intentions ne sont pas caractérisées en action : certains sont abandonnés et certains sont modifiés, afin de s'adapter aux évolutions de l'environnement de l'individu.

A parti de la théorie des évolutionnistes, Delmar (2005, p61) précise qu'il existe une distinction entre ce que l'acteur désire faire et ce que sont les résultats de ses actions. La seule volonté ne suffit donc pas toujours à atteindre le but, des éléments extérieurs peuvent survenir et modifier les résultats des actions.

Donc un processus intentionnel peut avoir trois issues :

- ❖ L'intention se transforme rapidement en action ;
- ❖ L'abandon de l'intention : L'attractivité d'une autre situation est préférée ;
- ❖ Le niveau de l'intention sous l'effet du temps, de facteurs externes évolue jusqu'à un niveau suffisant permettant le passage à l'action.

⁴⁶Alain Fayolle & Michel DEGEORGE, Dynamique entrepreneuriale le comportement de l'entrepreneur, 2012, p104.

⁴⁷Alain Fayolle & Michel DEGEORGE, Dynamique entrepreneuriale, MAI 2012.p118 -120.

Chapitre II L'entrepreneur : Caractéristiques et motivation

Pour finir, nous ne sommes pas certains du moment précis où, dans le processus, l'intention apparaît en tant que telle, de façon consciente. L'intention peut précéder le passage à l'action ou bien elle peut survenir alors que le processus est déjà déclenché.

3. De l'intention à l'action

La création d'une organisation n'est pas instantanée, c'est un processus de l'évolution (Garther, 1985). Pour Bird (1992), la création de l'entreprise est le résultat direct de l'intention de l'individu et des actions correspondantes. L'action doit transformer l'intention en création (Bird1988). Il s'agit d'un processus plus ou moins long. L'intention et donc une perception propre à l'individu, qui lui permet d'envisager la voie d'entrepreneuriat comme une possibilité de carrière⁴⁸. La réalisation d'une intention ou l'adaptation à un but impliquent une relation entre trois termes : l'intention ou le but, les caractéristiques de l'artefact et l'environnement dans lequel cet artefact est mise en œuvre (Simon, 2004, p32)⁴⁹

Tout d'abord l'entrepreneur s'équiper d'une structure de pensée systémique et visionnaire (Filion 1990-1991) afin d'avancer dans le processus qui lui permettra de fixer ses objectifs et de mettre en œuvre les actions afin de les atteindre.

En premier lieu, la question à poser concerne la stabilité de l'intention, est ce que l'évolution du niveau de l'intention a un impact sur l'évolution du processus entrepreneuriale ? Sur une période plus au moins longue, sous l'effet du temps l'intention augmente peu à peu jusqu'à cet individu prenne une décision et commence à agir ; Nous avons vu précédemment que la formation de l'intention provenait de plusieurs antécédents, la formation de l'intention peut prévenir de l'enfance des individus puisque la construction de ces antécédents tient aussi des caractéristiques psychologiques que sociales.

Puis, les variables externes peuvent avoir une influence immédiate, ou alors elles peuvent engendrer des modifications et perceptions qui, à terme, peuvent conduire au déclenchement du processus.

Afin d'être entrepreneur est quelque chose qui se construit au cours de la vie. On ne naît pas entrepreneur. Le fait de se retrouver dans une situation entrepreneuriale qui peut engendrer le

⁴⁸Alain Fayolle & Michel DEGEORGE, Dynamique entrepreneuriale, mai 2012, p118-119,

⁴⁹Op cite, p107.

Chapitre II L'entrepreneur : Caractéristiques et motivation

déclenchement du processus n'est pas un phénomène stable. Le temps influence cette situation qui peut durer des jours, des mois, voir des années.

Les philosophes qui étudient la question de l'action s'accordent avec les psychologues sur la centralité des intentions dans l'action (Krueger et Carsrud, 1993, p.322) ainsi que sur son caractère prédictif de celle-ci (Fishbein et Ajzen, 1975 ; Ajzen et Fishbein, 1980; Ajzen, 1991 ; Krueger et Carsrud, 1993 ; Emin, 2003). Cependant, le lien entre intention et action n'est pas une certitude. Danjou (2004, p.227) précise, à cet égard, que « la question du lien entre l'intention et l'action d'entreprendre et le passage à l'acte reste largement ouverte de sorte que les modèles proposés aujourd'hui s'avèrent incomplets et ne permettent pas vraiment d'expliquer et encore moins de prédire les actions entrepreneuriales.»

D'après le Petit Robert « l'intention se définit comme le fait de proposer un certain but ou des résultats de l'action envisagée. En effet, les intentions reflètent un état mental orienté vers l'action par la définition d'un but. Elle traduit une véritable motivation à l'action, une tension psychologique orientée vers l'action. »⁵⁰

4. Les modèles de l'intention entrepreneuriat

La majorité des recherches entrepreneuriales s'appuient sur le concept multidimensionnel de phénomènes entrepreneuriaux et n'hésite pas à utiliser les apports de la recherche entrepreneuriale et de l'école de psychologie sociale. Cela est plus courant lors de la compréhension des phénomènes intentionnels.

Nous présentons donc les principales théories sur lesquelles est basé le déclenchement du processus entrepreneurial. Nous allons voir tout d'abord la théorie du comportement planifié (Ajzen 19991), suivis des théories de krueger et carsrud (1993), shapero et sokol (1982), et learned (1992), birds (1988) repris par boyd et vozikis (1994).

4.4 Théorie du comportement planifié Ajzen et Fishbein (1991)

La théorie du comportement planifié s'inscrit dans la famille des modèles de l'intention, largement mobilisée pour tenter d'expliquer l'apparition du comportement entrepreneuriale.

⁵⁰Malek Bourguiba, De l'intention à l'action entrepreneuriale : approche comparative auprès de TPE françaises et tunisiennes. Gestion et management, Thèse doctorat, Université Nancy 2, 2007, p29

Chapitre II L'entrepreneur : Caractéristiques et motivation

La création d'entreprise d'après de nombreux auteurs, est un comportement planifié et étudié, il est donc intentionnel⁵¹.

En effet, cette théorie attribue à l'intention une place centrale pour la prédiction du comportement, s'inspirant de la théorie de l'action raisonnée fondée par Ajzen et Fishbein (1980).

La théorie du comportement planifié présente l'intention comme prédicateur du comportement par, le biais de trois antécédents.⁵²

4.2 Les attitudes vis-à- du comportement

Les attitudes vis-à-vis du comportement dépendent des croyances relatives aux conséquences du comportement et de la valeur accordée à ces conséquences. Il s'agit de l'évolution que fait l'individu du comportement. Historiquement, les attitudes font références à une posture physique. Désormais, le terme attitude se définit comme une disposition, un état d'esprit. C'est un ensemble de jugement ou de tendance qui pousse à un comportement. Il est primordial de distinguer l'attitude envers un phénomène (la création d'entreprise par exemple) et l'attitude envers un comportement (l'acte de création par exemple). La validité du modèle vue par Ajzen souligne que l'attitude doit bien être en correspondance avec un comportement ciblé⁵³

4.3 La perception des normes sociales

La perception des normes sociales résulte des croyances liées à ce que les autres pensent de ce que l'on devrait faire et des motivations à se conformer aux attentes des autres. L'influence sociale est une impulsion qui peut amener les individus à modifier leurs comportements ou leurs attitudes dans la direction des schémas dominant de la culture ou la sous-culture dans laquelle ils sont immergés par exemple, la famille a toujours été le principal agent de socialisation.

⁵¹ Alain Fayolle et Jean-Michel DEGEORGE dynamique entrepreneuriale le comportement de l'entrepreneur MAI 2012 P 110 P 111

⁵² MALEK BOURGHIBA De l'intention à l'action entrepreneuriale : approche comparative auprès de TPE françaises et tunisiennes. Gestion et management, Thèse doctorat, Université Nancy 2, 2007, p45

⁵³ IFOURAH HOUCINE, , la décision de création d'entreprise et entrepreneuriat en Algérie, Thèse de doctorat , université de Béjaia, P 106

Mais, cette perception peut également provenir d'un cercle plus large que cet environnement immédiat, les amis, les collègues ont une influence.⁵⁴

4.5 La perception du contrôle comportemental

Elle est déterminée, d'une part, par la perception des opportunités et des ressources nécessaires à la réalisation du comportement et, d'autre part, par la croyance qu'il sera possible de disposer de ces ressources. Ceci induit la prise en compte des degrés de connaissance qu'un individu. Cet antécédent a sans doute le plus d'effet sur l'intention. La relation entre cette perception et l'intention apparaît pertinente.⁵⁵

L'un des principaux antécédents contribuant au développement de l'intention entrepreneuriale est sans doute la perception de l'auto-efficacité.

La perception de ses propres capacités à influencer le résultat final est primordial pour prendre une décision entrepreneuriale. Par ailleurs, les expériences passées (en relation directe ou non avec l'entrepreneuriat) et des influences sociales sont des facteurs qui peuvent affecter l'intention et /ou la décision de créer une entreprise.⁵⁶

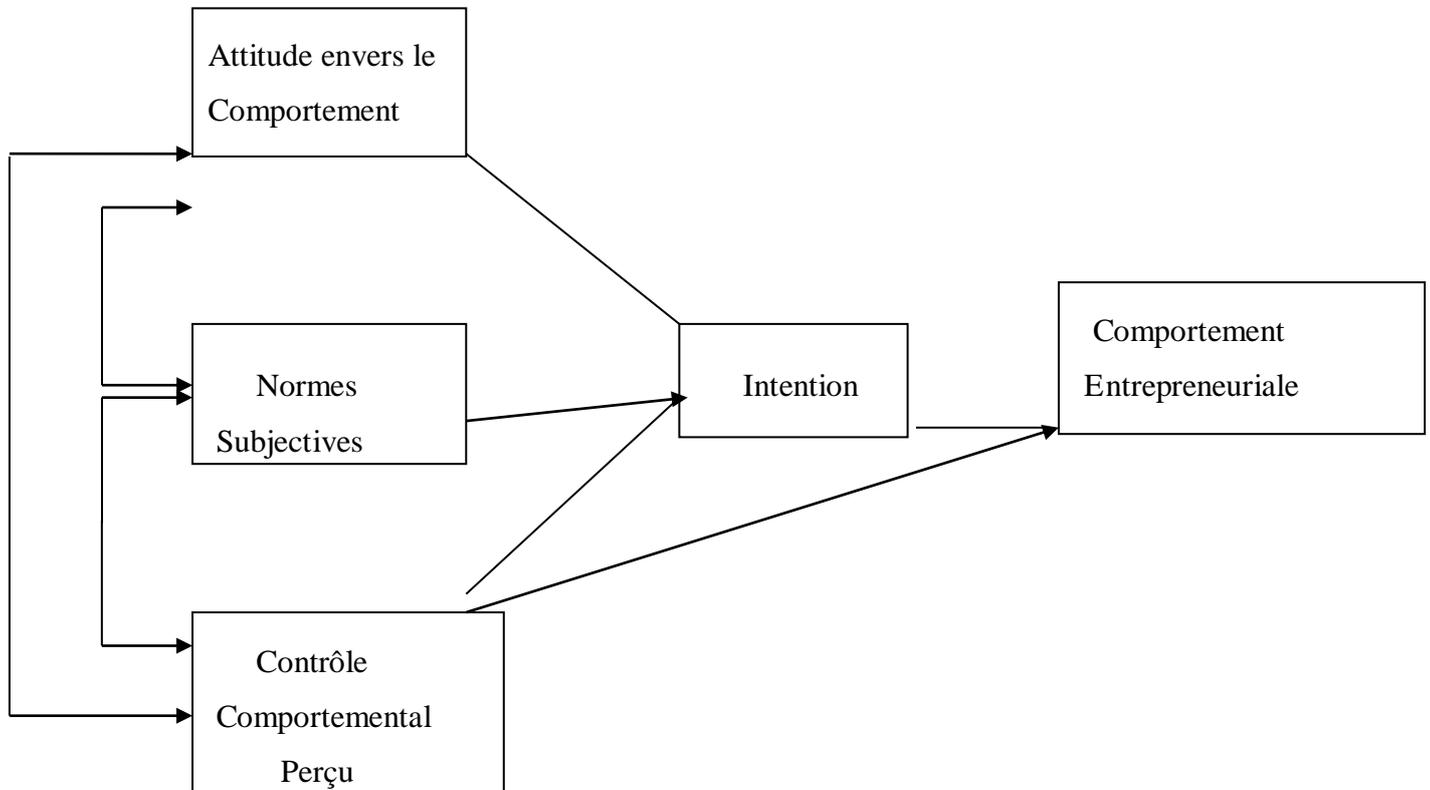
La figure suivante retrace l'articulation entre ces différentes notions.

⁵⁴ Alain Fayolle et Jean-Michel DEGEORGE dynamique entrepreneuriale le comportement de l'entrepreneur MAI 2012, P 112

⁵⁵ IDEM

⁵⁶ FOURAH HOUCINE la décision de création d'entreprise et entrepreneuriat en Algérie, Thèse de doctorat université de Béjaia, 2014, P 107

Figure n°4 : La théorie du comportement planifié



Source : Alain Fayolle et Jean-Michel DEGEORGE, dynamique entrepreneuriale le comportement de l'entrepreneur, mai 2012, P113

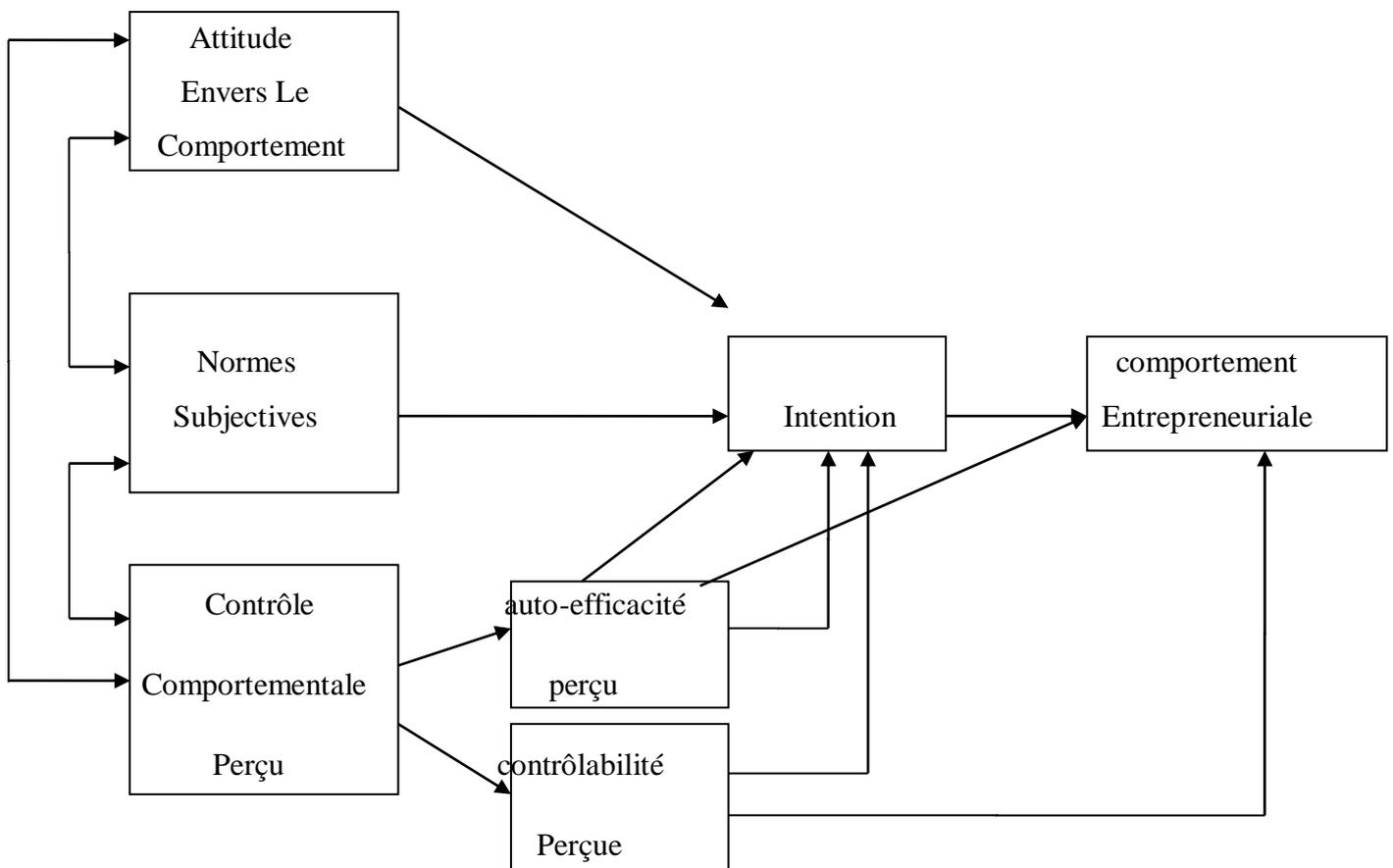
En raison de plusieurs erreurs d'interprétation, Ajzen a spécifié le concept de perception de contrôle de comportement. Il l'a divisé en deux autres antécédents. Les recherches empiriques ont permis de mettre en évidence une différence significative entre la notion de 'self-efficacy' et notion de 'controllability'. Il est à noter que chacune de ces deux notions peuvent dépendre aussi bien de facteurs internes qu'externes.⁵⁷

- **Controllability** : il s'agit de la perception de l'individu sur le contrôle du comportement. Est-ce que l'individu pense pouvoir avoir ce comportement facilement ou non ? Cela dépend bien sûr de contexte global dans lequel l'acte pourrait être réalisé.

⁵⁷ Alain Fayolle et Jean-Michel DEGEORGE, dynamique entrepreneuriale le comportement de l'entrepreneur MAI 2012, P113

- **Self-efficacy** : les 'Self-concept' sont généralement utilisés pour décrire l'image qu'une personne a d'elle-même à propos de ses capacités, ses intérêts, ses besoins, ses valeurs, ses aspirations. Ici, il s'agit de la perception qu'a l'individu de ses propres compétences sur la réalisation des actions futures.⁵⁸

Figure n°5 : Théorie du comportement planifier : résultat de plusieurs recherches empiriques.



Source : Alain Fayolle et Jean-Michel DEGEORGE, dynamique entrepreneuriale le comportement de l'entrepreneur MAI 2012, P115

⁵⁸ IFOURAH HOUCINE la décision de création d'entreprise et entrepreneuriat en Algérie, Thèse de doctorat université de Bejaïa, 2014, P108

Chapitre II L'entrepreneur : Caractéristiques et motivation

Les antécédents de l'intention et les déterminants du comportement sont donc des perceptions qui s'élaborent progressivement sous l'effet de croyances. Nous pouvons résumer ces trois antécédents à l'aide des questions suivantes : puis-je réaliser l'acte ? Est-ce que je le veux ? Est-ce que les autres l'approuveraient ?

Ce modèle a d'abord été appliqué à la prédiction de comportement humain dans des contextes variés. Par la suite, il a été testé à plusieurs reprises sur l'intention de se lancer dans une activité entrepreneuriale. Les résultats empiriques ont permis de consolider la relation entre l'intention et les trois antécédents proposés par Ajzen⁵⁹.

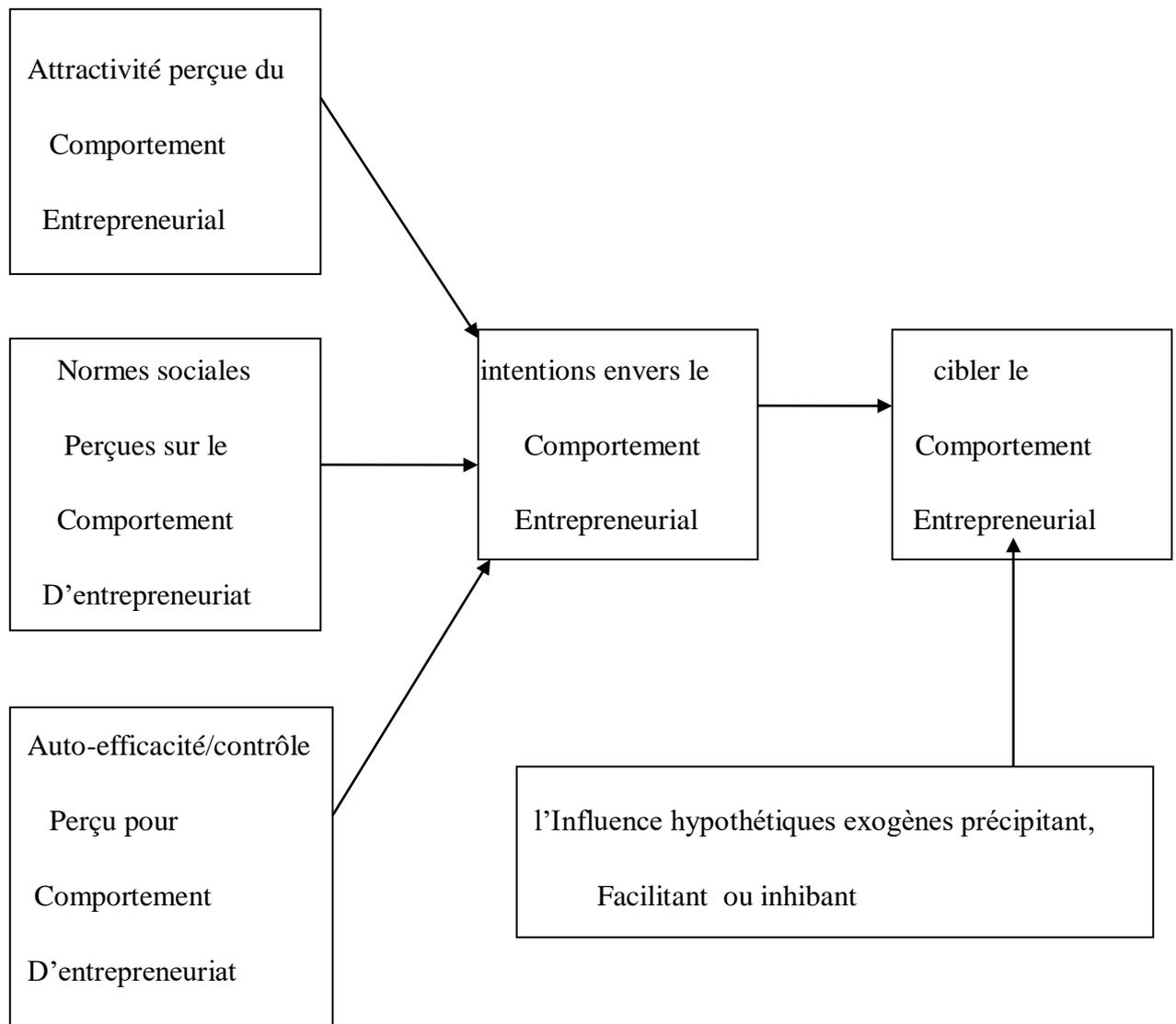
En passant maintenant à un autre modèle qui est proposé par Krueger et Carsrud en 1993.

4.6 Le modèle de Krueger et Carsrud(1993)

Krueger et Carsrud ont les premiers à appliquer la théorie du comportement planifié au champ de l'entrepreneuriat, en essayant de rendre compatible le modèle d'Ajzen (1991). Le modèle final figure n°11 qu'ils proposent est le résultat de cette approche.

⁵⁹ Alain Fayolle et Jean-Michel DEGEORGE, dynamique entrepreneuriale le comportement de l'entrepreneur MAI 2012, P115

Figure n°6 : Intention envers le comportement entrepreneurial : la théorie du comportement planifié (simplifié). (krueger et Carsrud 1993)



Source : Alain Fayolle et Jean-Michel DEGEORGE, dynamique entrepreneuriale le comportement de l'entrepreneur, MAI2012, P117

Ces auteurs donc le fait que la création d'une entreprise est un comportement planifié qui peut être plus précisément prédit par l'intention au regard du comportement que par, directement, les croyances de l'individu, ses attitudes ou sa personnalité. L'intention devient donc une variable particulièrement intéressante à étudier lorsque l'on cherche à mieux comprendre des

Chapitre II L'entrepreneur : Caractéristiques et motivation

phénomènes rares ou non routiniers. Si d'une part l'intention peut être mieux prédit par des attitudes des individus.⁶⁰

Les trois antécédents de l'intention deviennent dans ce modèle.

- **Attractivité perçue des comportements entrepreneuriaux (perceived attractiveness of entrepreneurial behaviors) :**

Ce facteur correspond aux attitudes vis-à-vis du comportement de la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) elles dépendent des croyances relatives à l'impact du comportement en termes de conséquences positive ou négative.

- **Normes sociales perçues sur les comportements entrepreneuriaux (Perceived social norms about entrepreneurial behaviors) :**

Ce critère rend compte des perceptions à propos de ce que présente le comportement visé les personnes ou les groupes qui ont une place importante. Ces perceptions sont influencées par des croyances normatives et sont d'autant moins pertinentes pour les individus qui ont un fort lieu de contrôle interne et pour ceux qui affichent une forte orientation à l'action.

- **Auto-efficacité/contrôle perçu des comportements entrepreneuriaux (Perceived self-efficacy/control for entrepreneurial behaviors) :**

Cet antécédent est tout aussi important dans ce modèle qu'il l'est dans celui de Ajzen (1991). Il a trait aux perceptions relatives à la faisabilité du comportement, les quelles constitue un prédicateur essentiel du comportement. Les individus choisissent, généralement de s'orienter vers des comportements qu'ils pensent pouvoir contrôler et maîtriser.

Ce modèle suggère que des facteurs influencent également l'intention d'un individu au travers de ses trois antécédents. Plusieurs facteurs peuvent être cités : l'expérience de l'entrepreneur, les facteurs culturels, économiques sociaux, l'environnement politique. Ces variables affectent la propension d'un individu à démarrer le processus.⁶¹

⁶⁰ Alain Fayolle et Jean-Michel DEGEORGE dynamique entrepreneuriale le comportement de l'entrepreneur MAI 2012 P 116

⁶¹ IFOURAH HOUCINE la décision de création d'entreprise et entrepreneuriat en Algérie, Thèse de doctorat université de Bejaïa, 2014, P112

4.7 La théorie de la formation de l'événement entrepreneurial Shapero et Sokol (1982)

Shepero et Sokol ont été les pionniers de l'approche de l'intention dans le champ de l'entrepreneuriat, leur modèle a été vérifié par Krueger (1993).

Il s'agit incontestablement de modèle d'entrepreneuriat plus connu. Il date de 1975, il a été également complété et enrichi.

Du point de vue de l'environnement immédiat de l'entrepreneur, certains événements de fond (sa vie professionnel ou personnel) entraînent des changements dans la trajectoire de vie de l'entrepreneur potentiel par un effondrement psychologique et/ou matériel. Par conséquent, ces événements aident à faciliter la prise de décision entrepreneuriale. Pour reprendre les termes de Shapero et Sokol (1982), le processus de changement de trajectoire d'une personne peut être décrit par des vecteurs de forces directives, qui guident la personne pour qu'elle se déplace dans une direction donnée à un moment donné. Ces déplacements peuvent être divisés en trois catégories⁶² :

- **Les déplacements négatifs** : Qui ne sont généralement pas sous le contrôle de l'individu mais plutôt imposés par l'extérieur. Ces facteurs sont les plus fréquents, mais c'est souvent la combinaison de facteurs positifs et négatifs qui amènerait à la création d'entreprise.
- **Les déplacements positifs** : Qui sont des événements relevant souvent des sources d'opportunités pas toujours professionnelles (comme une réponse à un passe-temps favori ou une occupation secondaire).
- **Les situations intermédiaires** : Qui résultent d'une rupture conséquente à l'achèvement d'une étape de vie plaçant l'individu entre deux situations ou deux engagements. Elles se différencient des déplacements par leur caractère prévisible.

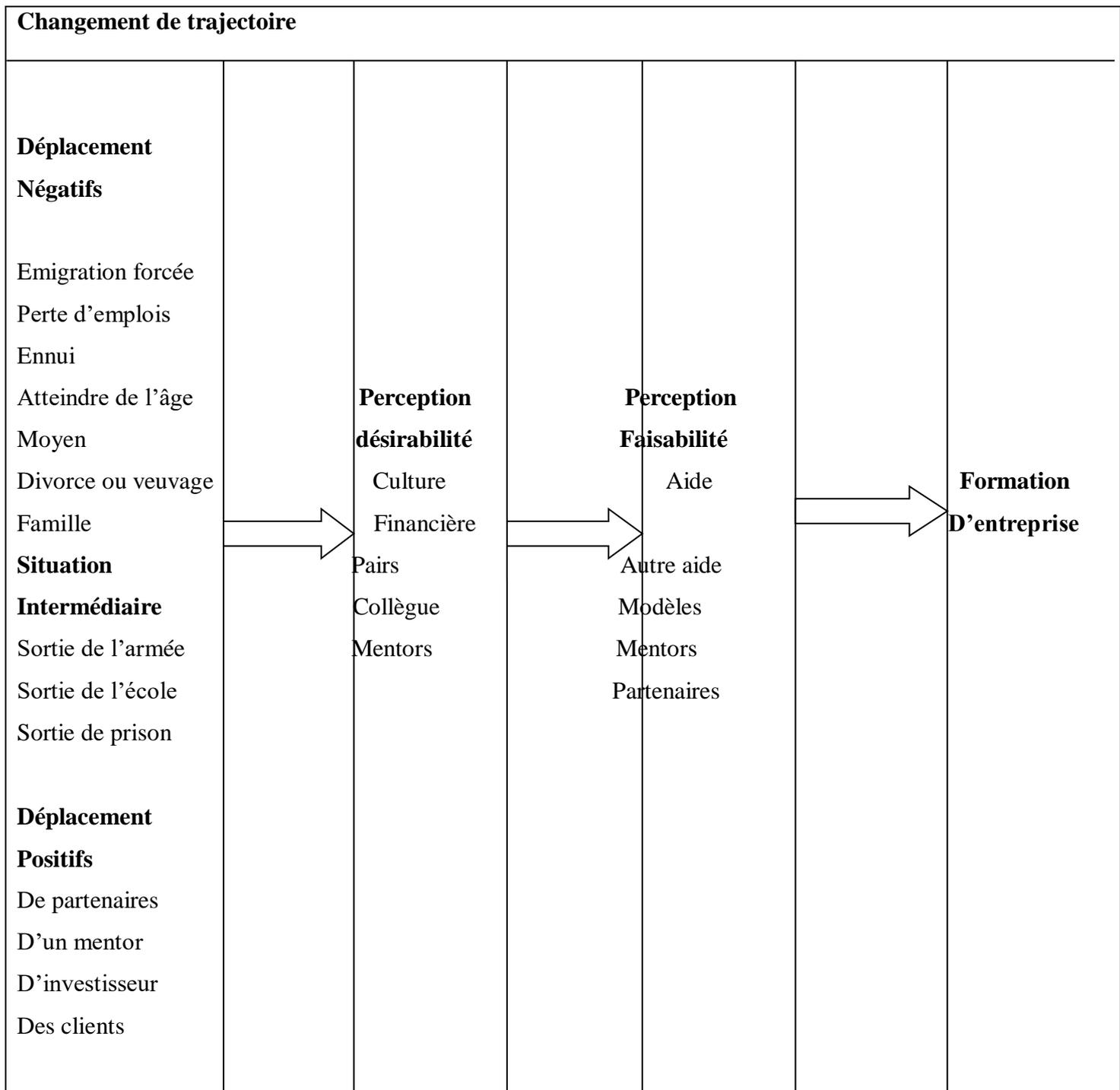
L'interaction entre les différents déplacements marque le changement de la trajectoire de vie de l'individu et sont, par conséquent, à la base du déclenchement de l'événement entrepreneurial. Par ailleurs, ces déplacements précipitant l'acte entrepreneurial, sont animés par des individus, ou des groupes d'individus, leurs permettant d'évoluer dans le

⁶²Thèse de doctorat, de l'intention à l'action entrepreneuriale, réalisé par MALEK BOURGHIBA Université Nancy 2, 2007.P 49

Chapitre II L'entrepreneur : Caractéristiques et motivation

temps. Ainsi, à l'interface de ces trois facteurs initiateurs de l'acte entrepreneurial, émergent deux auteurs variables intermédiaires : les perceptions de la désirabilité et la perception de la faisabilité, qui sont le produit de l'environnement social, culturel et économique.

Tableau n°6: Tableau ci-dessous montre le déroulement du processus de l'événement entrepreneurial selon la trajectoire de vie de l'entrepreneur.



Chapitre II L'entrepreneur : Caractéristiques et motivation

Source : Alain Fayolle et Jean-Michel DEGEORGE, dynamique entrepreneuriale le comportement de l'entrepreneur, MAI 2012, P 110

Le tableau n°6 traduit le changement de trajectoire par une combinaison de variable contextuelle menant en évidence deux concepts clé complémentaire : la perception de la désirabilité et de faisabilité, ces deux variables traduisent le concept d'émergence entrepreneurial.

Cependant, même ces variables abordent la notion de l'intention entrepreneuriale, ce dernier reste, dans la présentation proposée, conçue de façon implicite.⁶³

La formation de l'organisation

Ce modèle est proposé par Kevin E. Leonard (1992) processus aboutissant à la création d'une organisation, a pour but de permettre la diversité et la multitude des aspects que revêt le phénomène de création d'entreprise au lieu de se limiter à une seule particularité. Il comporte trois dimensions du processus de création.

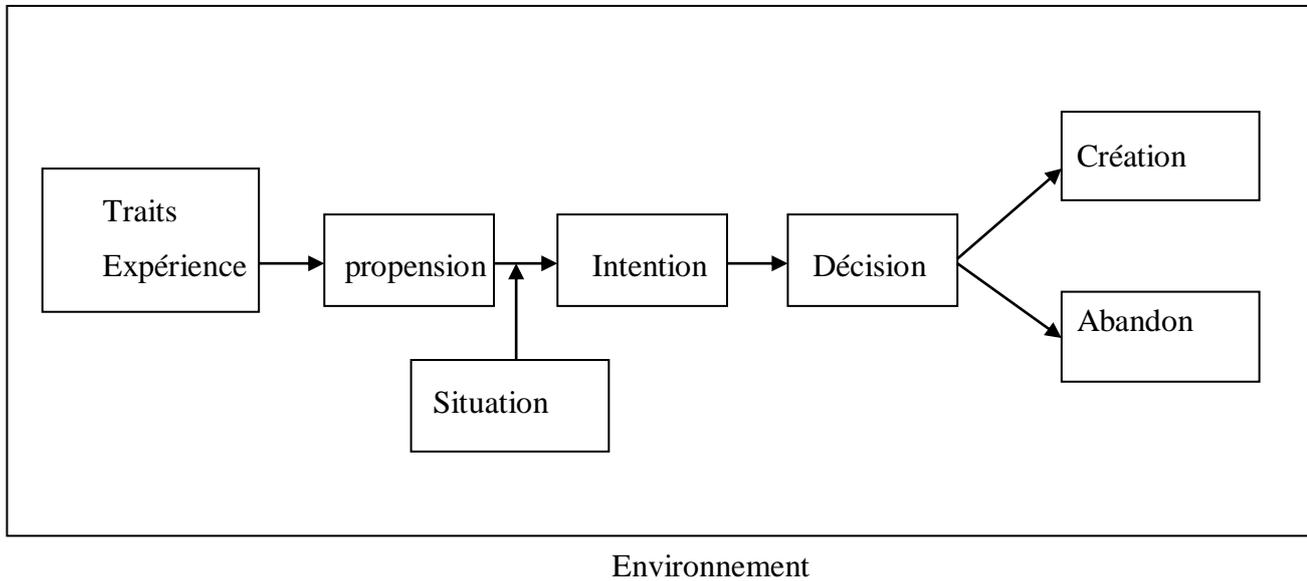
- **La propension à créer** : certains individus ont une combinaison de caractéristiques psychologiques et un passé professionnel qui les rendent plus susceptibles de créer une affaire que d'autres.⁶⁴
- **L'intention de créer** : parmi ceux-ci certains rencontrent des situations qui déclenchent l'intention de créer.
- **La prise de sens** : cette étape consiste à rechercher et à trouver dans l'environnement, l'information significatives, et a en déduit les tâches à exécuter pour créer une organisation. La décision de la personne manifestant une intention de créer peut-être prise en fonction de l'affirmation ou non des informations accumulées.⁶⁵

⁶³ MALEK BOURGHIBA, Thèse de doctorat, de l'intention à l'action entrepreneuriale, P 51

⁶⁴ IDEM P 54

⁶⁵ Thèse de doctorat, de l'intention à l'action entrepreneuriale, MALEK BOURGHIBA P 55

Figure n° 7 : Un modèle de formation d'organisation (inspiré de Learned. 1992)



Source : Alain Fayolle et jean- Michel DEGEORGE dynamique entrepreneuriale le comportement de l'entrepreneure, MAI 2012, P 106

Ce modèle correspond à la notion d'émergence organisationnelle et, donc, à la création d'une organisation nouvelle. Ce processus est obligatoirement intentionnel (un individu ne crée pas effectivement une organisation nouvelle sans en avoir auparavant une intention consciente) et linéaire.⁶⁶

⁶⁶ Alain Fayolle et jean- Michel DEGEORGE dynamique entrepreneuriale le comportement de l'entrepreneure MAI 2012 P 106

Chapitre II L'entrepreneur : Caractéristiques et motivation

Conclusion

Durant ce deuxième chapitre, nous nous sommes positionnés dans le cadre théorique de notre recherche sur l'entrepreneur, ou nous avons montré que l'entrepreneur a fait l'objet de multiples analyses et que ses motivations et ses multiples caractéristiques et de l'intention entrepreneuriale qui est le premier élément nécessaire pour créer une organisation.

Être entrepreneur c'est savoir naviguer sur l'océan de l'incertitude ; Les entrepreneurs ont la capacité de changer notre façon de vivre et de travailler. En cas de succès, Les produits, services ou technologies nouveaux et améliorés des entrepreneurs permettent de développer de nouveaux marchés leurs créations et innovations peuvent améliorer le niveau de vie et, en plus de créer de nouvelles richesses grâce à des entreprises, elles créent également des emplois et contribuent à une économie en croissance.

Chapitre III Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des entrepreneurs des entreprises de la wilaya de Bejaia

Chapitre III : Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des entrepreneurs des entreprises de la wilaya de Bejaia

Introduction :

Ce chapitre a pour but de tenter d'apporter les éléments de réponse à la problématique posée qui consiste à étudier les déterminants de l'intention entrepreneuriale des entrepreneurs de différent secteur de la wilaya de Bejaia. Pour se faire, une enquête de terrain par questionnaire est réalisée sur un échantillon de 27 entreprises, les données collectées ont fait l'objet d'une analyse de notre part. Ce chapitre présente les éléments méthodologiques caractérisant notre démarche de recherche, ainsi que la présentation, et analyse et interprétation des résultats de notre enquête.

Section 01 : La démarche méthodologique

Nous allons présenter, le terrain de l'enquête, l'objectif de celle -ci et la présentation de notre chantions et notre questionnaire.

1.1 Le terrain de l'enquête

Notre méthode de recherche est hypothéticodéductive basée sur des hypothèses que nous avons essayé de confirmer ou d'infirmer, nous avons collecter des données auprès des opérateurs économiques, (des PME en général) on se basant uniquement sur le territoire de la wilaya de Bejaia (lieu d'échantillon). Notre recherche s'appuie sur un questionnaire que nous avons proposé à des entreprises dont des données qualitatives nous ont été données.

1.2L'objectif de l'enquête

L'objectif de cette enquête que nous avons mené, c'est de se rendre compte du sujet de l'intention entrepreneuriale, récolter des données supplémentaires que celles déjà existé sur ce sujet, et le plus important, c'est d'apporter une valeur ajoutée à notre mémoire et le valorisé.

Chapitre III Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des entrepreneurs des entreprises de la wilaya de Bejaia

Tableau 07 : Eléments de l'enquête

| Echantillon | Total |
|---------------------|--------------|
| Echantillon initial | 30 |
| Echantillon final | 27 |
| Taux de réponses | 90% |
| Taux d'abstention | 10% |
| Le lieu | 04 Communes. |

Source : Tableau établi par nous-mêmes à partir des données de l'enquête

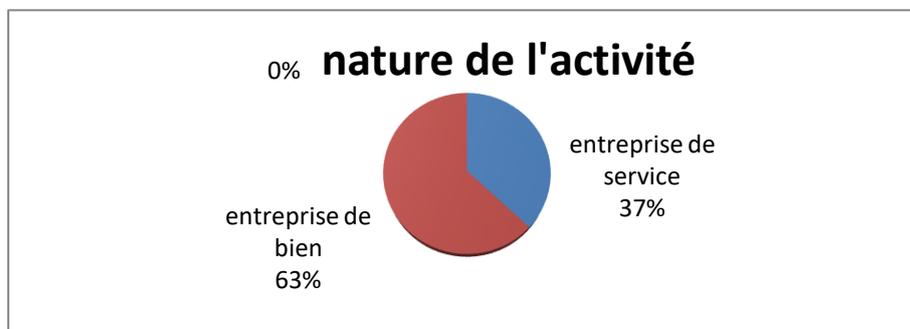
90% des entreprises ont répondu à notre questionnaire, et 10% des entreprises n'ont pas répondu, s'est dû principalement à une méfiance à l'égard de la diffusion des informations et à la concurrence.

1.3 Présentation des entreprises de l'échantillon

Dans le travail que nous avons fait, nous avons choisis **30** entreprises, répartis sur le territoire de la wilaya de Bejaia, plus précisément **4** grandes Communes, à savoir Bejaia, Oued Ghir, Sidi Aiche, et Akbou, la majorité des entreprises sollicitées ont répondu à notre questionnaire, seule 3 dans cet échantillon restait sans suite. Le tableau n°1 ci-dessus représente la nature d'activité de notre échantillon.

1.4 Nature de l'activité des entreprises qui ont participé à l'enquête

Figure n° 08 : Représentation de la nature de l'activité de l'échantillon étudié



Source : Figure établi par nous-mêmes à partir des données de l'enquête

Nous avons ;

- ❖ 35% des réponses sont des entreprises qui proposent des services.

Chapitre III Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des entrepreneurs des entreprises de la wilaya de Bejaia

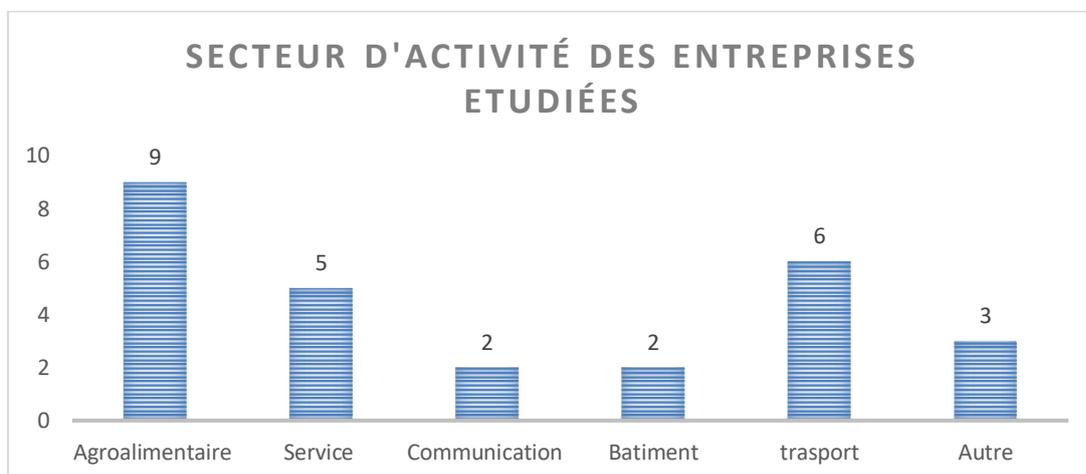
- ❖ 65% des réponses sont des entreprises productives des biens.
- ❖ 1.5 Secteur d'activité des entreprises étudiées

Tableau n°08 : La nature de l'activité de l'échantillon

| Type d'entreprise | Nombre d'entreprise questionnée |
|------------------------|---------------------------------|
| Agroalimentaire | 09 |
| Bâtiments | 02 |
| Communication | 02 |
| Service | 05 |
| Transport | 03 |
| Autres | 03 |

Source : Tableau établi par nous-mêmes à partir des données de l'enquête

Figure n° 9 : Représentation du secteur d'activité des entreprises étudiées.



Source : Figure établi par nous-mêmes à partir des données de l'enquête

Nous remarquons que 33% des entreprises enquêtées sont du secteur agroalimentaire du fait que la wilaya de Bejaia est un pôle de compétitivité dans l'agroalimentaire

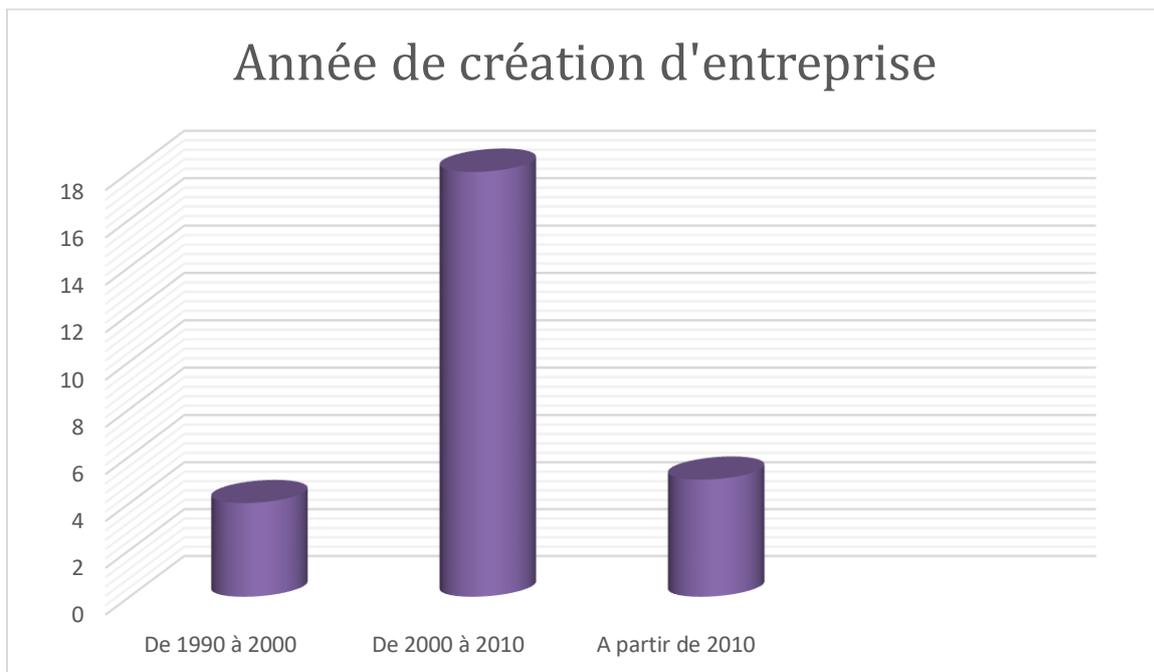
Chapitre III Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des entrepreneurs des entreprises de la wilaya de Bejaia

Tableau n ° 09 : Date de création des entreprises enquêtées

| Période | Nombre d'entreprise |
|------------------|---------------------|
| Années 1990-2000 | 04 |
| Années 2000-2010 | 05 |
| 2010 à nos jours | 18 |
| Total | 27 |

Source : Tableau établi par nous-mêmes à partir des données de l'enquête

Figure n ° 10 : Représentation graphique des dates de création des entreprises enquêtées



Source : Figure établi par nous-mêmes à partir des données de l'enquête

1.6 Présentation du questionnaire

Nous avons choisi des questions qui vont cibler des réponses qui nous permettront de répondre à notre problématique de base, nous avons partagé notre questionnaire en trois axes, le premier axe portes sur des informations sur les entreprises de l'échantillon, le deuxième axe regroupe des questions relatives à l'entrepreneur et le troisième axe porte sur les déterminants de l'intention entrepreneuriale.

Chapitre III Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des entrepreneurs des entreprises de la wilaya de Bejaia

Section 02 : Les déterminants des intentions entrepreneuriales des entrepreneurs de la wilaya de Bejaïa

Nous analyserons les réponses des entrepreneurs notre questionnaire pour déduire les facteurs qui crée l'intention entrepreneuriale des entrepreneurs de notre échantillon

Nous allons essayer de voir le lien entre la création d'entreprise et les caractéristiques des entrepreneurs afin de définir les déterminants de l'intention entrepreneuriale de ces dernies

2.1 La répartition des entrepreneurs selon leurs niveaux d'instruction

Nous essayons de voir le niveau d'instruction des entrepreneurs.

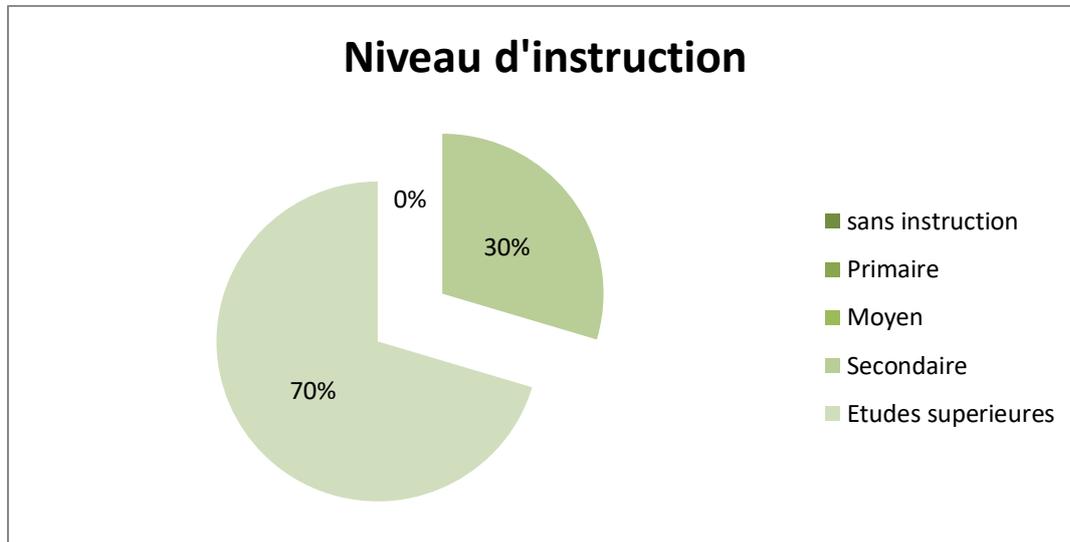
Tableau n° 10 : Représentation du niveau d'instruction des entrepreneurs

| Niveau | Répartition des réponses |
|------------------|--------------------------|
| Sans instruction | / |
| Primaire | / |
| Moyen | / |
| Secondaire | 8 |
| Etude supérieurs | 19 |
| Total | 27 |

Source : Tableau établi par nous-mêmes à partir des données de l'enquête

Chapitre III Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des entrepreneurs des entreprises de la wilaya de Bejaia

Figure n° 11 : Représentation du niveau d'instruction des entrepreneurs de l'échantillon



Source : Figure établi par nous-mêmes à partir des données de l'enquête

Dans l'échantillon que nous avons étudié, à savoir les 27 entreprises concernées, nous avons remarqué que 70 % des entrepreneurs comme le montre la figure ci-dessus ont un niveau universitaire. Ce qui nous permet de déduire que pour devenir un entrepreneur il faut avoir certains bagages (niveau d'instruction).

2.2 L'impact que représente la formation universitaire sur le désir de création d'entreprise

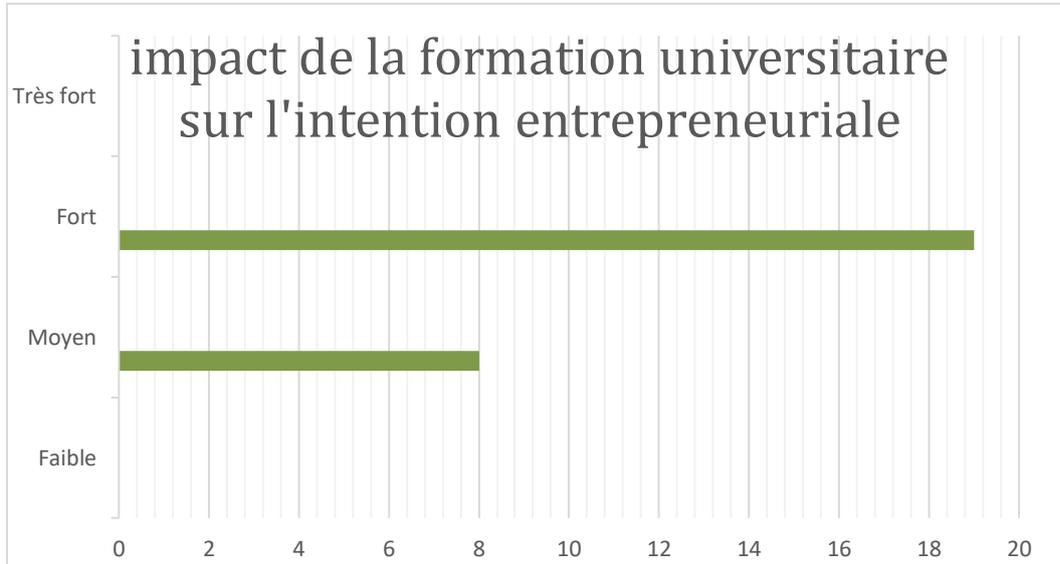
Tableau n° 11 : L'impact de la formation universitaire sur l'entreprenariat

| L'impact de la formation | Fréquences |
|--------------------------|------------|
| Très faible | - |
| Faible | - |
| Moyen | 8 |
| Fort | 19 |
| Très fort | - |

Source : Tableau établi par nous-mêmes à partir des données de l'enquête

Chapitre III Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des entrepreneurs des entreprises de la wilaya de Bejaia

Figure 12 : Représentation de l'impact de la formation universitaire sur l'intention entrepreneuriale



Source : Figure établi par nous-mêmes à partir des données de l'enquête

2.3 La répartition des entrepreneurs selon leurs disciplines d'études supérieurs :

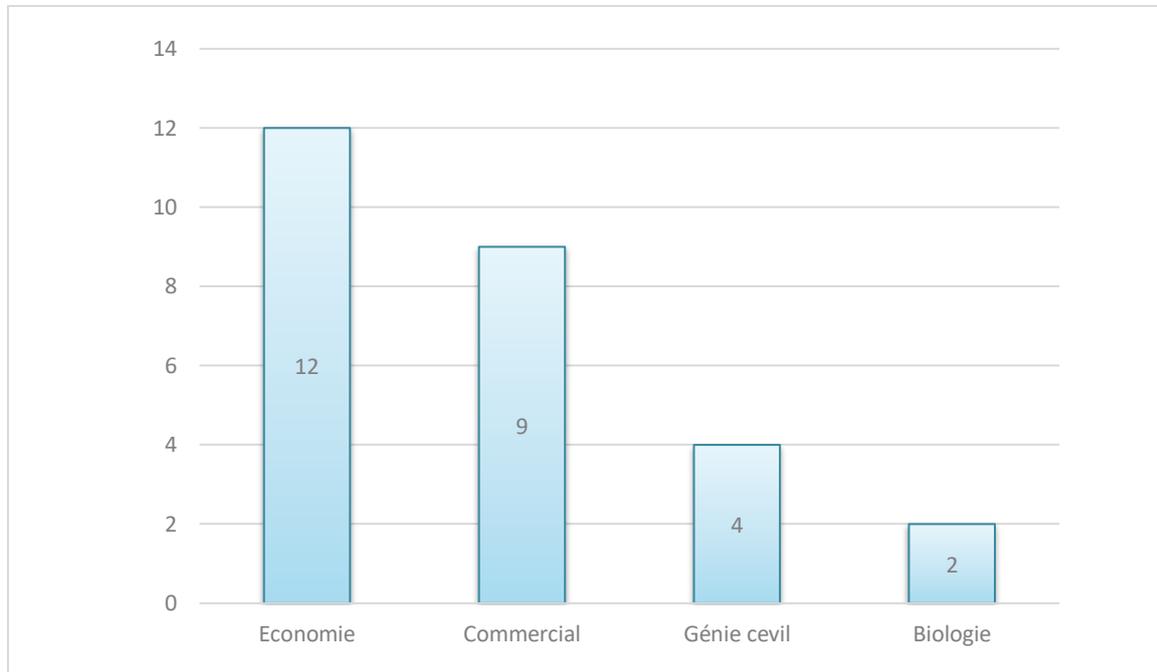
Tableau n° 12 : Domain d'études des entrepreneurs

| Disciplines d'études | Fréquences |
|----------------------|------------|
| Economie | 10 |
| Génie civile | 4 |
| Commercial | 3 |
| Biologie | 2 |

Source : Tableau établi par nous-mêmes à partir des données de l'enquête

Chapitre III Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des entrepreneurs des entreprises de la wilaya de Bejaia

Figure n° 13 : Représentation du domaine d'études des entrepreneurs



Source : Figure établie par nous-mêmes à partir des données de l'enquête

L'enquête menée par nos soins, a souligné qu'un entrepreneur peut être issu par n'importe quelle formation universitaire, il n'y a pas de domaine précis pour en devenir un, 14/19 sont issus d'une formation universitaire de gestion (économie et commerciale) 4/19 sont issus d'une formation Génie Civil et enfin 2/19 sont des biologistes.

Le nombre élevé des entrepreneurs issus de spécialité économie et commerce comparativement aux autres spécialités confirme que l'intention entrepreneuriale est également issue du savoir-faire en entrepreneuriat. Autrement dit un gestionnaire ou économiste est plus doté des connaissances en matière de création d'entreprise qu'un autre issu d'autres spécialités.

La spécialité de l'étude supérieure est un déterminant de l'intention entrepreneuriale

Chapitre III Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des entrepreneurs des entreprises de la wilaya de Bejaia

2.4 La répartition des entrepreneurs selon les études/ formations en création d'entreprise

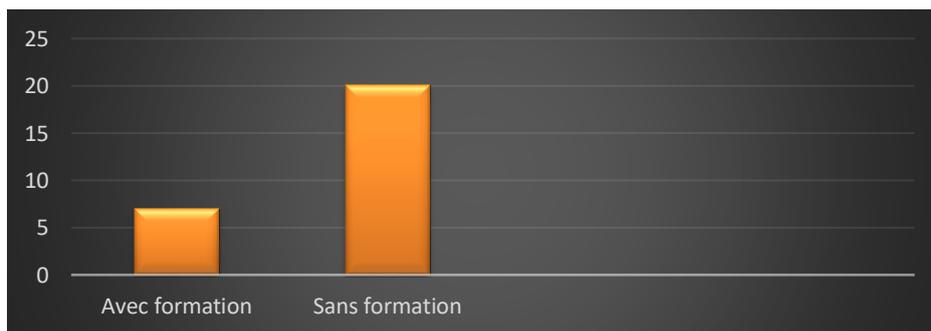
Il est question de savoir si la formation en entrepreneuriat est un déterminant de l'intention entrepreneuriale chez les entrepreneurs de notre enquête.

Tableau n° 13 : La formation des entrepreneurs en création d'entreprise (entrepreneuriat)

| | Fréquence |
|-------------------------|-----------|
| Entrepreneurs formé | 7 |
| Entrepreneurs Non-formé | 20 |

Source : Tableau établi par nous-mêmes à partir des données de l'enquête

Figure n° 14 : La formation des entrepreneurs en création d'entreprise



Source : Figure établie par nous-mêmes à partir des données de l'enquête

Nous remarquons que 35% des entrepreneurs enquêtés sont formés en entrepreneuriat, ce qui nous permet de déduire que la formation en entrepreneuriat est un déterminant de l'intention entrepreneuriale ce qui confirme la réponse relative à la spécialité de la formation des entrepreneurs enquêtés.

Chapitre III Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des entrepreneurs des entreprises de la wilaya de Bejaia

2.5 Les motivations personnelles des entrepreneurs à la création d'entreprise

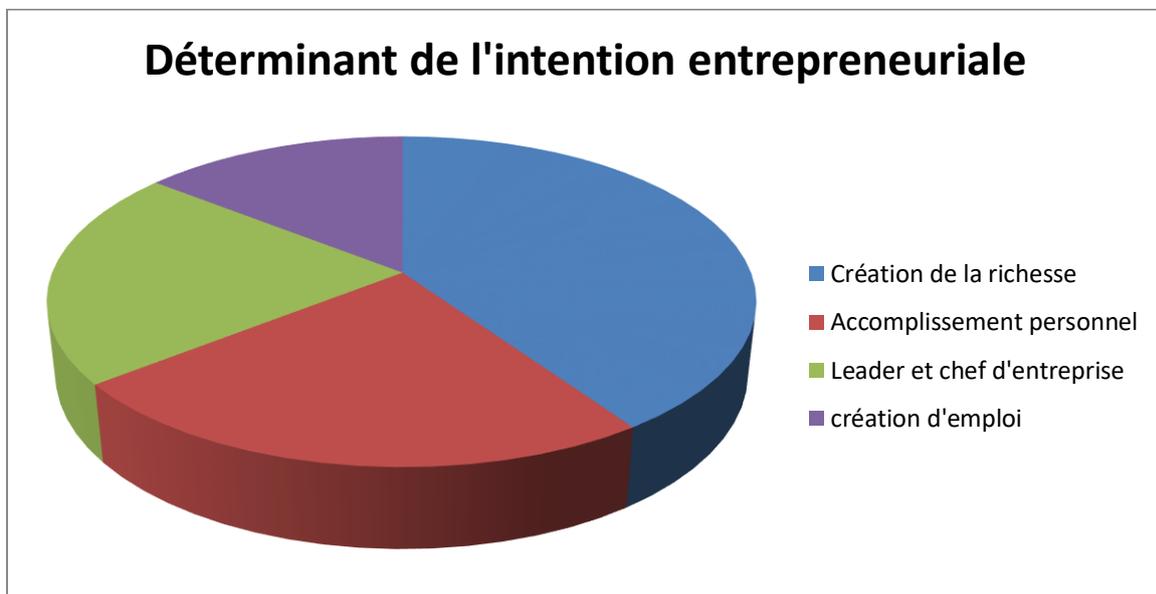
Il s'agit de comprendre la motivation derrière cette intention de créer un projet.

Tableau n° 14 : La motivation personnelle à création d'entreprise

| Les motivations de création d'entreprise | Fréquence |
|--|-----------|
| Accomplissement personnel | 10 |
| Fuir le chômage | - |
| Création d'emploi | 9 |
| Création de richesse | 17 |
| Être autonome | - |
| Être leader et chef d'entreprise | 6 |
| Gagner plus qu'un salarié | - |

Source : établi par nous-mêmes à partir des données de l'enquête

Figure n° 15 : Les facteurs personnels de motivations à la création d'entreprise



Source : Figure établi par nous-mêmes à partir des données de l'enquête

Les volontés de se lancer dans un nouveau projet, sont propres à chacun mais, elles diffèrent d'un entrepreneur à autre, dans notre étude, 17 entrepreneurs sont motivés à créer leurs

Chapitre III Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des entrepreneurs des entreprises de la wilaya de Bejaia

entreprises afin de créer de la richesse soit 63%, tant dis que 10 d'entre eux, sont motivés par la volonté d'entreprendre et d'accomplissement personnel, tant dit que la part des entrepreneurs qui sont poussés par le désir d'être leader et pour créer des emplois 9 et 6 respectivement est faible.

Ce qui nous permet de déduire que le déterminant majeurs de l'intention entrepreneuriale est

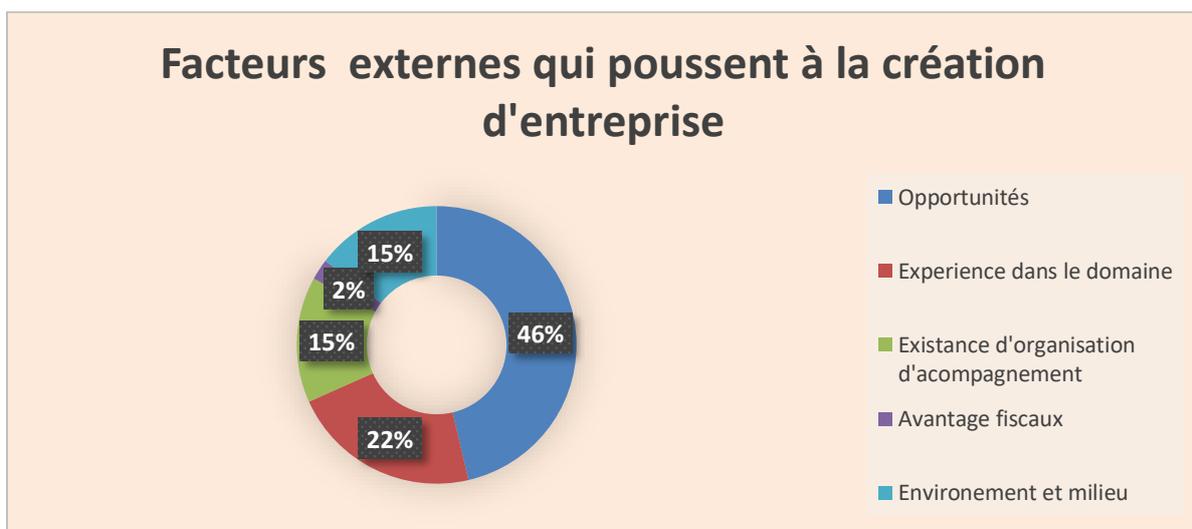
| | Fréquences |
|--|------------|
| Opportunités | 19 |
| Expérience dans le domaine | 9 |
| Enivrement et milieu | 6 |
| Existence d'organismes d'accompagnement | 3 |
| Avantages fiscaux | 1 |

le profit.

Tableau n° 15 : Facteurs de motivation externes d'investissement selon l'entrepreneur

Source : Tableau établi par nous-mêmes à partir des données de l'enquête.

Figure n°16 : Les facteurs de motivation externe à la création d'entreprise



Source : Figure établie par nous-mêmes à partir des données de l'enquête

Chapitre III Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des entrepreneurs des entreprises de la wilaya de Bejaia

Plusieurs facteurs poussent des entrepreneurs à se lancer dans la création d'entreprise, selon notre étude que nous avons menée auprès de 27 entreprises, 54% des entrepreneurs voient dans un nouveau projet d'investissement une opportunité à leurs actifs, tant dit que 26% disent que ce qui les pousse à l'investissement c'est bien le fait d'avoir une expérience dans le domaine, et 17% affirme qu'il existe des organismes qui leurs facilitent l'investissement et leurs offrent un accompagnement, enfin 3% des entrepreneurs pensent que ce sont les avantages fiscaux qui poussent à entreprendre et crier de nouvelles activités.

2.6 La nécessité de la collecte de l'information pour un projet de création d'entreprise

Il est question de montrer l'importance de la recherche d'information pour un projet d'entrepreneuriat.

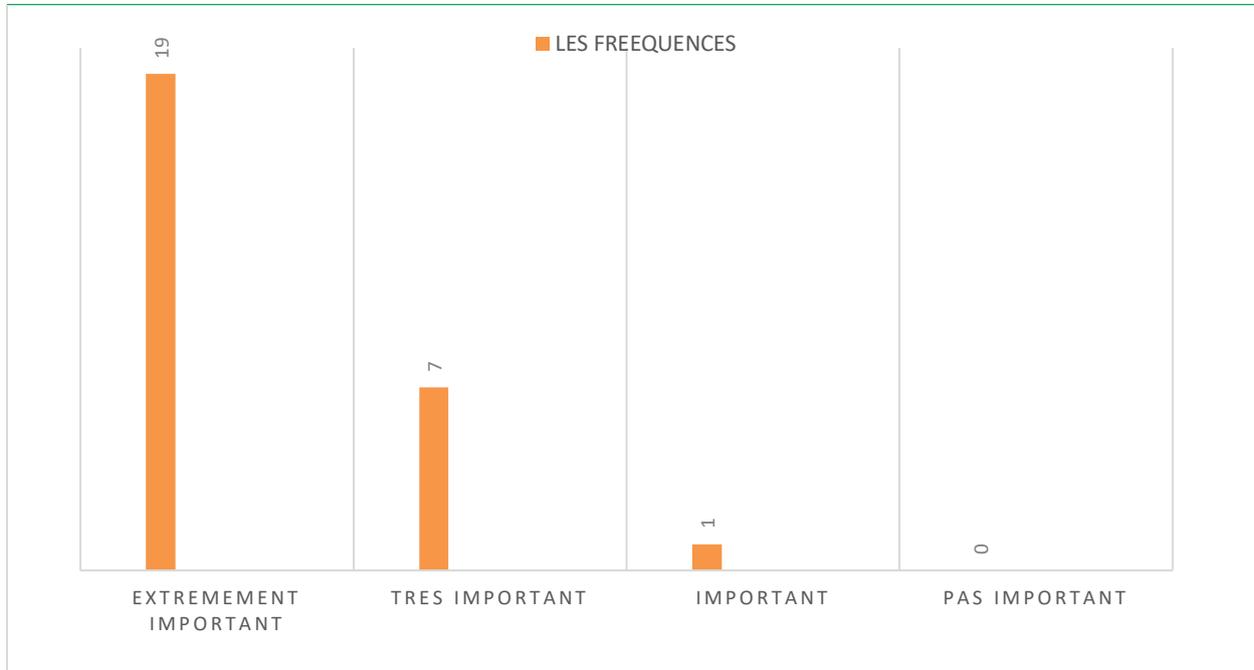
Tableau n° 16 : L'importance de l'information pour un projet d'entrepreneuriat

| | Fréquences |
|-----------------------|------------|
| | - |
| Peu important | - |
| Important | 7 |
| Très important | 1 |
| Extrêmement important | 19 |
| Total | 27 |

Source : Etabli par nous-mêmes à partir des données de l'enquête

Chapitre III Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des entrepreneurs des entreprises de la wilaya de Bejaia

Figure n°17 : Représentation de la nécessité de l'information pour un projet d'entrepreneuriat allant de moins important au plus important



Source : Figure établie par nous-mêmes à partir des données de l'enquête

Selon notre échantillon, l'accès à l'information est devenue extrêmement important dans la réalisation d'un projet d'investissement, (la quasi-totalité des boîtes questionnées l'a souligné), une information de qualité occupe une place dominante dans la vie d'une entreprise et constitue un domaine de recherche pour des chercheurs.

Ce qui nous permet de déduire que plus l'entrepreneur a l'intention de créer son entreprise plus son besoin et sa nécessité de recherche d'information sont importantes.

L'information est un déterminant de l'intention entrepreneurial.

Chapitre III Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des entrepreneurs des entreprises de la wilaya de Bejaia

2.7 Les autorités locales et l'entrepreneuriat

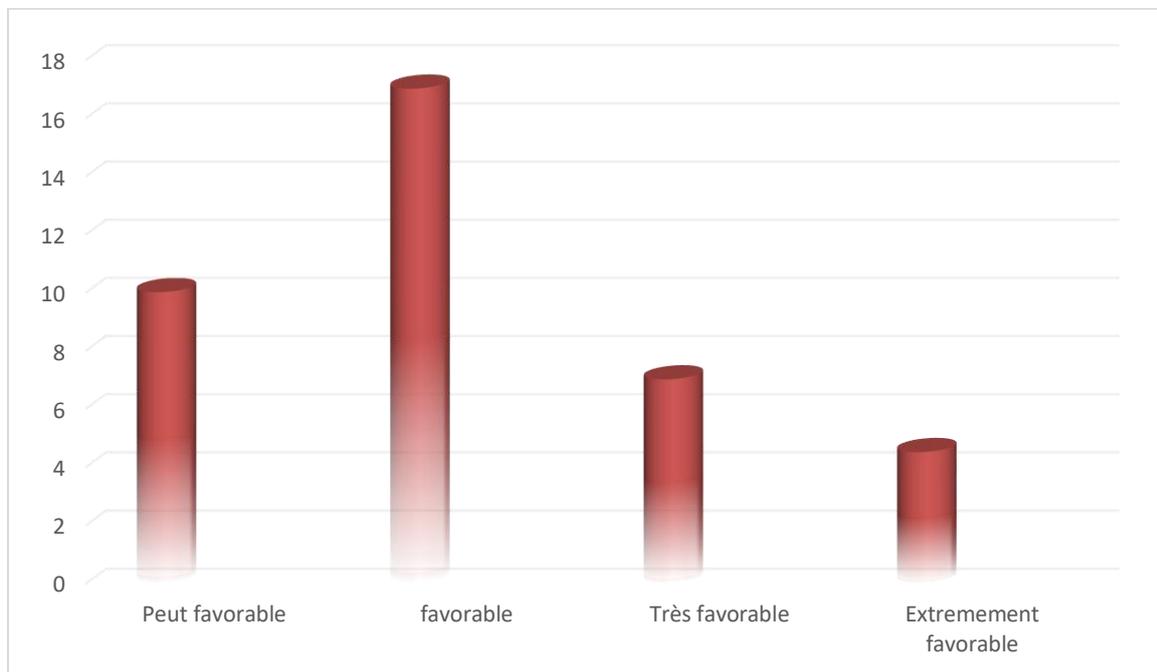
Le tableau suivant montre le degré d'apport et de soutien des autorités locales à l'action entrepreneuriales

Tableau n° 18 : Degré de soutien des autorités à l'entrepreneuriat

| Degrés | Fréquences |
|------------------------------|------------|
| Pas du tout favorable | - |
| Peut favorable | 10 |
| Moyennement favorable | - |
| Favorable | 17 |
| Très favorable | 7 |
| Extrêmement favorable | 1 |

Source : Etabli par nous-mêmes à partir des données de l'enquête

Figure n°18 : Représentation du degré de l'intérêt des autorités à l'entrepreneuriat



Source : Figure établie par nous-mêmes à partir des données de l'enquête

Nous remarquons que 63% des entrepreneurs estime que des intérêts des autorités à l'action d'entrepreneuriat est de degré favorable.

Chapitre III Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des entrepreneurs des entreprises de la wilaya de Bejaia

Un environnement d'affaire favorable d'un pays est un déterminant qui encourage l'intention entrepreneuriale. Cependant 36% affirme qu'ils sont insuffisants et peut favorable.

2.8 L'entrepreneur et les dispositifs d'aide à la création d'entreprise (ANSEJ, ANJEM...)

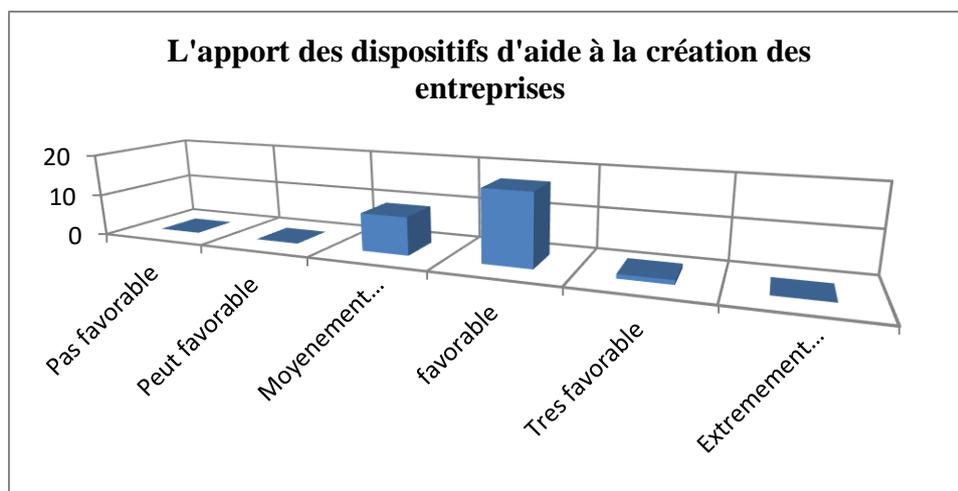
Nous allons faire l'estimation du recours aux dispositifs d'aides à la création d'entreprise

Tableau 19 : L'évaluation du recours aux dispositifs d'aide à la création des entreprises (ANSEJ, ANGEM, CNAC ...)

| | Fréquences |
|------------------------------|------------|
| Pas du tout favorable | - |
| Peut favorable | - |
| Moyennement favorable | 9 |
| Favorable | 17 |
| Très favorable | 1 |
| Extrêmement favorable | - |

Source : Etabli par nous-mêmes à partir des données de l'enquête

Figure 19 : L'apport des dispositifs d'aide à la création des entreprises



Source : Figure établie par nous-mêmes à partir des données de l'enquête

L'Algérie a accordé une importance capitale à la création d'entreprise dans les dernières années, en assouplissant la législation à l'investissement, surtout pour les jeunes fraîchement

Chapitre III Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des entrepreneurs des entreprises de la wilaya de Bejaia

diplômés, où il a mis à leurs dispositions des dispositifs d'aides à la création des entreprises tel que ANSEJ, ANGEM, CNAC et d'autres, sous forme d'aides fiscales ou financière directes ou indirectes.

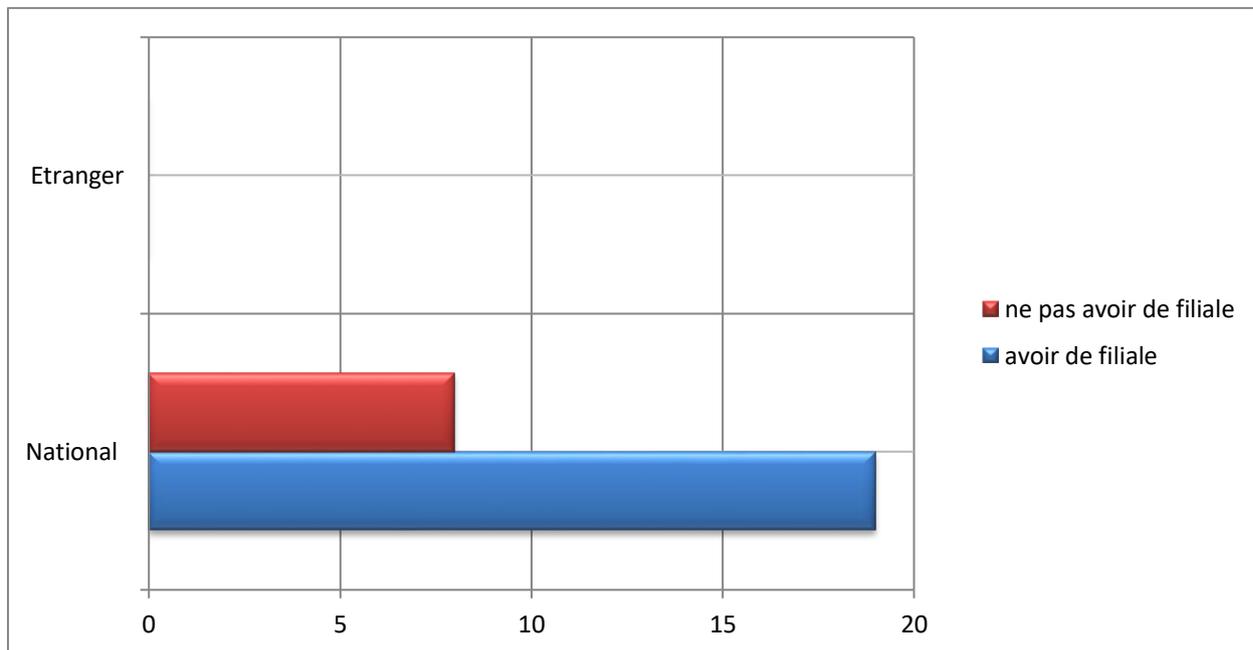
17 entrepreneurs sur 27 de notre échantillon accordent une grande importance au recours à ces dispositifs soit 63% du total.

Ce résultat nous permet de déduire que les dispositifs d'aides à la création d'entreprise sont un facteur déterminant de l'intention entrepreneuriale.

2.9 L'internationalisation et l'intention entrepreneuriale

Exporter à l'étranger et suivre une stratégie d'internationalisation est un défi qui peut et derrière l'intention entrepreneuriale du créateur.

Figure n °20 : Représentation graphique des filiales des entreprises enquêtées à l'intérieur et à l'extérieur du pays



Source : Figure établie par nous-mêmes à partir des données de l'enquête

Le graphe ci-dessus nous montre que la majorité des entreprises possèdent des représentations et des filiales sur le territoire national, cela entre dans le cadre du renforcement sur le marché intérieur, pour ce qui est de filiale à l'étranger, aucune société

Chapitre III Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des entrepreneurs des entreprises de la wilaya de Bejaia

n'en possède, cela est dû principalement au manque de compétitivité des produits à l'extérieur, difficulté de trouver de marchés à l'étranger et au manque de l'accompagnement de l'Etat.

Une stratégie de croissance, l'ambition d'aller loin en créant une grande entreprise avec des filiales est un déterminant de l'intention entrepreneuriale.

2.10 L'environnement favorable pour la création d'entreprises

Nous analysons l'estimation des entrepreneurs pour l'environnement de la création d'entreprise.

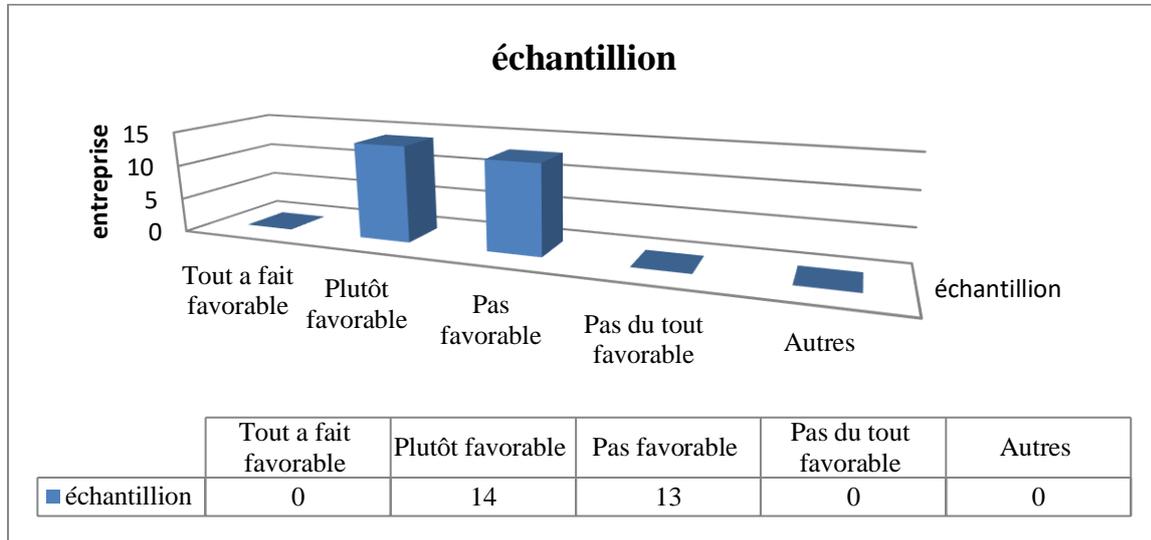
Tableau n°20 : Estimation de l'environnement de la création d'entreprise

| | Observation |
|----|-----------------------|
| 0 | Tout à fait favorable |
| | Plutôt favorable |
| 14 | |
| | Pas favorable |
| 13 | |
| | Pas du tout favorable |
| 0 | |
| | Autres |
| 0 | |

Source : Tableau établi par nous-mêmes à partir des données de l'enquête

Chapitre III Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des entrepreneurs des entreprises de la wilaya de Bejaia

Figure°21 : degré d'être favorable à la création d'entreprise dans son environnement



Source : Figure établie par nous-mêmes à partir des données de l'enquête

Des entrepreneurs estiment que l'environnement d'affaire n'est pas favorable à la création d'entreprise

L'accompagnement et le soutien de l'Etat pour les jeunes créateurs, par des formations et des séminaires en entrepreneuriat, est un déterminant d'intention entrepreneuriale.

Chapitre III Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des entrepreneurs des entreprises de la wilaya de Bejaia

2.11 Création d'entreprise étant à la fin de ses études

Tableau n° 21 : Qualification de la création d'entreprise étant à la fin de ses études

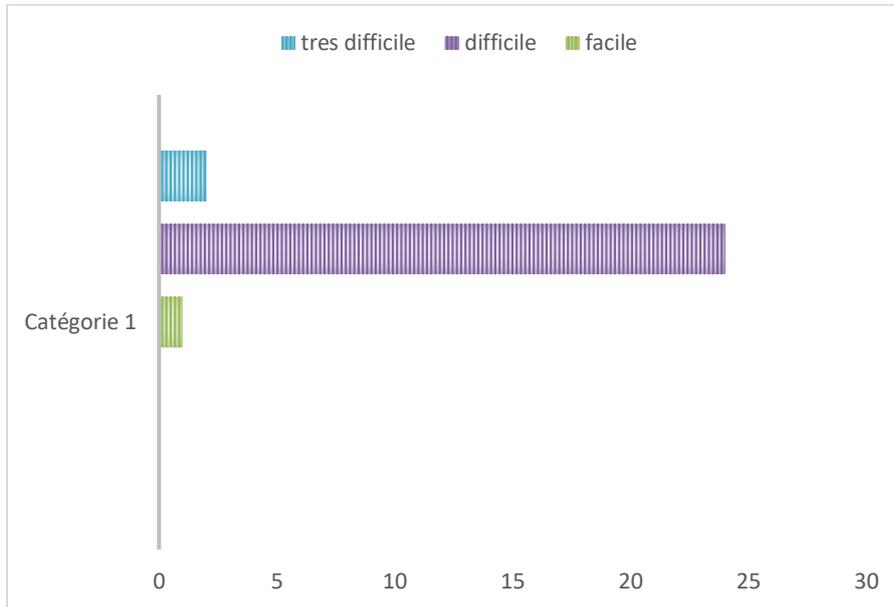
| | Observation |
|----|----------------|
| 0 | Assez facile |
| 0 | Très Facile |
| 1 | Facile |
| 24 | Difficile |
| 2 | Très Difficile |

Source : Etabli par nous-mêmes à partir des données de l'enquête

D'après les résultats obtenus dans le tableau n °19des entrepreneurs estime que la création d'entreprise juste après la fin de ses étude est difficile du fait du manque d'expérience, manque d'encadrement et d'orientation ce qui conduit les jeunes à l'échec dès la création de leur entreprise, ce confirme que le temps entre la création d'entreprise et la fin des études est un déterminant de l'intention entrepreneuriale

Chapitre III Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des entrepreneurs des entreprises de la wilaya de Bejaia

Figure n° 22 : Représentation de la facilité de créer son entreprise étant à la fin de ses études.



Source : Figure établie par nous-mêmes à partir des données de l'enquête

Il est très difficile de créer son entreprise, ou devenir un entrepreneur dans notre pays, à la fin de ses études, vu que les étudiants manquent cruellement d'expérience les entrepreneurs rencontrent des obstacles à tout le niveau, que ce soit au niveau de financement ou au niveau de l'administration, ou la bureaucratie fait barrage aux idées de création d'entreprise, selon notre enquête la totalité des entreprises en répondent négativement à ce volet à savoir qu'il est difficile

2.12 Le financement du projet d'entrepreneuriat

L'accès aux différentes sources de financement est une action lourde pour tout jeune créateur, Le tableau suivant nous explique l'accès aux financements des entreprises enquêtées.

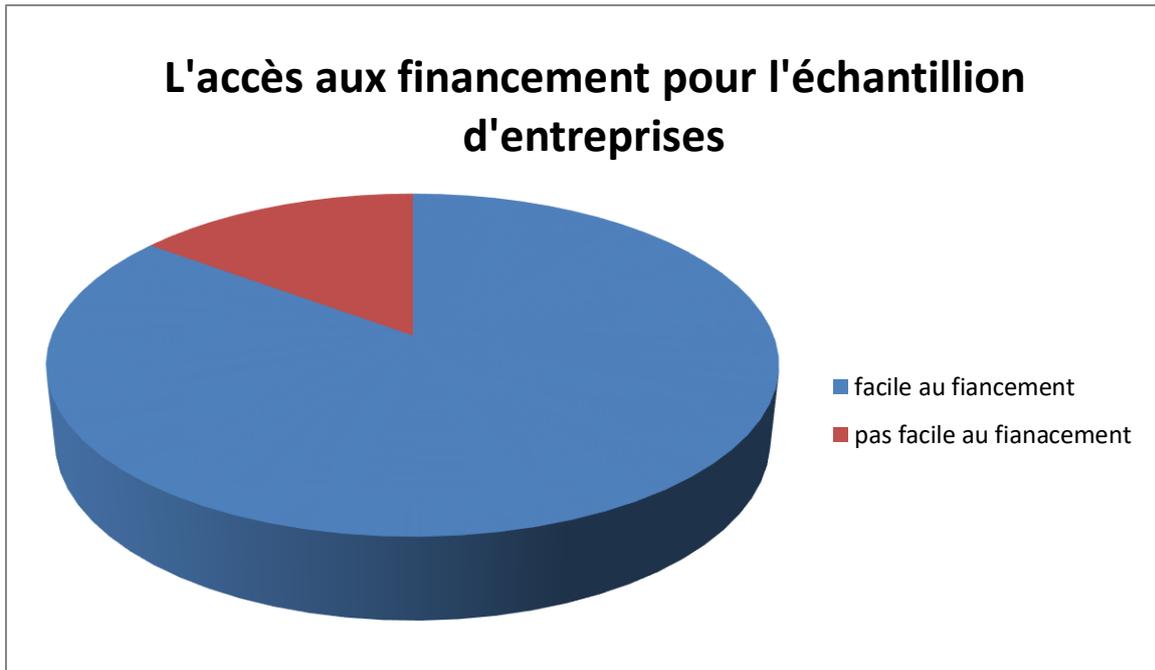
Tableau n° 22 : L'accès facile au financement

| Nombre d'entreprise | Observation |
|---------------------|-------------|
| 4 | Non |
| 23 | Oui |

Source : Tableau établi par nous-mêmes à partir des données de l'enquête

Figure n° 23 : Représentation de L'accès aux financements pour l'échantillon de l'entreprise

Chapitre III Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des entrepreneurs des entreprises de la wilaya de Bejaia



Source : Figure établie par nous-mêmes à partir des données de l'enquête

Conclusion

L'accès au financement au début de création de l'entreprise semble difficile avec la méfiance des banques, ce qui est confirmé par la réponse de la difficulté d'accès aux sources de financement ce qui peut bloquer l'intention entrepreneuriale et rend l'accès aux financements un déterminant de l'intention, entrepreneuriale

D'après notre enquête sur les entreprises de la wilaya de Bejaia, nous avons constaté que les entrepreneurs sont soumis aux différentes contraintes.

La plupart des entrepreneurs ayant répondu sur questionnaire montre qu'il est extrêmement important de collecter de l'information avant la réalisation de leurs projets.

Les facteurs de motivation à la création de projet sont différents d'un entrepreneur à l'autre.

D'après les résultats de notre enquête, la création de la richesse représente la motivation la plus dominante, pour le degré de désir de l'utilisation des dispositifs d'aide à la création de l'entreprise, les entrepreneurs sont majoritairement favorables.

Conclusion Générale

Conclusion Générale

Conclusion Générale

Ce travail avait pour objectif d'essayer de répondre à la question principale qui est : « **Quels sont les déterminants de l'intention entrepreneuriale et quel est le déterminant le plus dominant pour les entrepreneurs de la wilaya de Bejaia ?** »

Au départ, il a été jugé utile de construire un cadre conceptuel de l'entrepreneuriat ou nous avons fait recours à une vaste littérature sur l'entrepreneuriat, dans laquelle nous avons exposé les approches théoriques de l'entrepreneuriat notamment en Algérie et son importance dans le développement économique territorial.

Et en second lieu, nous avons parlé de l'entrepreneur qui est la base de l'acte entrepreneurial, avec ses différentes caractéristiques et motivation, ensuite nous avons élaboré des éclaircissements sur les différents concepts liés à l'intention entrepreneuriale.

L'intention d'entreprendre est avant tout un désir et une volonté. Elle est considérée comme une étape importante du processus entrepreneurial. Elle est le premier élément nécessaire pour le déclenchement du processus de création organisationnelle. Elle reflète l'objectif ou les objectifs du ou des créateurs. Elle se traduit par la recherche de l'information utile pour agir.

Nous avons tout au long de notre travail essayé de définir les principaux déterminants de l'intention entrepreneuriale en Algérie, pour ce faire nous avons mené une enquête de terrain ayant touché un échantillon de 30 entrepreneurs qui ont investi dans la wilaya de Bejaïa.

Les entreprises enquêtées se caractérisent essentiellement par leur petite taille (TPE) .

Grâce aux dispositifs, elles sont nouvellement créées : la plupart étaient à partir de l'année 2000, grâce aux dispositifs d'appui d'aide à la création mise en place par l'Etat.

La collecte de donnée dont nous avons besoin a été faite par la technique du questionnaire.

Nous avons trouvé qu'il ya plusieurs facteurs qui crée la motivation chez l'homme, l'intention entrepreneuriale souvent affecté par de nombreux facteurs qui peuvent être psychologique (autonomie et le pouvoir), socioculturel, de l'environnement (avantage fiscal et aides financières à la création), ou des facteurs liés à la famille :

❖ Le niveau d'instruction ;

Conclusion Générale

- ❖ La spécialité de l'étude supérieure ;
- ❖ La formation en entrepreneuriat ;
- ❖ La recherche du profit ou la richesse ; principale raison qui crée l'intention entrepreneuriale
- ❖ L'accès à l'information et son usage ; l'information est utile avant et après l'intention d'entreprendre.
- ❖ Un environnement d'affaire favorable d'un pays ; plus l'environnement d'affaire est favorable plus l'intention se consolide.
- ❖ Les dispositifs d'aides à la création d'entreprise ; plus les aides financières et fiscales existent plus l'intention entrepreneuriale se renforce
- ❖ L'internationalisation ; plus l'ambition de devenir grand plus l'idée d'entreprendre commence.
- ❖ L'environnement favorable ; plus l'environnement est favorable plus l'intention entrepreneuriale se renforce
- ❖ Le temps entre la création d'entreprise et la fin des études
- ❖ L'accès au financement, plus l'accès au financement est facile plus l'idée d'entreprendre devient facile.

Ce qui confirme l'hypothèse numéro 1 relatives à l'existence des facteurs déterminants de l'intention entrepreneuriale.

Nous avons constaté que pour la majorité des entreprises que la recherche du profit et la création des richesses étaient la motivation majeure dès l'entrepreneur ce qui rend ce facteur le déterminant de plus dominant dans l'intention entrepreneuriale à Bejaia ce qui confirme l'hypothèse numéro 2.

Il ressort que l'intention d'entreprendre est avant tout un désir et une volonté. En dépit des obstacles à la création d'entreprise, elle est considérée comme une étape importante du processus entrepreneurial. Il constitue la phase en amont de tout comportement entrepreneurial.

L'entrepreneuriat est donc important pour plusieurs raisons, car il a la capacité d'améliorer le niveau de vie et de créer de la richesse, non seulement pour les entrepreneurs, mais aussi pour les entreprises liées de la promotion du changement social, la croissance économique.

Bibliographie

Bibliographie

Bibliographie

Ouvrages

- *Alain FAYOLLE, Entrepreneuriat apprendre à entreprendre, Première édition, dunod, Paris 2012.*
- *Alain Fayolle et Jean- Michel DEGEORGE dynamique entrepreneuriale le comportement de l'entrepreneure MAI 2012.*
- *Alain Fayolle, Entrepreneuriat Apprendre à entreprendre, 1^{er} Edition, 2004.*
- *Alain Fayolle Entrepreneuriat 'apprendre à entreprendre' 2^{ème} édition 2012.*
- *Allain FAYOLLE, introduction a l'entrepreneuriat, Dunod, Paris, 2005.*
- *Entreprendre Une introduction à l'entrepreneuriat Préface de Pierre-André JULIEN 2^e édition, juin 2016*
- *L'entrepreneuriat, Pierre-André Michel Marchesnay, JOUVE, 18 rue Saint-Denis 75001, Paris, 1996.*
- *Thierry VERSTRETE, entrepreneuriat, connaitre l'entrepreneur, comprendre ses actes, éd L'harmatan, 2000*
- *Entreprendre Une introduction à l'entrepreneuriat Préface de Pierre-André JULIEN 2^e édition revue et augmentée, par Frank JANSSEN, De Boeck Supérieur s.a., 2016*

Revue & Cours

- *Cours, Dr A.CHELLY, genèse et fondement de l'entrepreneuriat école supérieur des dérangeant et création d'entreprise, Paris année 1990*
- *DIDIER CHABAUD Université de Cergy-Pontoise; EM Normandie KARIM MESSEGHEM Université Montpellier 1, Lavoisier | « Revue française de gestion » Le paradigme de l'opportunité Des fondements à la refondation, année 2010.*

Bibliographie

Thèses doctorat

- *Tounes Azzedine thèse doctorat science de gestion, Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE, UNIVERSITE DE ROUEN, 2003.*
- *Thèse de doctorat, la décision de création d'entreprise et entrepreneuriat en Algérie, réalisé par IFOURAH HOUCINE.*
- *Thèse de doctorat, de l'intention à l'action entrepreneuriale, réalisé par MALEK BOURGHIBA Université Nancy 2, 2007.*
- *Thèse doctorat, Processus de transformation des intentions en actions entrepreneuriales réalisé Moussa Mouloungui, Université Charles de Gaulle - Lille III 2012.*
- *Thèse doctorat, Présentée par. Monsieur Aziz BOUSLIKHANE pour l'obtention du grade de Docteur en Sciences de Gestion, Enseignement de l'entrepreneuriat : pour un regard paradigmatique autour du processus entrepreneurial 2011.*
- *Thèse doctorat, présenté par Samia Gharbi, Les PME/PMI algérienne : état des lieux, Mars 2011.*
- *Thèse doctorat, Amina Omrane, Chercheur Associée Olfa Zeribi-Benslimane, Maître de Conférences Agrégée résumé, Les compétences entrepreneuriales et le processus entrepreneurial : une approche dynamique UREMO, Institut des Hautes Etudes Commerciales à Carthage (IHEC), 2001.*

Mémoire

- *L'entrepreneuriat : Université Mouloud MAMMERRI de Tizi-Ouzou les déterminants de création d'entreprise présenté par HESSAS TOUFIK, 2018.*
- *Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants « cas des étudiants de département science de gestion université de Bejaïa » par CHEURFA & MEKHNACHE, 2017.*

Bibliographie

Sites internet

- <https://www.algerie1.com/eclairage/relance-de-l-economie-algerienne-2017-2020-place-du-secteur-prive-suite-231>
- <https://fr.wikipedia.org/wiki/Processus>

ANNEXES

Université Abderrahmane Mira de Bejaia

*Faculté des sciences Economiques, Commerciales et des Sciences
De Gestion*

Département des sciences de gestion

Option : Entrepreneuriat

Dans le cadre de la réalisation de notre mémoire de fin d'études qui se porte sur l'intention entrepreneuriale. Nous avons décidé de mener une enquête auprès des entreprises exerçant principalement dans le territoire de la Wilaya de Bejaia, et ce afin d'évaluer leurs idées et intentions entrepreneuriales et pour mieux comprendre ce qui poussent ces dernières à créer des entreprises.

D'après les résultats de l'enquête, nous avons trouvé qu'il y a des déterminants de l'intention entrepreneuriale et parmi eux celui de la création de la richesse est le plus dominant.

Annexes

AXE 1 : Identité de l'entreprise

Nom de l'entreprise :

Adresse :

La localisation de l'entreprise :

Effectifs total :

Statut de l'entreprise :

Capital social :

1. Quels sont les produits ou les services fournis par l'entreprise ?

A spécifié :

2. Quelle était l'année de création de votre entreprise ?

De 1990 à 2000 De 2000 à 2010

A partir de 2010

3. Pouvez-vous nous dire votre secteur d'activité ?

- | | |
|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Agroalimentaire | <input type="checkbox"/> Bâtiment |
| <input type="checkbox"/> Service | <input type="checkbox"/> Transport |
| <input type="checkbox"/> Communication | <input type="checkbox"/> Autres |

AXE 2 : Identification de l'entrepreneur

1. Etes- vous ?

Masculin Féminin

2. Êtes-vous d'origine de la wilaya de Bejaia ?

Oui Non

3. Quel est votre niveau d'instruction ?

Sans instruction Primaire

Moyen Secondaire Etudes supérieures

4. Quelle est votre discipline d'étude si vous avez suiviez des études supérieures ?

A spécifié :

5. Avez-vous suiviez des enseignements en entrepreneuriat ou en création d'entreprise ?

Oui Non

6. Avez-vous suiviez des cours de l'entrepreneuriat hors l'université :

Oui Non

7. Une formation à l'entrepreneuriat est-elle nécessaire dans votre création d'entreprise ?

Oui Non

AXE 3 : L'intention Entrepreneuriale

1. Le choix de votre secteur d'activité, est-il dépendant de l'intention entrepreneuriale

- Oui Pas forcément
 Probablement Non

2. Avez-vous d'autre entreprise ou filiales sur le territoire national ?

- Oui Non Autres

3. Avez-vous d'autre entreprise ou filiales en dehors du territoire national à l'étranger ?

- Oui Non Autres.....

4. Une collecte d'information est-elle nécessaire et importante pour un projet de création d'entreprise et une intention entrepreneuriale ?

- Pas important Peu important
 Moyennement important Important
 Très important Extrêmement important

5. Quel est l'impact que présente la formation universitaire (en général) sur votre désir de création d'une entreprise ?

- Très faible Faible Très fort
 Moyen Fort

6. Votre environnement est-il favorable et incitatif à la création d'entreprise ?

- Tout à fait favorable Plutôt favorable
 Pas favorable Pas du tout favorable

7. Créé son entreprise étant à la fin de ses études (après obtention du diplôme) est-il ?

- Facile Très facile
 Assez facile Difficile
 Très difficile

8. Quel est l'impact que de votre formation universitaire peut avoir sur le désir de création d'une entreprise ?

- Très faible Faible
 Moyen Fort
 Très fort

9. Qu'est-ce qui vous a poussé à avoir une intention à entreprendre ou à songer à une idée de création ?

- Accomplissement personnel Fuir le chômage
 Création d'emploi Création de la richesse
 Être autonome Être chef d'entreprise
 Gagner plus d'argent qu'un salarié
 Autre (a spécifié)

Annexes

10. Pouvez-vous nous dire est-ce que les autorités locales sont favorables à l'idée d'une intention d'entreprendre (nous parlons de différents niveaux) ?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Pas du tout favorable | <input type="checkbox"/> Peu favorable |
| <input type="checkbox"/> Moyennement favorable | <input type="checkbox"/> Favorable |
| <input type="checkbox"/> Très favorable | <input type="checkbox"/> Extrêmement favorable |

11. Pouvez-vous nous dire est-ce que les institutions financières et les banques facilitent-elles l'accès au financement de nouvelles entreprises ?

- Non Pas vraiment Oui

12. Pouvez-vous nous dire est-ce que les banques sont à l'idée d'une intention entrepreneuriale et qu'elles facilitent elles leurs financements ?

- Oui Pas vraiment Non

13. Avez-vous bénéficié d'un crédit bancaire lors du lancement de votre entreprise ?

- Oui Non

14. Pensez-vous que les dispositifs d'aide à l'investissement (ANSEJ, ANJEM...) sont favorables à une idée d'entreprendre ?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Pas du tout favorable | <input type="checkbox"/> Peu favorable |
| <input type="checkbox"/> Moyennement favorable | <input type="checkbox"/> Favorable |
| <input type="checkbox"/> Très favorable | <input type="checkbox"/> Extrêmement favorable |

15. Avez-vous choisi l'implantation de votre entreprise ou votre projet ?

- Oui Non Autres

16. Le choix d'implantation de votre projet (intention d'entreprendre) contribue-t-il dans la réussite de votre projet ?

- Oui Non

17. Qu'elles sont les facteurs qui vous ont poussé à investir dans ce domaine d'activité ?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Opportunités | <input type="checkbox"/> Expérience dans le domaine |
| <input type="checkbox"/> Enivrement et milieu favorable | <input type="checkbox"/> Existence d'organismes d'accompagnement |
| <input type="checkbox"/> Avantages fiscaux | <input type="checkbox"/> Autres |

18. La crise de pandémie du Covid-19 vous a-t-elle touchée ?

- Oui Non

19. Quelle est le degré des dégâts quelle vous a usée la crise du Covid-19 ?

- Degré élevé Degré moyen Degré faible.

TABLE DES MATIERS

Table des matières

TABLE DES MATIERS

Remerciements

Dédicaces

Liste des abréviations

Liste des tableaux

Liste des figures

Sommaire

Introduction générale01

Chapitre 1 : L'entrepreneuriat : cadre théorique, conceptuel, et contextuel

Introduction04

Section 01 : Définition et processus de l'entrepreneuriat04

1. Définition de l'entrepreneuriat04

2. L'Intrapreneuriat.....05

3. Les approches de l'entrepreneuriat06

3.1 L'approche des économistes06

3.2 L'approche par les traits.....07

3.3 L'approche par le processus08

4. Les valeurs type de l'entrepreneuriat.....08

4.1 La créativité.....08

4.2 L'autonomie08

4.3 Le sens de responsabilité.....08

4.4 Le leadership08

4.5 La solidarité.....08

5. Les types d'entrepreneuriat09

5.1 Entrepreneuriat de type autocréation09

5.2 Entrepreneuriat non marchand ou social.....09

5.3 Entrepreneuriat public.....09

5.4 Intrapreneuriat09

5.5 Essaimage ou extrapreneuriat.....09

6 Le processus entrepreneurial.....09

Table des matières

| | |
|--|----|
| 6.1 Définition du mot processus..... | 09 |
| 6.2 compétences requises et acquises de chaque étape du processus entrepreneuriale | 11 |
| 6.3 Les modèles du processus entrepreneurial..... | 12 |
| 6.3.1 Paradigme de la création d'organisation | 12 |
| 6.3.2 Le paradigme de l'opportunité | 15 |
| 6.3.3 Le paradigme de création de valeur | 17 |

Section 2 : L'importance de l'entrepreneuriat dans le développement économique territorial

19

| | |
|---|----|
| 1. Le rôle des PME/PMI pour le développement économique territorial | 20 |
| 2. La création d'emploi | 20 |
| 3. La création de la valeur ajoutée | 21 |
| 4. Part de la valeur ajoutée..... | 22 |
| 5. La distribution des revenus..... | 22 |

Section 03 : L'entrepreneuriat en Algérie

23

| | |
|---|----|
| 1. Historique et l'évolution de l'entrepreneuriat en Algérie | 23 |
| 1.1 La première période de 1962-1982..... | 23 |
| 1.2 La seconde période 1982-1988 | 24 |
| 1.3 La troisième période 1988 a nos jours | 25 |
| 2. La PME algérienne..... | 26 |
| 3. Les dispositifs d'aides à la création d'entreprises | 27 |
| 3.1 L'Agence nationale de développement des Investissements (ANDI)..... | 27 |
| 3.2 L'Agence nationale de soutien à l'Emploi de jeune (ANSEJ) | 27 |
| 3.3 L'Agence nationale de Gestion du Micro Crédit (ANGEM) | 28 |
| 3.4 La Caisse Nationale d'assurance Chômage (CNAC)..... | 28 |

Conclusion :

29

Chapitre II : L'entrepreneur : rôle, caractéristiques et motivations

Introduction

31

Section 01 : Entrepreneur principal acteur de l'entrepreneuriat

31

Table des matières

| | |
|--|-----------|
| 1.1 Définition de l'entrepreneur | 31 |
| 1.1.1 Définitions selon les écoles de pensées sur l'entrepreneur | 32 |
| 1.1.2 Définition selon leur capital social | 33 |
| 1.2 Les types d'entrepreneurs : Approche & Typologie | 33 |
| 1.2.1 La typologie de Norman Smith | 34 |
| 1.2.2 La typologie de Laufer | 34 |
| 1.2.3 Typologie Julien et Marchesnay (P.I.C et les C.A.P) | 35 |
| 1.2.4 L'approche de Schumpeter | 36 |
| | |
| Section 02 : Les caractéristiques de l'entrepreneur | 37 |
| 1. Typologie de quatre compétences | 37 |
| 2. L'entrepreneur et les caractéristiques psychologiques : | 37 |
| 3. L'entrepreneur et l'innovation | 38 |
| 4. L'entrepreneur et le management | 39 |
| 5. L'entrepreneur leadership | 39 |
| 6. L'entrepreneur organisationnel | 40 |
| 7. Les motivations principales des entrepreneurs | 42 |
| 8. Les objectifs de l'entrepreneur | 42 |
| | |
| Section 03 : L'intention entrepreneuriale | 43 |
| 1. Définition de l'intention..... | 43 |
| 2. L'évolution de l'intention | 44 |
| 3. De l'intention à l'action | 45 |
| | |
| 4. Les modèles de l'intention entrepreneuriat | 46 |
| 4.1 Théorie du comportement planifié Ajzen et Fishbein (1991) | 46 |
| 4.2 Attitudes vis-à- du comportement | 47 |
| 4.3 La perception des normes sociales | 47 |

Table des matières

| | |
|--|-----------|
| 4.4 La perception du contrôle comportemental | 48 |
| 4.5 Le modèle de krueger et Carsrud(1993) | 51 |
| 4.6 Théorie de la formation de l'événement entrepreneurial Shapero et Sokol (1982) | 54 |
| 5.7 La formation de l'organisation..... | 56 |
| | |
| Conclusion | 58 |
| | |
| Chapitre III: Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des entrepreneurs des entreprises de la wilaya de Bejaia | 60 |
| Introduction. | 60 |
| Section 1 : La démarche méthodologique..... | 60 |
| 1.1 Le terrain de l'enquête | 60 |
| 1.2 L'objectif de l'enquête..... | 60 |
| 1.3 Présentation des entreprises de l'échantillon | 61 |
| 1.4 Nature de l'activité des entreprises qui ont participé à l'enquête..... | 61 |
| 1.5 Secteur d'activité des entreprises étudiées..... | 62 |
| 1.6 Présentation du questionnaire..... | 63 |
| | |
| Section 2 : Les déterminants des intentions entrepreneuriales des entrepreneurs de la wilaya de Bejaïa | 64 |
| 2.1 La répartition des entrepreneurs selon leurs niveaux d'instruction..... | 64 |
| 2.2 L'impact que représente la formation universitaire sur le désir de création d'entreprise | 65 |
| 2.3 La répartition des entrepreneurs selon leurs disciplines d'études supérieurs | 66 |
| 2.4 La répartition des entrepreneurs selon les études/formations en création d'entreprise... | 68 |
| 2.5 Les motivations personnelles des entrepreneurs à la création d'entreprise | 69 |
| 2.6 La nécessité de la collecte de l'information pour un projet de création d'entreprise | 71 |

Table des matières

| | | |
|-------------|--|-----------|
| 2.7 | Les autorités locales et l'entrepreneuriat | 73 |
| 2.8 | L'entrepreneur et les dispositifs d'aide à la création d'entreprise (ANSEJ, ANJEM) | 74 |
| 2.9 | L'internationalisation et l'intention entrepreneuriale | 75 |
| 2.10 | L'enivrement favorable pour la création d'entreprises | 76 |
| 2.11 | Création d'entreprise étant à la fin de ses études | 78 |
| 2.12 | Le financement du projet d'entrepreneuriat | 79 |

| | |
|-------------------------|-----------|
| Conclusion | 80 |
|-------------------------|-----------|

| | |
|----------------------------------|-----------|
| Conclusion générale | 82 |
|----------------------------------|-----------|

| | |
|----------------------------|-----------|
| Bibliographie | 85 |
|----------------------------|-----------|

Annexes

Tables de matières

Résumé

Résumé

Le sujet de l'entrepreneuriat et la création d'entreprise sont le domaine le plus fréquent aujourd'hui, La création d'entreprise est devenue le mot d'ordre en matière de développement économique. Face aux défis de la mondialisation, l'entrepreneuriat devient un moyen pour les milieux d'assurer leurs capacités d'innovation et leur compétitivité.

En entrepreneuriat, l'entrepreneur est une personne qui a l'intention, mettre son temps et son capital dans une situation risquée ; L'intention est un concept clé dans la compréhension de l'entrepreneur et représente un état d'esprit qui oriente l'attention, l'expérience et les agissements d'une personne vers un objectif ou un comportement spécifique. Elle représente un indicateur du degré de volonté de l'individu, des efforts qu'il prévoit d'exercer pour adopter un comportement donné

Le but de notre réflexion consiste à étudier un certain nombre d'entrepreneurs, pour la compréhension de l'intention entrepreneuriale dans la wilaya de Béjaïa. Cela, en portant une attention particulière aux différents aspects entourant ce phénomène. Une enquête a été menée auprès de 30 entreprises de différents secteurs dans la wilaya de Bejaïa ; Dans un tel contexte, notre problématique s'articule autour de cette question : « **Quel est le déterminant de l'intention entrepreneuriale le plus dominant pour les entrepreneurs de la wilaya de Bejaïa ?** »

Il s'avère de notre étude que les entrepreneurs de la wilaya de Bejaïa ont un fort sentiment de créer de la richesse dans le but de développer la croissance économique de la région, et la volonté d'accomplir le développement personnel qui est un but ultime de chacun, un objectif qui fait que les gens s'épanouissent et se sentent bien dans leurs peaux.

Mot Clé : Entrepreneuriat, L'intention entrepreneuriale, L'entrepreneur.

ABSTRACT

The subject of entrepreneurship and business creation is the most common field today. Business creation has become the watchword in economic development. Faced with the challenges of globalization, entrepreneurship is becoming a way for environments to ensure their innovation capabilities and competitiveness.

In entrepreneurship, an entrepreneur is a person who intends to put his or her time and capital into a risky situation. Intention is a key concept in understanding entrepreneurship and represents a state of mind that directs a person's attention, experience and actions towards a specific goal or behavior. It represents an indicator of the degree of willingness of the individual, of the efforts that he/she plans to exert to adopt a given behavior

The purpose of our reflection consists in studying a certain number of entrepreneurs, for the understanding of the entrepreneurial intention in the wilaya of Bejaia. This, by paying particular attention to the various aspects surrounding this phenomenon. A survey was conducted with 30 companies from different sectors in the wilaya of Bejaia; In such a context, our problematic is based on this question: "What is the most dominant determinant of the entrepreneurial intention for entrepreneurs in the wilaya of Bejaia?"

It appears from our study that the entrepreneurs of the wilaya of Bejaia have a strong desire to create wealth in order to develop the economic growth of the region, and the will to achieve personal development which is an ultimate goal of everyone, a goal that makes people flourish.