

Université Abderrahmane MIRA-Bejaïa
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences
de Gestion
Département des Sciences de Gestion

Mémoire de fin de cycle

En vue de l'obtention du Diplôme de Master

Option : Management économique des territoires et entrepreneuriat

Thème

Les déterminants de la création d'entreprise :
Cas : des deux communes Bejaia et El kseur.

Présenté par :

HASSAIM Kenza

OUKACHBI Billal

Sous la direction de :

M^{me} : KIROUANE. N

Devant le jury composé de :

Président : Mme BAKOURI.H

Examineur : Mme DJEMAI.S

- Juin 2017 -

DEDICACES

Je dédie ce modeste travail

A mes chers parents.

A mes frères : Jugurtha et Youdas

A mes sœurs : Katia, Kamilia et Kassilia

A mon oncle Mustapha

Le soutien de mes amis m'a permis de traverser quelques moments difficiles, je remercie donc : Wahiba, Adel, Tine tine, et mon binôme billal

*A toute la promotion **METE** sans exception*

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

Kenza

DEDICACES

Je dédie ce modeste travail

A mes chers parents.

A mes frères : Nassim, Youcef, Brahim, Yanis

A mes sœurs : Lynda, Sihem, Samira, Meriem

A ma chère Yesmine

*Le soutien de mes amis m'a permis de traverser quelques moments difficiles et
je remercie aussi mon cousin Walid, et ma binôme Kenza*

*A toute la promotion **METE** sans exception*

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

Billal



Remerciements

En premier lieu, nous tenons à remercier vivement madame Kirouane. N qui n'a pas épargné aucun effort pour nous aider et pour nous assurer les meilleures conditions de travail, pour ses précieux conseils et gratitude ainsi que sa générosité d'aider, pour la disponibilité qu'il a toujours manifestée à notre égard.

Nos remerciements s'adressent également à Mme le président du jury et les membres du jury pour l'honneur de juger ce modeste travail .

Merci à toutes les personnes que nous n'avons pas citées et qui ont de près ou de loin participé à la réalisation de ce travail. Merci pour leur sympathie et simplement pour le plaisir que nous avons eu à les côtoyer quotidiennement.

Enfin, une pensée toute particulière à nos familles pour son soutien et l'intérêt que chacun a porté pour nos travail. Merci de votre soutien, vos encouragements et votre présence tout au long de nos cursus. Merci de croire en nous. Trouvez dans ce travail accompli, tout le respect et l'amour que nous vous portons.

Kenza & billal

LISTE DES ABREVIATION

Liste des abréviations

AGI : Autorisation Globales d'Importations

ANDI : Agence Nationale de Développement de l'Investissement

ANGEM : L'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit

ANSEJ : L'Agence Nationale pour le Soutien à l'Emploi des Jeunes

BTP : Bâtiments et Travaux Publics

CAP : Croissance Autonomie Pérennité.

CG : Confédération Générale

CNAC : La Caisse Nationale d'Allocation Chômage

CNES : Conseil National Economique et Social

CNI : Commission Nationale des Investissements

DA : Dinar Algérien

EPA : Etablissement Public Administratif

EURL : L'Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée

FMI : Fond Monétaire International

Ha : Hectare

Km : Kilomètre

ME : Moyenne Entreprise

OMC : Organisation Mondiale du Commerce

PDG : Président Direction Générale

PE : petite Entreprise

PME : Petite et Moyenne Entreprise

PIC : Pérennité Indépendance Croissance.

PMI : petite et moyenne industriel

SARL : La Société à Responsabilité Limitée

SBA : Small Business Administration

S.N.C : La Société au Nom Collectif

SPA : Société Par Action

TPE : Très Petite Entreprise

6M: diagramme d'Ishikawa (Money, Men, Machines, Materials, Market, Management)

La liste des tableaux et figures

Tableau 1 : Position, contribution et rôle de chacun des « associés ».....	14
Tableau 2 : Définition de l'entrepreneur en fonction des écoles de pensée économique.	19
Tableau 3 : Les critères de S.B.A.....	27
Tableau 4 : Classification des PME par effectif/par nombre d'employés, le chiffre d'affaire et total du bilan annuel.	50
Tableau 5 : Population de la PME selon la propriété.....	55
Tableau 6 : évolution comparative du nombre de PME pour la période allant de 2009 à 2015	56
Tableau 7 : statistique PME par commune.....	56
Tableau 8 : La taille de l'échantillon de notre enquête	59
Tableau 9 : La taille de l'échantillon étudié	59
Tableau 10 : Répartition de l'échantillon par branche d'activité	59
Tableau 11 : Répartition des entreprises par commune	62
Tableau 12: Répartition des entreprises selon leurs formes juridiques	62
Tableau 13 : Date de création des entreprises enquêtées	63
Tableau 14: La taille des entreprises enquêtées selon l'effectif employé	63
Tableau 15: Sexe de l'entrepreneur.....	64
Tableau 16: Age de l'entrepreneur.....	65
Tableau 17 : La situation matrimoniale des entrepreneurs.....	65
Tableau 18 : Répartition des entrepreneurs selon leur rang de naissance	66
Tableau 19 : Répartition des entrepreneurs selon leurs origines.....	66
Tableau 20 : Le niveau d'instruction des entrepreneurs.....	67
Tableau 21: La situation professionnelle de l'entrepreneur avant la création d'entreprise.....	67
Tableau 22 : stock de connaissance.....	68
Tableau 23 : La répartition des entrepreneurs selon le nombre d'entreprise créé.....	68
Tableau 24 : L'expérience professionnelle antérieure dans le même secteur d'activité	69
Tableau 25 : La profession du père	69
Tableau 26 : La profession de la mère	70
Tableau 27 : L'influence des parents sur les entrepreneurs	70
Tableau 28 : Etes-vous seul en affaire	70
Tableau 29 : Les membres de la famille en affaires.....	71
Tableau 30 : L'origine de l'idée de création d'entreprise	71

Tableau 31 : Les raisons qui ont motivé la création de l'entreprise.....	72
Tableau 32 : Les situations qui ont déclenché le processus de la création de l'entreprise.....	73
Tableau 33 : La structure de financement des entreprises enquête	73
Tableau 34 : La répartition selon l'étude de marché	74
Tableau 35 : La satisfaction de l'étude de marché	74
Tableau 36 : Les caractéristiques favorisent le succès de la personne en affaire.....	75
Tableau 37 : Les déterminants du choix de secteur d'activité	75
Tableau 38 : Les raisons qui ont contribué au choix de la dimension du projet	76
Tableau 39 : Les opportunités environnementales favorisant la création	77
Tableau 40 :L'attachement à la région d'implantation	77
Tableau 41 : Les facteurs à l'origine de la localisation des entreprises	78
Tableau 42 : Les principales contraintes rencontrées.....	79
Figure 1 : Impact de l'entrepreneuriat sur la croissance économique	16

SOMMAIRE

Introduction générale.....	1
Chapitre I : Le phénomène entrepreneurial	
Introduction.....	5
Section 01 : Concepts de base sur l'entrepreneuriat.....	5
1.1. La notion de l'entrepreneuriat.....	5
1.2. Les diverses formes de l'entrepreneuriat.....	10
1.3. L'importance de l'entrepreneuriat dans l'économie et le développement territorial.....	16
Section 02 : L'entrepreneur : Acteur principal de l'entrepreneuriat.....	17
2.1. Que sait-on de l'entrepreneur.....	17
2.2. Mythes et réalités de l'entrepreneur.....	19
2.3. L'entrepreneur et les approches typologique.....	20
2.4. Rôle de l'entrepreneur.....	23
Conclusion.....	24
Chapitre II : Les déterminants de la création de l'entreprise	
Introduction.....	25
Section 01 : La création d'entreprise.....	25
1.1. Définition de la petite et moyenne entreprise.....	26
1.2. Les caractéristiques, Avantages et faiblesses des PME.....	31
1.3. Les processus menant à la création d'entreprise.....	33
1.4. les contraintes de la création d'entreprise.....	35
Section 2 : Les motivations de l'entrepreneur à l'égard de l'entrepreneuriat.....	36
2.1. Définition de la motivation.....	37
2.2. Comprendre l'acte entrepreneurial.....	38
2.3. Les motivations de l'entrepreneur.....	42
Conclusion.....	48
Chapitre III : Analyse des résultats de l'enquête	
Introduction.....	49
Section 1 : La dynamique entrepreneuriale en Algérie.....	49
1.1. Création des PME en Algérie.....	49
1.2. La PME privée dans la wilaya de Bejaia.....	54
Section 02 : Analyse des résultats de l'enquête de terrain.....	57
2.1. Méthodologie de la recherche.....	57
2.2. Analyse et interprétation des résultats de l'enquête.....	61
Conclusion.....	80
Conclusion générale.....	81



Introduction Générale

Introduction générale

L'entrepreneuriat est devenu aujourd'hui un enjeu majeur pour la quasi-totalité des pays. Les divers avantages qu'il génère justifient amplement l'intérêt grandissant qu'il suscite. Par ailleurs, à côté de sa contribution dans la création d'emploi et du renouvellement du tissu économique, l'entrepreneuriat peut apporter de l'intérêt aux individus qui peuvent trouver dans des situations entrepreneuriales et plus particulièrement la création d'entreprise des sources de satisfaction. L'entrepreneuriat est un phénomène complexe qui au cours du temps a pris plusieurs significations. Plusieurs auteurs et chercheurs dans ce domaine ont essayé d'apporter une définition pour ce concept. Parmi eux, nous citons Thierry Verstraete¹ qui a défini l'entrepreneuriat comme étant un phénomène combinant un individu et une organisation, l'un se définit par rapport à l'autre et vice versa.

« 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 avec des projets d'entreprise à apprendre à devenir des entrepreneurs, à lancer et à développer une entreprise » (Stevenson)².

La littérature entrepreneuriale nous a appris que la réussite d'une aventure entrepreneuriale ne dépend pas uniquement d'un environnement favorable à la création mais également des caractéristiques de l'entrepreneur.

L'entrepreneuriat commence par une volonté individuelle d'un futur entrepreneur. Cet entrepreneur qui a été longtemps marginalisé dans la pensée économique, car pour F. Quesny³, l'entrepreneur fait partie de la classe stérile, et ne crée pas de richesses, il ne fait que la circuler. C'est à partir des travaux de Shumpeter suivis par des chercheurs contemporains que l'entrepreneur trouva sa place dans l'économie.

Cependant, l'entrepreneur est devenu le personnage central du développement économique. Il défie le risque d'incertitude, exploite ses idées pour bénéficier au maximum des opportunités qui se présentent. Sa réussite dépend de sa capacité à créer de nouvelles idées et de les réaliser sous forme de projet d'entreprise.

¹ VESTRAETE T, « Histoire d'entreprendre-les réalités de l'entrepreneuriat », ED, EMS, 2000 p 12.

² VESTRAETE T, « Entrepreneuriat : modélisation du phénomène », revue de l'entrepreneuriat, vol 1, n° 1, 2001

³ BOUTILLIER S, « l'économie de l'entrepreneur ou l'entrepreneur deux ex machina du capitalisme », n°146, mars 2007, P 6.

INTRODUCTION GENERALE

Doté de caractéristiques particulières, l'entrepreneur est un individu hétérogène, sa capacité d'entreprendre dépend de sa personnalité, de ses ambitions, motivations, formations, compétences, son profil psychologique et enfin son entourage ou son environnement socioculturel. Alors ceci représente un atout qui permettra à l'entrepreneur de résister au changement de l'environnement, il lui permet de se différencier par rapport aux autres individus « être entrepreneur n'est pas donné à tous ! »⁴

Resté longtemps dans l'ombre du secteur public, les entrepreneurs algériens ont vu du jour au lendemain leur situation transformée d'une « liberté surveillée » à une franchise totale. Nés déjà dans les années 70 après la transformation de leurs capitaux commerciaux en capitaux productifs voir industriels (J. Pennef, 1981)⁵, les entrepreneurs ont évolué au rythme des transformations idéologiques, économiques et politiques qu'a connu l'Algérie depuis 1962.

Depuis l'ouverture économique dans les années 90, l'Algérie a affiché des discours d'encouragement et d'ouverture à l'entrepreneuriat à travers des réformes et des lois facilitant la création des entreprises.

Par ailleurs, l'activité entrepreneuriale a pris tout son essor, en premier lieu, par la liberté accordée aux entrepreneurs de créer des entreprises dans des secteurs de leur choix, et ce grâce à la levée du monopole de l'Etat, sur l'activité économique, qui a été pendant plus de 30 ans le principal entrepreneur. Ainsi, un premier code des investissements a été mis en place pour la première fois en Algérie en 1993.

Les évolutions qu'a connues le concept d'entrepreneuriat au cours des 15 dernières années comptent certainement parmi les plus importantes. Le concept s'est déplacé d'une situation singulière et il faut bien l'admettre encore peu fréquente, celle de création d'entreprise, vers des registres plus généraux touchant à l'état d'esprit et à certains comportements.

Ces changements ont entraîné, par voie de conséquence, des modifications du champ conceptuel lié à ce mot. Différentes formes d'entrepreneuriat cohabitent aujourd'hui, qui mêlent les niveaux individuels, collectifs et organisationnels.

⁴ BOUTILLER.S, «l'entrepreneur dans la théorie économique», Problèmes économiques, n°2482,1996, P 4.

⁵ PENNEF J. cité par AKNINE souidi Rosa, « Entrepreneuriat et création d'entreprise en Algérie : une lecture à partir des dispositifs de soutien et d'aide à la création des entreprises » Revue des Sciences Économiques et de Gestion, n°14, 2014, P 65.

Ce mémoire tente de décrire et d'expliquer la dynamique entrepreneuriale dans la wilaya de Bejaïa. L'idée centrale de notre recherche est de connaître les caractéristiques des entreprises, celles des entrepreneurs de cette région et les facteurs qui les ont incités à créer leurs propres entreprises. Pour cela, nous avons divisé notre travail en trois chapitres en essayant de répondre à notre problématique qui sera posé ainsi :

Quels sont les déterminants de la création d'entreprise dans la wilaya de Bejaia : Cas des communes de Bejaia et d'el kseur ?

Pour mieux comprendre cette question, notre étude tentera de répondre aux questions secondaires suivantes :

- Quelles sont les trajectoires sociales et économiques des entrepreneurs ?
- Quelles sont les opportunités environnementales favorisant la décision d'entreprendre ?
- Quelles sont les principales contraintes à la création des entreprises ?

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

- ❖ Les entrepreneurs sont motivés par leur milieu familial (leur parent, amis famille...).
- ❖ Le créateur, cherche à investir essentiellement dans les secteurs où il a vécu une expérience antérieure.

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

Afin d'affirmer ou d'infirmer nos hypothèses, nous avons opté pour une démarche méthodologique qui consiste en une recherche bibliographique et documentaire, une collecte de données auprès des organismes administratifs de la wilaya de Bejaïa. Ainsi qu'une enquête de terrain par l'élaboration et la distribution d'un questionnaire regroupant une série de questions relatives à notre étude.

L'enquête de terrain a visé des entrepreneurs qui ont créé leurs entreprises, dans le but de recueillir le maximum d'informations propres à notre échantillon, qui est composé de 50 PME privées, localises au niveau des communes Bejaia et el kseur

INTRODUCTION GENERALE

Ainsi, cette recherche est articulée autour de trois chapitres que nous développerons comme suit :

Le premier chapitre sera consacré au traitement du phénomène entrepreneurial, ce chapitre sera divisé en deux sections, la première fera l'objet de la présentation du cadre conceptuel d'entrepreneuriat, dans lequel nous allons essayer d'expliquer le phénomène de l'entrepreneuriat, de présenter ses diverses formes et de montrer l'importance de l'entrepreneuriat dans l'économie, la deuxième section sert à développer les principales théories de la notion d'entrepreneur, son rôle et ainsi les différentes typologies qui existent.

Dans le deuxième chapitre, nous allons présenter les déterminants de la création de l'entreprise ; ce chapitre sera consacré à présenter premièrement, l'acte fondamental de l'entrepreneuriat qui est la création d'entreprise. Deuxièmement, nous allons présenter quelques théories qui nous permettent de comprendre les raisons pour lesquelles l'individu est motivé pour créer une entreprise.

Le troisième chapitre est réparti en deux sections ; la première présentera la dynamique de la création d'entreprise dans laquelle nous allons présenter deux points essentiels : la création et l'évolution des PME sur le territoire algérien et au niveau de la wilaya de Bejaia. Enfin, l'objet de la deuxième section s'articule autour de l'enquête que nous mènerons auprès d'un échantillon de PME privée dans deux communes Bejaia et El kseur. Les résultats nous permettront de répondre aux préoccupations de notre problématique. Les éléments essentiels de ce chapitre concerneront la présentation de l'enquête et l'analyse des résultats obtenus de cette enquête.



Chapitre 01

Le phénomène entrepreneurial

Introduction

L'entrepreneuriat est un thème d'actualité, du fait qu'il attire l'attention de toutes les catégories de la société : enseignants, managers, dirigeants d'entreprises, consultants, hommes politiques, presque tous s'y intéressent⁶. A ce titre, il convient de dire que l'entrepreneuriat est un phénomène complexe pour être réduit à une simple définition. En effet, il est très difficile d'en donner une définition qui fera l'unanimité car chaque auteur explique avec une manière différente le concept et la façon dont il approche ce phénomène. Nombre d'auteurs abordent cependant l'entrepreneuriat à partir de l'acte d'entreprendre initié par un auteur / acteur principal (Bruyat 2000), l'entrepreneur, et suivant un processus déposé.

Ce premier chapitre, nous permettrons de pénétrer au cœur de l'entrepreneuriat et d'illustrer quelques notions clés. Notre point de départ s'articule sur les définitions, approches, les formes de l'entrepreneuriat et son importance dans la société. On est conscient que l'entrepreneur a un rôle capital dans l'essor de son entreprise, il nous a semblé intéressant de dresser, dans un second point, un état de la littérature relative à l'étude de ce personnage clé.

Section 01 : Concepts de base sur l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est une expression désignant essentiellement l'action de créer de la richesse ou de l'emploi à travers la reprise ou la création d'une entreprise. Plus précisément, c'est une activité souvent difficile qui varie selon le type d'organisation mis en place. Dans cette section nous allons essayer de répondre à la question suivante : Qu'est-ce que l'entrepreneuriat ?

1. La notion de l'entrepreneuriat

Concept difficile à définir puisque, un flou entoure à la fois la graphie du mot et la délimitation des activités qu'il recouvre.

1.1. L'histoire de l'entrepreneuriat

Il semblerait que le mot "entrepreneur", au même titre d'ailleurs que le mot "manager", soit né en France, à la fin du XVI^e siècle. En effet, la théorie de l'entrepreneur est bâtit sur les travaux de ces trois économistes, Richard Cantillon (fin XVII), Jean-Baptiste Say (début XIX siècle) et Joseph A. Schumpeter (début XX siècle).

⁶ FAYOLLE.A, « Entrepreneuriat ; apprendre à entreprendre », DUNOD, 2004, p XIII.

Richard Cantillon a été le père et le fondateur de la théorie économique de l'entrepreneur. Il a défini l'entrepreneur comme celui qui supporte l'incertitude du marché et assume le risque. Environ un siècle plus tard, Jean-Baptiste Say a défini l'entrepreneur comme étant l'intermédiaire entre le savant (connaissance) et l'ouvrier (entreprise). Et dès le début du XX siècle, J.A.Schumpeter a présenté l'entrepreneur comme étant l'agent économique qui réalise de nouvelles combinaisons de production, c'est-à-dire, un agent innovant. Donc, ces trois économistes ont formé l'apport théorique de l'entrepreneur qui a forcément évolué depuis le XVIII siècle jusqu'à l'aube du XX siècle. La période où «l'économie a sorti du carcan féodal (corporation, réglementation, etc.) pour entrer dans celle du capitalisme industriel »⁷. Ces trois économistes ont formulé l'équation entrepreneuriale de base (Léger J.C., (2013)).

$$\text{Entrepreneur} = \text{incertitude} + \text{risque} + \text{innovation}$$

Ils n'ont certes pas été les seuls (Walras, Menger, Marx, Marshall, Coase, etc.) à s'intéresser au sujet, mais ils ont été les seuls à focaliser leurs écrits sur l'entrepreneur (Léger J.C., (2013)).

1.2. Entrepreneuriat : Notions et définitions

L'entrepreneuriat, entreprenariat ou encore entreprenance est une traduction du terme anglais " entrepreneurship ", lui-même originaire du français, " entreprendre " (Carland et al. 1988, p.33)⁸. Il fait autant référence à un état (être entrepreneur) qu'à une fonction exigeant des compétences et une expertise, comme le notariat définit " la charge et la fonction de notaire " (Bruyat 1993, p.55). Gartner explore ainsi les sens accordés au terme entrepreneuriat dans le monde académique, politique et des affaires (Gartner 1990)⁹

Admettre que l'entrepreneuriat puisse constituer une des voies principales du développement conduit à en faire un objet de recherche.

Dans la littérature, le thème entrepreneuriat renvoie tantôt à l'environnement de la création d'activités, tantôt à l'entrepreneur lui-même et tantôt à l'esprit d'entreprise ou à l'action d'entreprendre, voire au résultat de cette action, l'organisation créée, reprise ou transformée.

⁷ LEGER J.C. « Le grand livre de l'entrepreneuriat », Dunod, 2013, P.7-8.

⁸ CARLAND, J.W., Hoy, F., Carland, J.A. « Who is an entrepreneur? » is a question worth asking, American journal of small business, spring 1988, p.33-39.

⁹ GARTNER, W.B. What are we talking about when we talk about entrepreneurship, Journal of business venturing, vol. 5, n°1, janvier 1990, p. 15-28.

Selon Julien et Marchesnay « l'entrepreneuriat constitue au premier chef la consécration directe de l'esprit d'entreprise, de la volonté d'entreprendre dans les affaires »¹⁰ Donc, l'entrepreneuriat est l'un des domaines d'application de l'esprit d'entreprise.

Selon T. Verstraete l'entrepreneuriat « est un phénomène combinant un individu et une organisation. L'un se définit par rapport à l'autre et vice-versa. Ainsi, le terme entrepreneuriat décrit une relation symbiotique entre un entrepreneur et une organisation »¹¹; ce terme d'entrepreneuriat contient le mot entrepreneur, donc la démarche entrepreneuriale est impulsée par un individu. L'entrepreneur apparaît inséparable de la création d'une dynamique de fait qu'il agit, structure, et engage son environnement à des fins socio-économiques.

Selon A. Tournés considère « l'entrepreneuriat comme un processus dynamique et complexe. Il est le fruit de facteurs psychologiques, sociaux culturels, politiques et économiques qui se manifestent dans un contexte donné »¹².

Selon L.J. Filion « L'entrepreneuriat est le champ qui étudie la pratique des entrepreneurs : leurs activités, leurs caractéristiques, les effets économiques et sociaux de leurs comportements ainsi que les modes de soutien qui leur sont apportés pour faciliter l'expression d'activités entrepreneuriales »¹³.

Selon Robert Hisrich, pour sa part, a préféré le terme d'entreprenance à celui d'entrepreneuriat. L'entreprenance est « le processus dynamique qui consiste à créer de la richesse supplémentaire. La richesse est créée par des individus qui assument les risques principaux en termes de capitaux ou d'implication professionnelle afin de donner de la valeur à un bien ou à un service. L'acte productif peut ou non être nouveau ou exclusif, mais alloue les compétences et ressources nécessaires »¹⁴

1.3. Les modèles de l'entrepreneuriat

Alain Fayolle et Verstraete (2005)¹⁵ pensent que l'entrepreneuriat est un domaine trop complexe et trop hétérogène pour se limiter à une seule définition.

¹⁰ JULIEN. P.A et MARCHESNAY. M ; « L'entrepreneuriat », Economica, Paris, 1996, p.11.

¹¹ VERSTRAETE T,2000, op.cit. p.12.

¹² TOUNES A, « l'intention entrepreneuriale ; une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE » thèse de doctorat en science de gestion, université de Rouen, 2003, p30.

¹³ FILION. L.J., « le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendance » revue internationale PME, vol. 10, N°02, 1997, p 156.

¹⁴ D. Hisrich R et PETERS. M P, « Entrepreneurship : Lancer, élaborer et gérer une entreprise », Ed. economica, Paris, 1991, p. 11.

¹⁵ VERSTRAETE. T et FAYOLLE. A : « Paradigmes et entrepreneuriat », Revue de l'entrepreneuriat, vol 4, n°1, 2005.

Ils proposent donc de classer les différentes définitions avancées par les auteurs selon quatre courants de pensée ou paradigmes permettant, ainsi, de cerner le domaine de la recherche en entrepreneuriat : la détection-construction-exploitation d'une occasion d'affaire (opportunité), la création d'une organisation (non associé à une création d'entreprise), la création de valeur et l'innovation. Ces modèles sont complémentaires et peuvent se combiner, plutôt que s'opposer. Dans ce point, nous aborderons les principaux modèles de l'entrepreneuriat tout en montrant leur complémentarité.

1.3.1. L'entrepreneuriat comme processus d'exploitation des opportunités

Le concept d'opportunité existe depuis longtemps dans la littérature sur l'entrepreneuriat, mais il a pris récemment une place très importante.

Cette perspective définit l'entrepreneuriat comme la capacité à créer ou à repérer des opportunités et à les exploiter (Shane et Venkataraman, 2000). Elle associe parfois d'autres notions, telles que la capacité à réunir les ressources pour poursuivre l'opportunité. Elle s'intéresse aux sources des opportunités, au processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation de celles-ci, ainsi qu'aux individus qui les découvrent, les évaluent et les exploitent.

Deux regards peuvent être posés sur l'opportunité, le premier voit dans celle-ci une réalité objective, identifiable en tant que telle, les opportunités existeraient et il suffirait d'avoir une capacité à les reconnaître pour les approprier et les transformer en réalités économiques et le second postule que l'opportunité est une construction sociale naissant des interactions et des confrontations entre un individu et un environnement. L'opportunité se modèle au cours d'un processus de création (d'une entreprise par exemple, mais pas forcément). Dans ce sens, elle n'est pas le point de départ, l'élément « objectif » qu'il faut forcément découvrir pour initier ce processus (Fayolle, 2004).

1.3.2. L'entrepreneuriat comme processus d'émergence organisationnelle

L'entrepreneuriat est conçu comme un processus d'organisation qui conduit à la création d'une nouvelle organisation par une ou plusieurs personnes. La notion d'organisation ne s'y réduit pas à celle d'entreprise.

Même s'il n'est pas toujours facile d'identifier les travaux et les chercheurs qui sont à l'origine de cette conception, ce courant est, pour nous, fortement associé à l'œuvre de Gartner : « I think that those who are familiar with some of my previous writings on entrepreneurship are aware that the domain of entrepreneurship that interests me is focused on

the phenomenon of organization creation »¹⁶ (Gartner, 1995, p. 69). Gartner précise que ses écrits antérieurs dans le domaine de l'entrepreneuriat sont axés sur le phénomène de création d'organisation.

Le concept d'émergence organisationnelle s'applique à un phénomène découlant de l'interaction de différents stimuli tels que l'expérience, les images ou les idées, prenant sens dans une combinaison nouvelle. Autrement dit, c'est l'organisation comme processus qui prime sur l'organisation comme entité.

1.3.3. L'entrepreneuriat comme un processus de création de nouvelle valeur

L'entrepreneuriat est une dialogique individu/création de valeur nouvelle¹⁷. Cette relation particulière qui unit un individu (ou une petite équipe) au « projet » de création de valeur s'inscrit dans une double dynamique de changement, pour l'acteur et pour l'environnement concerné par la création de valeur nouvelle.

En effet, cette dialogique peut s'expliquer comme suit : « l'individu est une condition nécessaire pour la création de valeur, il en détermine les modalités de production, l'ampleur, il en est l'acteur principal. Le support de la création de valeur, une entreprise par exemple, est la « chose » de l'individu, nous avons :

Individu → création de valeur

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

Création de valeur → individu.»¹⁸

D'une certaine manière et en simplifiant les choses, l'individu (l'entrepreneur) est la condition essentielle de l'existence et de l'évolution du projet, alors que le projet est ce qui fait penser, agir et vivre l'individu. Ce couple individu/projet de création de valeur forme un système ouvert sur son environnement. Ce système, au cours du processus, va apparaître, évoluer, se développer ou disparaître, à travers une succession de configurations et de phases.

¹⁶ FAYOLLE. A et DEGEORGE. JM, « dynamique entrepreneuriale : le comportement de l'entrepreneur », de boeck, Bruxelles, 2012, p14.

¹⁷ : Idem, p16.

¹⁸ BRUYAT C, (1993), Op.Cit, p53.

1.3.4. Le moteur de l'entrepreneuriat : L'innovation

Dans la lignée des travaux de Schumpeter, ce courant accorde une importance capitale à l'innovation dans la définition de l'entrepreneuriat (Julien et Marchesnay, 1996 ; Drucker, 1985). Pour Carland et al. (1984), l'innovation permettrait également de différencier les entrepreneurs des propriétaires-dirigeants de PME.

P. André Julien et Michel Marchesnay affirment que le moteur de l'entrepreneuriat est l'innovation : « l'innovation constitue le fondement de l'entrepreneuriat, puisque celle-ci suppose des idées nouvelles pour offrir ou produire de nouveaux biens ou services, ou, encore, pour réorganiser l'entreprise. L'innovation, c'est créer une entreprise différente de ce qu'on connaissait auparavant, c'est découvrir ou transformer un produit, c'est proposer une nouvelle façon de faire, de distribuer ou de vendre.»¹⁹

L'innovation peut prendre de nombreuses formes différentes (nouveaux produits ou services, nouvelles sources de matières premières, nouvelles méthodes de production, de distribution ou de vente, nouveaux marchés, nouvelle organisation...), mais c'est elle qui constituerait le fondement de l'entrepreneuriat.

Alain Fayolle et Vestraete (2005) montrent dans un article publié dans la revue de l'entrepreneuriat les insuffisances de chaque modèle. Ils insistent sur la nécessité de combiner les quatre paradigmes pour marquer une construction théorique, en donnant du sens et de la cohérence. Ils ont proposé une figure associant à l'entrepreneuriat quatre dimensions clés : l'innovation et détection d'opportunité qui sont orientées vers les ressources du processus et la création de valeur et d'une organisation qui sont orientés sur le résultat du processus.

Paturel (2007), dans sa définition de l'entrepreneuriat, fait appel aux quatre paradigmes « l'entrepreneuriat est , à partir, d'une idée, l'exploitation d'une opportunité dans la cadre d'une organisation impulsée, créée de toute pièce ou reprise dans un premier temps, puis développée ensuite, par une personne physique seule ou en équipe qui subit un changement important dans sa vie, selon un processus qui aboutit à la création d'une valeur nouvelle ou à l'économie de gaspillage de valeur existante »²⁰.

2. Les diverses formes de l'entrepreneuriat

Nous pouvons distinguer deux grands axes des situations entrepreneuriales à savoir :

¹⁹ JULIEN P. A. & MARCHESNAY M (1996), Op. Cit, p35.

²⁰ PATUREL R, JAZIRI R, « une vision renouvelée des paradigmes de l'entrepreneuriat : vers une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat », colloque sur entrepreneuriat et entreprise : nouveaux enjeux et nouveaux défis, Gafsa, 2009, P 5

2.1. Les principales formes de l'entrepreneuriat

Notre attention n'est pas d'aller trop en profondeur mais c'est de présenter les différentes formes principales de l'entrepreneuriat, création d'entreprise, reprise d'entreprise et intrapreneuriat.

2.1.1. La création d'entreprise

« Est l'acte fondateur de l'entrepreneuriat, encourager par les pouvoirs publics, pour développer la création d'emploi, elle est freinée par de nombreux obstacles tant administratifs, qu'économiques, que sociaux, que psychologiques ou que culturels »²¹. Pour Bruyat (1993), la création d'entreprise correspond surtout à des créations d'activités économiques nouvelles par des personnes n'étant pas déjà chefs d'entreprise.

La création d'entreprise est un phénomène qui se présente sous plusieurs formes. Cela vient de la variété de types d'entreprises créées et du profil de l'entrepreneur. Il est possible de distinguer quelques situations typiques de création en soulignant les implications principales sur l'entrepreneur :

✓ **La création ex-nihilo**

Ex nihilo est une expression latine signifiant « à partir de rien ». Créer une entreprise quand rien n'existe n'est pas une situation facile. Il faudra du temps pour y arriver à implanter son produit dans un marché, pour convaincre les utilisateurs et les chercheurs et ce, d'autant plus que le degré d'innovation sera élevé. Par voie de conséquence, il faudra soigneusement dimensionner les besoins financiers et obtenir les ressources suffisantes. La création ex-nihilo exige beaucoup de travail, de rigueur et de ténacité. Par ailleurs les risques doivent être particulièrement bien évalués.

✓ **La création par essaimage**

Créer une entreprise quand on est encore salarié et avec l'aide de son entreprise est certainement une démarche plus facile. Les grandes entreprises proposent des mesures et des dispositifs destinés à inciter et à accompagner leurs salariés dans des créations d'entreprise. Ce soutien permet à la nouvelle entité d'accroître ses chances de succès.

Ce phénomène concerne en premier lieu des sociétés liées aux activités technologiques et innovantes. En effet, il s'agit de la création d'une entreprise à partir des technologies développées, essentiellement dans l'organisation d'où provient cette entreprise.

²¹ BOISLANDELLE H. M, « Dictionnaire de gestion : vocabulaire, concept et outils, Economica, Paris, 1998, P.146.

L'essaiage technologique est considéré par ceux qui sont attentifs au développement économique comme un moyen de créer des emplois bien rémunérés.

Les projets peuvent être variés et concernent, soit la création d'un commerce ou d'une entreprise industrielle, mais l'accompagnement (matériel, intellectuel, commercial et financier) d'une entreprise sert uniquement pour réduire le niveau de risque d'échec pour l'entrepreneur. Donc, l'essaiage est une pratique de soutien et d'accompagnement entrepreneurial d'une nouvelle entité créée par un salarié.

✓ **La création par franchise**

Elle met en relation un franchiseur, entreprise qui souhaite se développer en utilisant cette modalité, et un franchisé, individu qui veut créer une entreprise en appliquant une formule. Ce type de création consiste à imiter un fonctionnement qui existe dans un contexte géographique donné. La création en franchise bénéficie également d'un accompagnement important, mais payant, de la part du franchiseur. Elle peut permettre à celui qui n'a pas d'idées propres ou qui n'a pas une capacité à innover de réaliser son objectif de création d'entreprise.

✓ **La création de filiale**

L'entrepreneur agit, dans ce cas, pour le compte d'une entreprise existante qui lui confie un projet de nature entrepreneuriale. Les risques personnels sont très limités et les conditions matérielles proposées sont celles d'un cadre ou d'un dirigeant. Cette situation peut convenir à celui qui va entreprendre mais qui ne le fait pas, par peur des risques et pour ne pas remettre en cause sa situation personnelle ou familiale.

✓ **La création d'activité nouvelle**

Ce cas est assez proche du précédent. Tout se passe dans une organisation existante avec les avantages et les inconvénients liés à ce positionnement. Très fréquemment, ce type de situation fait davantage appel à des qualités et des compétences utiles pour innover. Les entrepreneurs potentiels créatifs et dotés d'une capacité réelle de management de projets d'innovation peuvent être concernés par la création d'activité nouvelle, qu'ils aient ou non le processus.

2.1.2. La reprise d'entreprise

La reprise d'entreprise ou d'activité présente une différence de taille avec la création d'entreprise. L'organisation existe, elle n'a pas à être créée.

Si elle existe, il est alors possible de s'appuyer sur des données qui la décrivent dans son présent, son histoire, sa structure et son fonctionnement. Dans ces conditions, l'incertitude est généralement moindre et les niveaux de risque beaucoup plus faibles. Comme pour la création d'entreprise, la reprise peut être réalisée par un individu pour son propre compte ou par une entreprise existante. Au moins deux cas de reprise d'entreprise peuvent être examinés:

✓ **La reprise d'entreprise ou d'activité en bonne santé**

La principale difficulté est vraisemblablement d'avoir suffisamment tôt l'information qu'une entreprise de ce type est en vente. Ensuite il faut pouvoir disposer de ressources financières importantes, car le prix de marché de ces entreprises peut être élevé. Il est indispensable d'avoir, par ailleurs, de bonnes compétences générales et une expérience de management réussie. Il convient, en effet, de ne pas perdre trop de temps dans l'apprentissage du métier de chef d'entreprise ;

✓ **La reprise d'entreprise ou d'activité en difficulté**

Si les difficultés sont déclarées (entreprises en redressement judiciaire), il est indispensable de connaître le cadre légal de reprise d'entreprise en difficulté. Avoir des relations avec des acteurs clés dans ce milieu, apparaît comme une condition importante. Si le prix d'acquisition de ces entreprises est sans commune mesure avec celui de l'entreprise en bonne santé, il ne faut jamais perdre de vue que ces structures nécessitent généralement une très forte recapitalisation financière. Reprendre une entreprise en difficulté nécessite également une bonne connaissance des situations de crise. Il convient en effet, de restaurer rapidement la confiance à tous les niveaux : personnel, clients, fournisseurs, partenaires...

2.1.3. L'intrapreneuriat

« L'intrapreneuriat est le processus par lequel un individu (ou un groupe d'individus), en association avec une organisation existante, crée une nouvelle organisation ou génère le renouvellement ou l'innovation au sein de cette organisation. »²² Cette définition est intéressante à plus d'un titre : d'abord, elle met en évidence la dimension individuelle du processus intrapreneurial et souligne l'existence d'une association entre individu et organisation. Elle inclut, parmi les finalités du processus intrapreneurial, non seulement la création de nouvelles activités, mais également toute innovation ou transformation majeure de l'organisation. Les relations entre les deux « associés » (individu ou groupe d'individus et l'organisation) aussi asymétriques et interdépendantes sont forcément complexes.

²²MICHEL C, « entreprenariat », publié par pearson education, Paris, 2009, P 291.

CHAPITRE1 : LE PHENOMENE ENTREPRENEURIAL

L'intrapreneur qui agit apparemment de façon autonome et s'engage personnellement reste un employé soumis à des obligations contractuelles et morales, dont celle d'agir pour le bénéfice de son employeur. De son côté, l'organisation qui « délègue » certaines tâches et transfère certains risques à l'intrapreneur constitue à la fois son milieu nourricier et son juge... Le tableau N°1 tente de clarifier la position et le rôle respectifs des deux « associés » du processus entrepreneurial.

Tableau 1 : Position, contribution et rôle de chacun des « associés »

	L'individu	L'organisation
Ce que l'intrapreneuriat constitue pour...	Un parcours stimulant mais exigeant et présentant certains risques.	Un outil de management permettant d'améliorer certains aspects de la performance de l'entreprise
Apports principaux de ...	Créativité, talent, motivation, expertise, influence, réseau personnel.	Ressources, expertises complémentaires, cadre stratégique, méthode, récompenses.
Rôles respectifs de ...	L'individu s'engage personnellement et entièrement dans la réussite d'un projet pour le compte de l'organisation.	L'organisation encourage, guide, évalue et soutient les intrapreneurs dont le projet et le profil répondent à certains critères.

Source : site internet : http://www.foad-mooc.auf.org/IMG/pdf/Chapitre_1_module_1.pdf, **date de consultation :** 19/03/2017.

2.2. Autres classification de l'entrepreneuriat

La forme la plus répandue de l'entrepreneuriat est celle du démarrage d'une nouvelle entreprise, mais, ces dernières années, le terme a été étendu pour inclure des formes sociales et politiques de l'activité entrepreneuriale. Nous pouvons classer l'entrepreneuriat selon différents critères comme : le nombre d'entrepreneurs, le sexe... etc.

2.2.1. Entrepreneuriat formel et informel

L'entrepreneuriat formel comprend les activités relatives à l'économie formalisée c'est-à-dire les activités autorisées et reconnues par l'Etat alors que l'entrepreneuriat informel est relatif aux activités qui s'exercent dans le noir, non enregistrées par l'Etat.

On peut avoir aussi l'entrepreneuriat souterrain, par analogie à l'économie souterraine qui concerne les activités prohibées et illicites.

2.2.2. Entrepreneuriat individuel et entrepreneuriat collectif

L'entrepreneuriat individuel, c'est la volonté d'une personne de se démarquer, d'acquiescer plus d'indépendance et de liberté sans l'intervention des autorités, explique Régis LABEAUME²³. Les individus qui empruntent cette voie cherchent à se réaliser sur les plans personnels, professionnels et financiers. L'entrepreneuriat individuel correspond en fait au travail indépendant. L'entrepreneuriat collectif ou communautaire est caractérisé par un groupe d'individus qui décèlent un même besoin et qui choisissent d'unir leurs efforts afin de répondre à ce besoin. Dans l'entrepreneuriat collectif, les individus partagent les bénéfices et les risques. Ils ont envie d'entreprendre ensemble et non d'être en concurrence.

2.2.3. Entrepreneuriat occasionnel et entrepreneuriat durable

Selon la durée de l'activité, l'entrepreneuriat occasionnel reprend les activités temporaires, journalières,... alors que l'entrepreneuriat durable correspond aux activités et surtout les sociétés dont l'exploitation dure longtemps.

2.2.4. Entrepreneuriat féminin et entrepreneuriat masculin

L'entrepreneuriat féminin concerne certaines activités qui peuvent être exclusivement exercées par les femmes. Il est défini comme un ensemble d'activités mises sur pieds et gérées par les femmes elles même indépendamment de la taille de l'entreprise.

L'entrepreneuriat féminin désigne ainsi les activités des femmes qui se prennent en charge, qui s'organisent pour créer les activités économiques rentables dans les secteurs formels ou informels.

L'entrepreneuriat masculin, concerne les activités qui peuvent être spécifiques aux hommes.

2.2.5. Entrepreneuriat privé, entrepreneuriat public et entrepreneuriat social

Le critère retenu dans cette classification est le statut juridique de l'entreprise. Le privé concerne les entreprises du secteur privé ; le public, les entreprises du secteur public et l'entrepreneuriat social concerne les différentes entreprises du secteur de l'économie sociale.

2.2.6. L'entrepreneuriat de type autocréation ou d'emploi

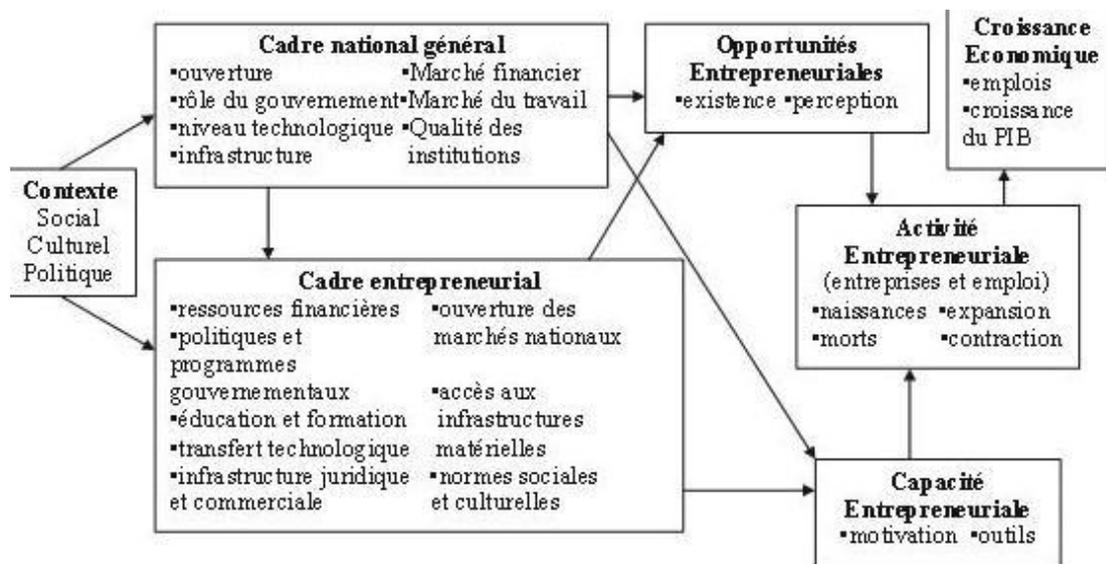
L'entrepreneuriat d'emploi constitue généralement une alternative, voire une solution, pour ceux qui éprouvent des difficultés à trouver un emploi.

²³ LABEAUME.R, « *Types d'entrepreneuriat* », site interne : <http://www.defi.gouv.qc.ca>. date de consultation : 19.03.2017

3. L'importance de l'entrepreneuriat dans l'économie et le développement territoriale

L'entrepreneuriat est l'un des facteurs important pour une économie en pleine croissance. En effet, la création de nouvelles entreprises est un moteur essentiel de la croissance économique et permet de dynamiser le tissu économique, il est un moyen de lutter contre le chômage et la mobilité des jeunes. Et aussi il permet de réduire la dépendance et la passivité. A travers la création d'entreprise, les jeunes peuvent créer eux-mêmes leur emploi.

Figure 1 : Impact de l'entrepreneuriat sur la croissance économique



Source : **Thierry. Verstraete, (2000), Op. Cit. p 36.**

Le développement de l'entrepreneuriat peut avoir des effets positifs pour le territoire ou la région. En effet, il contribue à la dynamisation des régions.

Aucune collectivité ne saurait être dynamique sans la participation et la contribution pleine et entière de la jeunesse. L'entrepreneuriat joue plusieurs rôles dans le développement territorial :

- ❖ Génération de revenu provenant de la vente des produits fabriqués localement ;
- ❖ Mis à la disposition de la population de nouveaux produits et de nouveaux services ;
- ❖ Emploi de la main d'œuvre local (création d'emploi) ;
- ❖ Attractivité du territoire : à terme d'autres entreprises viendront aussi s'y installer ;
- ❖ La possibilité d'une diversification des activités permettant de réduire sensiblement la vulnérabilité économique du territoire ;

- ❖ L'entreprise constitue un lieu de socialisation et de contacts très important ;
- ❖ Elévation du pouvoir d'achat et accroissement de la richesse ;
- ❖ Importante source de taxes et accroissement de l'assiette fiscale ;

Ainsi le développement économique d'une région dépend particulièrement de l'esprit d'entreprendre dont font preuve les acteurs et actrices économiques. Il s'avère primordial de donner le goût d'entreprendre afin de dynamiser le tissu économique local.

Pour conclure, on peut dire que l'entrepreneuriat joue un rôle non négligeable dans la croissance économique et dans la lutte contre le chômage. De plus, il contribue à l'évolution technologique et à la compétitivité à travers l'innovation. Et enfin, il participe à la vitalité des territoires (attractivité, emploi de la main d'œuvre locale, recettes fiscales...).

Etant donné, l'importance de l'entrepreneuriat (pour les différentes raisons énumérées plus haut), on doit élaborer de véritables stratégies pour le promouvoir. On doit sensibiliser les plus jeunes aux valeurs entrepreneuriales afin qu'ils n'aient pas peur de se lancer dans l'aventure de la création d'entreprise.

Section 02 : L'entrepreneur : Acteur principal de l'entrepreneuriat

Plusieurs économistes ont fait des études sur l'entrepreneur, et dans cette section nous allons essayer de voir quelques définitions et théories données par certains chercheurs.

1. Que sait-on de l'entrepreneur

A l'instar de l'entrepreneuriat, le mot « entrepreneur » reste un concept ambigu aux yeux de plusieurs personnes, sa définition ne fait l'objet d'aucun consensus, ni au sein des chercheurs, ni pour les praticiens. Selon Verstraete (1998)²⁴, il est aussi difficile de définir ce qu'est un entrepreneur que de définir qui est l'entrepreneur. Le concept est polysémique et changeant selon les caractéristiques de l'époque (Boutillier et Uzunidis, 1995)²⁵.

Mais une chose est sûre, c'est un personnage clé dans la théorie économique, qui s'avère difficile d'en dresser le portrait avec précision. Il est néanmoins au cœur du phénomène entrepreneurial, le mot entrepreneuriat contient déjà la notion « entrepreneur » et c'est lui qui impulse la démarche entrepreneuriale.

²⁴ VERSTRAETE. T : « Esprit entrepreneurial et cartographie cognitive : utilisations académique, pratiques et pédagogique de l'outil », Colloque Euro PME, Rennes, 1998.

²⁵ BOUTILLIER. S et UZUNIDIS. D : « L'entrepreneur : une analyse socio-économique », Editions Economica, Paris, 1995.

Autrement dit, on ne peut pas définir l'entrepreneuriat ou encore l'esprit d'entreprise sans faire référence à l'entrepreneur, il est le sujet, l'acteur. Aussi, l'entrepreneuriat est vu comme étant l'action de l'entrepreneur.

Mais, jusqu'à l'heure actuelle, il n'existe pas une définition standardisée et universellement acceptée de l'entrepreneur.

Cantillon et Jean-Baptiste Say et Schumpeter ont fait de l'entrepreneur le moteur de la dynamique capitaliste. L'entrepreneur incarne trois composantes interdépendantes de l'économie capitaliste : l'incertitude, le risque et l'innovation.

Cantillon R. est le premier à définir en 1755 l'entrepreneur et à intégrer la notion d'incertitude et de risque dans le processus entrepreneurial. Pour lui : « L'entrepreneur est celui qui assume le risque de l'incertain peu importe le secteur. Il s'engage de façon ferme vis-à-vis d'un tiers en faisant l'acquisition des moyens nécessaires à un prix certain sans garantie de ce qu'il peut attendre »²⁶. C'est donc quelqu'un qui sait saisir une opportunité en vue de réaliser un profit, mais qui doit en assurer les risques.

Say J. B., en 1803, définit l'entrepreneur comme celui qui réunit et combine des moyens de production. Il le présente comme un coordinateur, l'entrepreneur met à profit les facultés les plus élevées et les plus humbles de l'humanité. Il reçoit des directions du savant et les transmet à l'ouvrier. L'entrepreneur est l'acteur essentiel de l'activité économique, il doit savoir, prévoir, organiser, commander, coordonner, contrôler et gérer au quotidien son entreprise.

Schumpeter, J (1928)²⁷ dit que l'entrepreneur peut être à la fois savant et ouvrier. Aussi, la recherche de profit n'est pas la motivation principale la joie de gagner et de créer est pleinement satisfaisant que la recherche de profit. Pour lui, l'entrepreneur est celui qui innove et prend des risques en même temps (une grande place est accordée à l'innovation).

Dans un esprit de synthèse, par rapport aux qualités soulevées ci-dessus, nous pouvons dire que l'entrepreneur est celui qui sait mobiliser des ressources financières dans un contexte d'incertitudes et de risques, en coordonnant les moyens nécessaires pour en tirer du profit tout en sachant prévoir, organiser, commander et contrôler et surtout en mettant en action un processus innovant. Le tableau n° 02, qui suit nous donne les définitions de l'entrepreneur en fonction des écoles de la pensée économique :

²⁶ CANTILLON R, « Essai sur la nature du commerce en général », Ed. I.N.E.D, Paris, 1997.

²⁷ SCHUMPETER J. A., « théorie de l'évolution économique », Ed. Dalloz, Paris, 1938, p84.

Tableau 2 : Définition de l'entrepreneur en fonction des écoles de la pensée économique.

Appellation des écoles	Définition de l'entrepreneur	Auteurs de références
L'école économique	Un entrepreneur est spécialisé dans la prise intuitive de décisions réfléchies relatives à la coordination des ressources rares.	Casson (1991)
L'école Comportementale	L'entrepreneur se définit par l'ensemble des activités qu'il met en place pour créer une organisation.	Gartner (1988)
L'école psychologique avec les courants Personnalistes et cognitifs	L'entrepreneur se définit par la création d'un nombre d'attributs psychologiques que l'on décrit autant par la personnalité que par les processus cognitifs activés pour la circonstance.	Shaver et Scott (1991)
L'école des processus	L'entrepreneur est celui qui développe des opportunités et crée une organisation pour les exploiter.	Baygrave et Hofer (1991)

Source : FONROUGE Cécile. « Entrepreneur / manager : deux acteurs d'une même pièce », Université d'Evry , site internet : <http://www.strategie-aims.com/actes02/Fichiers/fonrouge.pdf>, date de consultation : 10.04.2017.

Toutes les définitions citées ci-dessus confirment que l'entrepreneur se caractérise par sa capacité de prise de risque, de création et d'organisation, d'innovation et de repérer des opportunités de développement.

2. Mythes et réalités de l'entrepreneur

De nombreuses idées reçues et représentations sur l'entrepreneur sont véhiculées dans le monde entier. Nous allons tenter de reprendre, celles qui reviennent le plus fréquemment.

2.1. Entreprendre relève de l'inné ou de l'acquis ?

L'entrepreneur inné est pour nous, largement un mythe²⁸ (Fayolle, 2004, P53). Certains individus naissent avec plus d'énergie ou plus d'intuition que d'autres, leurs capacités resteraient probablement peu utilisées si elles n'étaient pas complétées par d'autres caractéristiques, telles que des connaissances, des compétences, des savoir-faire et des expériences accumulés pendant des années. D'autre part, tout cela, ce mélange inné et surtout acquis, ne peut s'expliquer que dans des situations et des contextes d'action spécifiques.

2.2. N'importe qui peut créer une entreprise ?

Pour créer une entreprise ou une activité nouvelle, il est nécessaire de faire la distinction entre une idée et une opportunité. Par ailleurs, il faut travailler son projet, le soumettre à des experts et à des regards externes et s'entourer de partenaires motivés ou intéressés.

²⁸ FAYOLLE A, (2004) op.cit, p.52-54.

Le travail préparatoire est à cet égard essentiel, pour baliser, du mieux du possible, le lancement des activités et réduire l'incertitude. Si créer une entreprise ou une activité est à la portée de tout le monde, la réussite, la pérennisation et le développement ne concernent, en général, que les individus préparés ayant étudié tous les aspects de leur projet pour en éliminer (ou réduire) les impasses opérationnelles et stratégiques.

2.3. Les entrepreneurs sont des joueurs ?

Cette idée reçue montre des entrepreneurs qui prennent des risques d'une façon, très souvent, inconsidérée, presque pour le plaisir. Dans la réalité, les entrepreneurs comme la plupart des individus responsables, essaient de prendre des risques calculés. Ils développent une habileté à identifier les risques, à estimer leurs probabilités d'occurrence et à réfléchir sur des comportements ou des stratégies qui permettent de mieux les contrôler ou les manager.

2.4. Entreprendre permet de devenir son propre patron et d'être complètement indépendants ?

Beaucoup de personnes rêvent de devenir entrepreneur parce qu'elles ont un très fort besoin d'indépendance et parce qu'elles ne supportent plus la hiérarchie et l'inertie des grandes entreprises. Elles idéalisent le « small is beautiful » des petites structures.

Même si le besoin d'indépendance est une motivation forte, très souvent avancée pour expliquer l'acte d'entreprendre, en réalité les entrepreneurs ne sont pas plus indépendants, dans leur fonctionnement, que les cadres ou d'autres dirigeants d'entreprise. Ils sont dépendants de leurs partenaires financiers, industriels ou commerciaux, de leurs collaborateurs, de leurs clients, de leurs fournisseurs et de leurs familles. Les relations qui ont été nouées avec toutes les parties prenantes impliquent des obligations fortes que des êtres responsables se doivent de respecter et d'honorer. Il est donc clair que l'indépendance n'est qu'un leurre, mais l'entrepreneur, plus que tout autre acteur économique et social, ressent un sentiment de liberté dans l'exercice de ses missions. Cette nuance subtile entre indépendance et liberté est parfaitement mise en valeur dans une définition de l'entrepreneur proposée par un jeune créateur d'entreprise.

3. L'entrepreneur et les approches typologiques

L'approche typologique renvoie à des critères et à des dimensions qui constituent, d'une certaine façon, des facteurs essentiels de compréhension des entrepreneurs.

Les typologies proposées dans la littérature sont nombreuses, nous essayerons de développer les quelques approches qui nous semblent résumer toutes les autres²⁹.

3.1. L'entrepreneur artisan versus l'entrepreneur opportuniste

Une des toutes premières typologies date de 1967 et 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.

3.2. La typologie de Laufer

Jacqueline Laufer (1975) a mis en évidence quatre types d'entrepreneurs selon la motivation dominante à la création d'entreprise et les buts principaux de l'entrepreneur à savoir :

✓ **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.

✓ **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

²⁹ FAYOLLE A (2004), op.cit, P.60.

de pouvoir et d'autorité. Très fréquemment, l'orientation technique de l'entrepreneur et de l'entreprise est accentuée.

✓ **L'entrepreneur artisan** : on trouve 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. A cet égard, l'indépendance est plus importante que la réussite économique.

3.3. Selon la logique d'action PIC et les CAP

Julien et Marchesnay (1988) distinguent deux grands types d'entrepreneurs.

✓ **L'entrepreneur PIC (pérennité-indépendance-croissance)** : dont le comportement dominants sont 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 seront réinvesties dans l'affaire.

✓ **L'entrepreneur CAP (croissance autonomie pérennité)** : qui est à l'affût des opportunités offerts par les turbulences de l'environnement pour y trouver des occasions de lancer et/ou développer des affaires rentables.

L'attrait du jour, la réalisation personnelle, plus que la recherche du cadre et des conditions les plus sécurisantes semblent être les ressorts entrepreneuriaux principaux.

3.4. Les indépendants versus les créateurs d'organisation

L'analyse des motivations entrepreneuriales, telles que le besoin de création, le pouvoir et l'autonomie amène Ettinger (1989) à proposer une vue simplifiée de la typologie de Jacqueline Laufer (1975). Il a identifié deux catégories principales subsistent :

✓ **Les entrepreneurs indépendants** : équivalents des entrepreneurs artisans, pour lesquels le besoin d'autonomie est dominant.

✓ **Les entrepreneurs créateurs d'organisation** : qui regroupent tous les autres types de la grille de Laufer, pour lesquels le besoin de pouvoir est dominant.

Ces deux types, que nous retrouvons très souvent dans d'autres approches, ont des comportements contrastés et différenciés par rapport à la notion de croissance. Le premier (entrepreneur artisan ou indépendance ou P.I.C) limite la croissance de son entreprise à ses propres possibilités en termes de ressources.

Le seconde (entrepreneur créateur d'organisation ou C.A.P) recherche des opportunités d'affaire, la croissance et est davantage susceptible que le premier de contribuer, de façon significative, au développement économique général.

3.5. L'approche de Schumpeter

D'autres typologies apparaissent complémentaires de celles que nous venons de voir. Nous allons présenter l'approche de Schumpeter (1935) qui repère quatre types historiques d'entrepreneurs.

- ✓ **L'entrepreneur fabricant commerçant** : présente 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** : possède 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.

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.

Contrairement aux autres typologies que nous avons présentées, les buts et les motivations de l'entrepreneur ne sont pas pris en compte.

4. Rôle de l'entrepreneur

Le rôle d'un entrepreneur n'est pas une tâche aisée tant il y a de différences entre les uns et les autres. D'une manière générale, l'entrepreneur crée quelques choses de nouveau, Quelques choses de différent. Il cherche le changement, interagit avec lui et sait l'exploiter alors l'entrepreneur, est un :

- ✓ **Artisan du futur, il exprime dans le risque, sa volonté de contrôler son avenir**, c'est ainsi qu'il accède au dépassement qui le caractérise. La liberté d'action à laquelle il aspire, il l'exerce dans son entreprise. Parce qu'il a foi en ses capacités et sait capter les événements prometteurs, l'entrepreneur agit et ouvre la voie au progrès. Il devient le centre d'une propagation d'énergie créatrice.
- ✓ **Initiateur de changement**, l'entrepreneur transforme les événements en occasions de mieux faire. L'innovation est la force motrice de son engagement à rassembler les ressources nécessaires à la réalisation de ses objectifs.

- ✓ **Responsable des résultats**, l'entrepreneur assume entièrement le risque associé à son projet. Il fait face à l'échec autant que le succès. Il accepte le prix de l'autonomie d'action.
- ✓ **Créateur de valeur**, l'entrepreneur contribue à rehausser le niveau de vie de son milieu. Il consacre beaucoup de temps à assurer la croissance de son entreprise afin de générer les biens et les services susceptibles d'améliorer le bien-être de la collectivité.
- ✓ **Passionné par son idée**, l'entrepreneur devient l'instrument de la croissance économique. Ses qualités personnelles le soutiennent dans sa quête de réalisation. Puisque celles-ci ont un effet multiplicateur dans les affaires, on comprend l'importance d'acquérir ou d'améliorer les qualités qui permettent d'entreprendre et de développer un projet.

Conclusion

Tout au long de ce premier chapitre, nous nous sommes positionnés dans le cadre théorique de notre recherche et notamment, au sein du champ de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur. Ce dernier est considéré comme étant un acteur principal du fait qu'il impulse la démarche entrepreneuriale autrement dit, on ne peut pas définir l'entrepreneuriat sans faire référence à l'entrepreneur, il est le sujet important dans la création d'entreprise. Aussi l'entrepreneuriat est vu comme étant l'action de l'entrepreneur. Donc, les deux concepts sont indissociables, l'un se définit par rapport à l'autre et vice-versa. Comme nous l'avons déjà souligné, l'entrepreneuriat est une expression désignant essentiellement l'action de créer de la richesse ou de l'emploi à travers la reprise ou la création d'une entreprise.

L'entrepreneuriat est une source de richesse pour les nations, elle participe au développement du secteur privé, elle joue un rôle décisif dans la lutte contre le chômage et aussi elle contribue favorablement au développement des régions et elle est vue comme étant le moteur principal de tout système économique.



Chapitre 02

Les déterminants de La création de l'entreprise

Introduction

Après avoir présenté les différentes définitions et les concepts de base sur lesquels notre travail est basé, à savoir l'entrepreneuriat et l'entrepreneur, ses typologies et son rôle dans le développement territorial. Dans ce deuxième chapitre, nous allons essayer de mieux expliquer l'acte entrepreneurial et de comprendre les principales motivations qui poussent les entrepreneurs à entreprendre.

La création d'entreprise attire aujourd'hui une attention particulière des instances locales et régionales, nationales et voir même internationales, elle apparaît comme une solution stratégique performante pour répondre aux problèmes du chômage, ainsi que la petite et moyenne entreprise (PME) qui est le moteur du développement alimenté par une renaissance de l'esprit d'entreprise. Elle apparaît comme la source première d'idées nouvelles, ainsi elle est capable de donner l'impulsion aux croissances économiques. Cette nouvelle ère se fera donc grâce à l'aptitude concurrentielle de ces entreprises qui se révèlent être l'instrument principal de la création et de la promotion de l'emploi. La PME constitue donc l'élément indispensable à l'intégration et à la diversification économique.

En effet, le passage à l'acte d'entreprendre résulte d'une combinaison complexe de motivations (le goût d'entreprendre, le désir d'être indépendant et le besoin de réalisation personnelle), et de contraintes (accès aux ressources financières, techniques et informationnelles). C'est ce que nous allons voir dans ce deuxième chapitre ; la première section sera consacrée à définir l'acte fondamentale de l'entrepreneuriat qui est la création d'entreprise et la deuxième section, a pour but de définir la motivation dans le domaine de l'entrepreneuriat et de présenter quelques théories qui nous permet de comprendre les raisons pour lesquelles l'individu est motivé pour créer une entreprise.

Section 01 : La création d'entreprise

Avant les années 1970, quelques chercheurs avaient réfléchi au rôle des PME dans l'économie, ce n'est qu'à partir des problèmes de fonctionnement des grandes entreprises et suite aux crises et la fin du fordisme de la décennie suivante, que de plus en plus de recherches ont été menées sur celles-ci. La PME est devenue un acteur important dans la dynamique économique de quasiment tous les pays du monde et un domaine d'étude à part entière.

La PME est considérée comme une cellule de richesse, une source de satisfaction aux besoins économiques et sociaux, en matière de croissance économique et de développement régional, comme un « enjeu de taille³⁰ » pour amorcer la lutte contre le chômage, etc.

1. Définition de la petite et moyenne entreprise

La définition de la PME varie dans le temps et dans l'espace. Chaque pays à sa propre définition selon ses exigences et sa politique. Les critères de définition portent sur des paramètres qualitatifs par exemple : une PME en japon peut être considérée comme une grande entreprise en Algérie. Mais, généralement chaque pays prend sa propre définition selon la politique prise par l'Etat souvent toutes les définitions s'appuient sur des critères endogènes à l'entreprise tel que la dimension, le chiffre d'affaire, et d'autre part, celles utilisant des critères exogènes à cette dernière comme le secteur d'activité et la forme juridique.

1.1. Approche de délimitation de la PME à base de critères endogènes à l'entreprise

De cette approche de délimitation du concept PME à base de critères endogènes à l'entreprise, naissent deux sous approche : une approche descriptive dite aussi approche quantitative, et une approche analytique dite à son tour approche qualitative. Ces approches sont parallèles aux analyses néoclassiques de la firme. En fait, ces deux approches sont distinctes mais complémentaires. D'une part, la première approche ne touche que les éléments les plus apparents à l'entreprise ce qui signifie la non pénétration de la « boîte noire ». D'autre part, la deuxième approche prend en considération la relation de l'entreprise avec son environnement, c'est-à-dire elle se base sur une approche beaucoup plus managériale et organisationnelle. Donc, les critères de ces deux approches sont de même nature. Qu'ils soient quantitatifs ou qualitatifs, ils relèvent tous de l'interne de l'entreprise.

1.1.1. L'approche quantitative

Cette approche s'appuie sur certains critères ayant un caractère quantitatifs tels que le chiffre d'affaire, le total du bilan, le profit brut, la valeur ajoutée, le nombre d'employé, les bénéfices...etc.

Afin de rendre la définition de la PME plus opérationnelle dans le cadre de cette approche, la Small Business Administration (S.B.A) a établi des critères quantitatifs qui sont évoqués dans le tableau n° 3 ci-dessus :

³⁰ TORRES .O, « PME de nouvelles approches », édition economica, paris, 1998, p 18.

Tableau 3 : Les critères de S.B.A

Groupes d'industries	Critères selon l'industrie	Intervalle des limites
Commerce de gros	Travailleurs occupés	Moins de 100 salarier
Commerce de détail	Recettes maximales annuelles	De 5 à 20 million de \$ selon les sous-secteurs
Construction	Recettes maximales annuelles	De 7 à 17 million de \$ selon les sous-secteurs
Manufacture	Travailleurs occupés	De 500 à 1500 travailleurs selon les sous-secteurs
Transports	Recettes maximales annuelles	De 1 à 25 million \$ selon les sous-secteurs
Extraction	Travailleurs occupés ou recettes maximales annuelles	Moins de 500 salariés ou moins de 5 million de \$ selon les sous-secteurs
Agriculture	Recettes maximales annuelles	De 0,5 à 9 million \$ selon les sous-secteurs
Services	Travailleurs occupés ou Recettes maximales annuelles	De 500 à 1500 travailleurs ou de 3,5 à 21,5 million \$ selon les sous-secteurs

Source : Robert WITTERWULGHE ; «La PME, une entreprise humaine» ; édition : DE BOECK ; Paris, 1998, P26.

1.1.2. L'approche qualitative

La spécificité descriptive de cette approche vise à mettre l'évidence de la dimension humaine, selon la Confédération Générale (CG) de la PME: « la PME est une unité de production ou de distribution, une unité de direction et de gestion, sous l'autorité d'un dirigeant entièrement responsable de l'entreprise, dont il est souvent propriétaire et qui est directement lié à la vie de l'entreprise »³¹, cette définition évoque l'organigramme que peut prendre une PME, sous caractère socio-économique et l'autorité d'un seul dirigeant.

En effet, elle est également soulignée par la CG PME dont elle cite : « les PME sont des entreprises pour lesquelles le chef assume personnellement et directement les responsabilités financières, techniques, sociales et morales de l'entreprise quel que soit son statut juridique »³², cette citation de la Confédération Générale s'est penchée sur le côté hiérarchique, d'où elle mentionne qu'il existe un seul responsable qui prend en charge tous les domaines dont elle relève son activité.

³¹ Définition de la Confédération Générale des PME citée par R. WITTERWULGHE, « la P.M.E : une entreprise humaine », département de Boeck Université, 1998, p15.

³² BORDERIE. A, « financer les PME autrement », édition maxima, paris, 1998, p18.

De son côté, le rapport Bolton (1972)³³ considère, que la PME comme une entreprise qui est :

- Gérée de manière personnelle par son propriétaire ;
- Indépendante de la société, c'est-à-dire non intégrée dans une structure plus grande (une société de taille réduite) et ses propriétaires prennent leurs décisions sans contrôle extérieur.

Le rapport de Bolton partage le même point de vue cité par la définition de la CG des PME, un seul propriétaire, une part de profit moyenne, et une taille réduite.

De ce fait, l'approche qualitative de la PME se base sur trois critères qui sont : la responsabilité, la propriété et l'objectivité particulière de rentabilité.

1.2. Approche de délimitation de la PME à base de critères exogènes à l'entreprise

Autres que les critères dits internes à l'entreprise, d'autres critères qualifiés d'exogènes à cette dernière, permettent une classification des PME en catégories plus ou moins homogènes (Zorelli, 2006), ils sont :

- Le caractère juridique de l'entreprise ;
- Le type d'activité ;
- Qualité du secteur d'activité ;

1.2.1. Classification en fonction du caractère juridique

Les formes revêtues par les entreprises classées suivant le caractère juridique sont diverses et variées. On distingue les entreprises privées, les entreprises publiques et les entreprises coopératives.

1.2.1.1. Les entreprises privées

Les entreprises privées se caractérisent juridiquement par la propriété du capital qui relève d'une famille, d'une personne ou d'une association de personnes. Cette typologie permet la distinction suivante :

- ✓ **L'entreprise individuelle** : sa constitution est facile, elle présente toutefois des risques importants dans la mesure où il n'y a pas de séparation entre les biens de l'entreprise et ceux du propriétaire.
- ✓ **La Société au Nom Collectif (S.N.C)** : elle est composée d'un groupe d'associés ; tous sont solidairement et indéfiniment responsables du passif social, c'est-à-dire,

³³ REDOUANE .A, « développement des PME et promotion des exportations : quelle perspectives pour l'algérie ?, cas de la wilaya de Bejaia » mémoire de magister en science économie, UAMB de Bejaia, 2009, p21.

qu'ils sont tenus de régler les dettes de la société à ses créanciers sur leur propre patrimoine, indépendamment du montant de leurs apports. La SNC comporte au minimum deux associés et la loi ne fixe pas le maximum des associés et même elle n'exige pas un capital minimum pour créer ce type de société.

- ✓ **Société par action (SPA)** : est une société dont le capital est divisé en actions. Elle est constituée entre des associés qui ne supportent pas les pertes qu'à concurrence de leurs apports. Le code de commerce algérien a fixé le nombre minimum des associés des SPA. Il ne peut pas être inférieur à sept (07) personnes. En ce qui concerne le capital social, il doit être d'au moins 5.000.000 Da, et si la société fait un appel public à l'épargne, il doit être aussi supérieur ou égal à 1.000.000 Da.
- ✓ **La Société à Responsabilité Limitée (SARL)** : comme pour les associés de la sociétés anonyme, les associés d'une SARL ne sont responsables des passifs qu'à concurrence de leurs apports. L'incapacité, la faillite d'un associé n'entraîne pas la disparition de ce type d'entreprise. Les parts sociales ne sont négociables et ne sont cessibles que sous certaines conditions très strictes ; ce qui les rapproche des sociétés par intérêts. La SARL comporte au minimum deux associés et au maximum cinquante.
- ✓ **L'Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée (EURL)** : une variante particulière de la société à responsabilité limitée. Elle est constituée d'une seule personne (physique ou morale) ; et permet à l'entrepreneur individuel de ne pas engager la totalité de son patrimoine personnel.

En égard aux avantages que présentent les deux dernières formes d'entreprise en termes de souplesse de fonctionnement et de simplicité dans la constitution et le transfert des parts sociales, elles semblent être le choix de prédilection pour la création des PME /PMI³⁴.

1.2.1.2. Les entreprises publiques

Les entreprises publiques sont celles où tout ou partie du capital et du pouvoir de décision appartient à une collectivité publique (Etat, collectivité locale....). Ces entreprises opérant dans des activités productives marchandes et dont le nombre tend aujourd'hui à se réduire avec la mise en œuvre de programmes de privatisation, ont des objectifs variés en fonction de leur situation. On distingue³⁵ :

³⁴ BERCHICHE .A: « typologie des sociétés commerciales avantages et inconvénients », In mutation revue trimestrielle, Ed CNCA, 1999, p.p.39-44.

³⁵ LORRIAUX. J.P : « Economie d'entreprise »,Ed Dunod, Paris, 1991,p.33 .

- **Les régies** : n'ayant pas de personnalité morale, elles sont gérées par des fonctionnaires.
- **Les établissements publics** : ont une personnalité morale et un budget autonome. Dirigés par un conseil d'administration et un directeur général, ces dits établissements publics peuvent être des hôpitaux, universités, écoles et peuvent avoir un caractère d'établissement public industriel ou commercial.
- **Les sociétés nationales** : apparues à la suite des nationalisations d'entreprises privées, s'apparentent à des sociétés anonymes avec un seul actionnaire, l'Etat ; dirigées par un conseil d'administration regroupant les représentants de l'Etat, des usagers et des consommateurs et un PDG nommé par l'Etat parmi les membres du conseil d'administration.
- **Les sociétés d'économie mixte** : sont des sociétés anonymes regroupant des capitaux publics et privés.

1.2.1.3. Les entreprises coopératives

Les entreprises coopératives peuvent être définies comme étant des entreprises collectives dont les membres associés à égalité de droits et d'obligations mettent en commun travail et capital pour satisfaire leurs besoins sans dépendre du marché. Leur premier objectif n'est pas la maximisation du profit et leurs activités se déploient dans de nombreux secteurs tels que la production, l'artisanat, le commerce de détail, les assurances et les BTP.

Etant donné les avantages offerts, à savoir la simplicité de distinction par les conditions de constitution et d'objectifs stratégiques particuliers, la classification des PME à base du critère juridique semble être utile. Néanmoins, se limiter au seul critère juridique rend délicate cette distinction et ce, à cause de l'abstraction faite des spécificités de chaque unité productive.

1. 2.2. Classification de la PME par type d'activité

A ce niveau de classification, on parle d'une répartition classique et d'une répartition moderne

1.2.2.1. La répartition classique

Traditionnellement, on distingue les entreprises par leur type d'activité qu'on peut, classer en quatre (04) secteurs :

- **Le secteur primaire** : ce secteur regroupe l'ensemble des entreprises agricoles ou celles travaillant dans les domaines de l'extraction ou de l'exploitation forestière, c'est-à-dire l'ensemble des entreprises ayant comme activité principale l'extraction

ou l'exploitation des ressources naturelles (les entreprises de production de matière première).

- **Le secteur secondaire** : concerne toutes les entreprises dont l'activité principale consiste à produire des biens économiques, autrement dit, l'ensemble des entreprises dont l'activité de production provient d'une activité de transformation (automobile, électroménager, informatique...).
- **Le secteur tertiaire** : recouvre les activités de services et à son tour, il comprend toutes les entreprises dont la fonction principale consiste à fournir des services à destination des entreprises ou bien des particuliers (assurance, banque, opérateur,...).
- **Le secteur quaternaire** : ce secteur regroupe l'ensemble des entreprises de production de haute technologie, autrement dit, concerne les activités à forte valeur ajoutée de matière grise telle que la recherche scientifique, le consulting, le développement informatique....

Cependant, vu les changements opérés lors de la révolution industrielle du 18^{ème} siècle et les progrès réalisés à travers le monde tout au long de ces dernières années, cette distinction n'a plus de signification, ce qui d'ailleurs a donné naissance à une nouvelle répartition des activités.

1.2.2.2. Classification en fonction du regroupement moderne des activités

Comparativement à la classification précédente, celle-ci fait apparaître de nombreux secteurs d'activités économiques à savoir : l'énergie, matériel de transports, BTP, commerce, transports et télécommunication.....etc.

1.2.3. Classification selon la qualité du secteur d'activité

Une autre classification des entreprises en l'occurrence les PME/PMI est possible. Autre que les précédentes, cette classification se base sur la qualité du secteur d'activité. Elle permet la distinction entre ce qu'on appelle le secteur traditionnel caractérisé par la prépondérance du facteur travail, la non modernisation des équipements et l'absence d'innovations technologiques, et le secteur moderne caractérisé à son tour, par l'indépendance des entreprises en l'occurrence les PME/PMI et l'apparition de ce qui est connu sous les PME sous-traitantes ou annexes.

2. Les caractéristiques, Avantages et faiblesses des PME

Les PME possèdent certaines caractéristiques qui leur confèrent, d'un côté, des avantages dont elles peuvent tirer un grand profit, de l'autre côté, des faiblesses qui encombrent leur expansion.

2.1. Caractéristiques des PME

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

- **La petite taille** : caractérisée par une structure simple, des contacts directs, une distance hiérarchique moindre, des relations de travail plutôt informelles. La PME s'oppose en cela aux grandes entreprises plus anonymes, fortement hiérarchisées et formalistes. Leur taille implique qu'elles gèrent un plus faible volume de ressources financières induisant un faible volume de ressources techniques et immatérielles et une faible spécialisation.

- **La centralisation** : c'est la personnalisation de la gestion, c'est-à-dire la centralisation de la prise de décision chez un seul individu qui est le plus souvent le propriétaire-dirigeant.

- **Une faible spécialisation** au niveau de la direction, des employés et des équipements : la direction assume les aspects stratégiques, commerciaux et les rapports avec les institutions aussi bien que des tâches opérationnelles de production. Les employés doivent généralement être capables de changer de poste de travail ou de fonction. Les équipements doivent permettre la flexibilité de la production en étant capables de produire à un coût compétitif des petites séries variées.

- **Une stratégie intuitive et peu formalisée** : elle est plus axée sur la réaction que sur l'anticipation. Le dirigeant est suffisamment proche de ses collaborateurs et employés pour leur expliquer oralement les changements qu'il impose sans formaliser par écrit sa stratégie. Le cycle de décision stratégique se situe dans le court terme.

- **Un système d'information interne et externe peu complexe et peu organisé** : Contrairement aux grandes entreprises qui réclament de formaliser le transfert de l'information tout en favorisant le contrôle, le système d'information interne des PME est caractérisé par le dialogue et le contact direct, l'information transmise étant tacite et peu codifiée. Leur système d'information externe, quant à lui, est simple, la recherche d'information est principalement informelle.

2.2. Avantages de la P.M.E

La P.M.E. possède ses propres avantages qui accroissent son efficacité et qui lui permettent de satisfaire ses propres buts tout en jouant son rôle économique et social. Les avantages potentiels de la P.M.E. par rapport aux entreprises de grande taille sont bien connus, et se résument en général à :

- Les P.M.E utilisent généralement moins de capitaux par travailleur que les grandes ; donc créent des emplois à un coût d'équipement relativement faible. Ce qui explique la faiblesse des investissements lors de la création et la rapidité de leur mise en œuvre.

- Plus près des besoins de la clientèle, les P.M.E. produisent en priorité pour les besoins locaux : la plupart de leurs produits répondent aux besoins essentiels de la majorité de la population.

- Elles s'adaptent plus facilement aux fluctuations du marché en raison de leur grande flexibilité.

- Elles accroissent les investissements locaux qui génèrent le développement "régional" ou rural.

- L'absence relative d'un climat de travail conflictuel à l'intérieur de l'organisation en raison de l'ambiance conviviale qui y règne. Le management est plus direct et plus flexible dans les P.M.E.

- La motivation qui anime les dirigeants de ces entreprises se trouve être aussi un élément de force.

En plus, d'autres avantages peuvent se présenter tels que la rapidité d'exécution des décisions, la proximité des marchés, ainsi qu'une très grande capacité d'adaptation aux éventuels changements de stratégie ou d'orientation à court terme.

2.3. Limites et insuffisances des P.M.E

Les petites entreprises rencontrent des problèmes particuliers que ne rencontrent pas les grandes comme elles affrontent quelques obstacles qui font leurs désavantages et qui requièrent qu'on cite quelques-uns :

- Les petites entreprises présentant nécessairement les défauts de leurs qualités ; leurs faibles disponibilités financières seraient leur principal handicap de fait que leur accès au crédit institutionnel des banques et autres organismes prêteurs est très limité.

- Le manque de notoriété. Les PME sont en général peu connues, aussi bien du public que des éventuels partenaires de l'entreprise (fournisseurs, clients, administrateur, banques...), ce qui engendre un manque de confiance de ces derniers à son égard.

3. Les processus menant à la création d'entreprise

Le processus de création d'entreprise se caractérise par le fait qu'il est organisé en étapes qui sont au nombre de quatre. Dans chaque étape il faut tenir compte de certains

éléments clés. Ici, nous allons s'inspirer des étapes classiques citées par Alain Fayolle (2004)³⁶. Ces étapes sont :

- L'évaluation de l'opportunité ;
- La conception et la formulation du projet ;
- Le montage juridique et le financement du projet ;
- Le lancement des activités.

3.1. L'évaluation de l'opportunité

Transformer une idée en opportunité de création réaliste nécessite de définir l'idée initiale de manière précise : Que veut-on vendre ? A qui veut-on vendre ? Quelle valeur cela peut-il apporter ? Pour y répondre, il va falloir rechercher des informations, recueillir l'avis et le conseil d'experts et de spécialistes, tester l'idée auprès de personnes extérieures et analyser les contraintes inhérentes au projet. Pour bien évaluer une opportunité de création d'entreprise, il faut :

- ✓ Avoir un minimum de créativité pour identifier, à partir d'une idée initiale, une bonne opportunité de création ;
- ✓ Maîtriser quelques concepts et outils marketing pour réussir le passage d'une bonne idée à un produit ou un service intégré dans une offre gagnante ;
- ✓ Savoir sélectionner les opportunités qui seront résisté à l'usure du temps et à la compétition.

3.2. La conception et la formulation du projet

Dans cette étape, le projet doit passer vers la position du réalisable. A ce stade, différentes études doivent être conduites : étude du marché, étude juridique et étude financière. Ces études permettent d'élaborer l'offre, la stratégie, le plan d'affaires et de positionner le projet. Les points clés de la conception d'un projet de création d'entreprise sont :

- ✓ rechercher la meilleure adéquation possible créateur/projet de création ;
- ✓ être réaliste et pragmatique ;
- ✓ être claire sur la stratégie ;
- ✓ rechercher des avantages concurrentiels durables.

3.3. Le montage juridique et financement du projet

Le montage juridique consiste à choisir une structure juridique, à sécuriser les relations avec les tiers (salariés, investisseurs, partenaires, fournisseurs et sous-traitants) et maîtriser les

³⁶ FAYOLLE A (2004), op.cit, p118-121.

techniques de protection et de valorisation, négociation de l'innovation et des savoir-faire immatériels lorsqu'il s'agit de la création d'entreprise innovante.

Le business plan permet d'engager le dialogue avec les banquiers et les investisseurs. A ce stade, le créateur doit maîtriser son projet pour pouvoir répondre à toutes les questions posées par les partenaires financiers.

3.4. Le lancement des activités

Pour réussir le lancement des activités, il faut aller droit à l'essentiel, obtenir des clients et des commandes, suivre son business plan, avoir un tableau de bord avec quelques indicateurs et piloter réellement sa jeune entreprise, bien utiliser ses ressources et enfin ne pas perdre du temps.

4. les contraintes de la création d'entreprise

Tout projet d'entreprise se heurte en amont à des difficultés qu'il est nécessaire d'évaluer pour les créateurs. Les entrepreneurs doivent, en effet, prendre en compte l'ensemble des contraintes inhérentes à leur projet pour pouvoir espérer se développer. Certaines difficultés rencontrées peuvent constituer dans le cas contraire de véritables freins à l'activité. Quelles sont donc les contraintes susceptibles de ralentir un projet entrepreneurial ?

4.1. Les contraintes inhérentes au projet

Lorsqu'on souhaite proposer un produit ou un service, il est nécessaire d'en maîtriser les tenants et les aboutissants. Il faut éliminer dès le départ les difficultés spécifiques au projet, relatives au processus de fabrication ou à la mise en œuvre de la prestation envisagée. On peut devoir faire face à un service difficile à distribuer, qui demandera le concours de plusieurs intermédiaires. Cette contrainte agit sur l'investissement de départ, mais peut également avoir une influence sur le lieu d'implantation, la date de démarrage et le niveau de rentabilité.

4.2. Les contraintes de marché

Le porteur de projet doit identifier les difficultés propres au marché sur lequel il va lancer son produit ou ses prestations. Pour contourner cette contrainte, il est nécessaire de se livrer à une analyse poussée de la clientèle et de la concurrence, sur sa zone géographique d'implantation. Cela permettra de définir les caractéristiques et les tarifs du produit ou des services proposés. La recherche des meilleurs fournisseurs, selon un rapport qualité/prix satisfaisant, est aussi à définir durant cette étape. C'est une donnée primordiale qui déterminera la stratégie commerciale future.

4.3. Les contraintes légales et administratives

Créer et gérer une société a une portée juridique que les entrepreneurs ne peuvent pas négliger au moment de développer leur projet. Il est obligatoire de connaître les règles, les droits et les devoirs qui encadrent l'activité choisie. La création d'une entreprise entraîne à la fois des conséquences fiscales (imposition sur les bénéfices), administratives (choix du statut social) et juridique (responsabilité pénale). En cas de concept innovant, le chef d'entreprise se doit bien sûr le protéger vis-à-vis de la loi.

4.4. Les contraintes de moyens

Une entreprise doit posséder des capitaux pour financer des investissements, avec pour objectif de générer des profits. Cet aspect doit être au cœur de la réflexion du porteur de projet, car la contrainte financière peut considérablement ralentir le développement d'une entreprise, voire mettre un terme prématuré à son activité. Afin d'éviter de se retrouver au pied du mur une fois le projet lancé, il convient de réaliser au préalable des études de faisabilité sûres et des prévisions financières et comptables complètes. La prévoyance est cruciale pour espérer se développer.

4.5. Les contraintes personnelles

Enfin, tout entrepreneur est confronté, durant la réalisation de son projet, à des contraintes liées à sa situation personnelle. Gérer une entreprise est une tâche difficile, qui a un impact immédiat sur la vie des dirigeants.

Il faut être sûr d'avoir les fonds propres suffisants en cas de difficulté au lancement de l'activité pour pouvoir garantir de front les dépenses de la vie personnelle et celles liées au développement de l'entreprise. Les contraintes de temps sont également à prendre en compte, tout comme celles d'ordre privé relevant de l'environnement familial ou de la santé.

Section 2 : Les motivations de l'entrepreneur à l'égard de l'entrepreneuriat

La création et le développement des entreprises est le fait des entrepreneurs, c'est-à-dire, de ceux qui mobilisent et gèrent les ressources humaines et matérielles, dans le but de créer, de développer et d'implanter des solutions permettant de répondre aux besoins des individus. Dans cette section nous allons procéder à la présentation des différents facteurs de la création de l'entreprise qui vont permettre de mieux appréhender les déterminants de l'entrepreneuriat. Le premier point sera consacré à définir la motivation dans le domaine de l'entrepreneuriat, et de comprendre l'acte entrepreneurial et le deuxième point fera l'objet de présenter les facteurs déclencheurs de la création d'entreprise.

1. Définition de la motivation

La motivation est une notion complexe à expliquer car son usage est fréquent et elle est utilisée dans de nombreux domaines. Cependant, nous nous intéresserons uniquement à la motivation dans l'entreprise.

Selon Porter et Lawler qui résume une opinion qui fait désormais plus ou moins autorité. La motivation y est décrite comme une énergie qui détermine un type de comportement particulier.³⁷

Steers et Porter précisent que la motivation peut être définie comme : « Ce qui stimule le comportement humain : ce sont les forces énergétiques qui, chez les individus, les poussent à se comporter de certaines manières et les forces environnementales qui souvent déclenchent ces conduites. »³⁸

Ainsi, la motivation est fondamentalement conçue comme une dépense d'énergie ; énergie engagée dans la réalisation d'un but défini.

Elle peut être vue sous trois aspects à la fois : comme attitude, intention et comportement. C'est bien ce qu'indique, en France, la définition de Levy-Leboyer (1984) : « La motivation est un processus qui implique la volonté d'effectuer une tâche ou d'atteindre un but, donc un triple choix : faire un effort, soutenir cet effort jusqu'à ce que l'objectif soit atteint, y consacrer l'énergie nécessaire ». ³⁹ Autre particularité de la définition de Steers et Porter, la motivation est un mélange de dispositions internes et d'opportunités externes d'où l'importance de la situation dans certaines analyses motivationnelles.

Selon Vallerand et Thill (1993) : « Le concept de motivation représente le construit hypothétique utilisé afin de décrire les forces internes et/ou externes produisant le déclenchement, la direction, l'intensité et la persistance du comportement ». ⁴⁰

Enfin, la motivation dans le cadre entrepreneurial traduit les liens entre l'activation de l'énergie interne et son orientation vers la création d'une entreprise. Elle est le résultat de déterminants personnels et environnementaux plus ou moins conscients. L'individu agit selon des directions qu'on peut interpréter de façon causale ou projective. L'énergie interne prend sa source dans l'existence de besoins non satisfaits.

³⁷ MAUGERI, Salvatore « Théories de la motivation au travail », Edition Dunod, 2013, P11.

³⁸ Idem, P12.

³⁹ Idem, P12.

⁴⁰ FENOUILLET, Fabien, « La motivation », Edition Dunod, éd, 2eme, 2012, P 19.

2. Comprendre l'acte entrepreneurial

Différents auteurs ont essayé d'expliquer le phénomène entrepreneurial en présentant des modèles conceptuels, évoquant les facteurs déterminants dans la création d'entreprise. Nous présentons dans cette partie ceux qui nous semblent plus pertinents.

2.1. L'approche par les traits de personnalité (the trait approach)

Les travaux fondateurs de l'approche par les traits de personnalité, autrement appelée approche psychologique, sont ceux de McClelland. Selon cette approche, être entrepreneur impliquerait la satisfaction d'une suite d'attributs centrés sur les motivations, les attitudes, les aptitudes, les antécédents qu'ils soient familiaux, ethniques ou environnementaux. La liaison entre le caractère inné de certaines caractéristiques personnelles et le fait d'être entrepreneur est forte pour la plupart des défenseurs de cette approche. Se pose, dès lors, la question d'un sixième sens éventuel ou d'un instinct entrepreneurial.

Ce ne serait donc pas l'action entrepreneuriale qui développerait ces qualités ; seules les caractéristiques intrinsèques à l'individu seraient reliées à la dimension entrepreneuriale.⁴¹

Les théories psychosociologiques de l'entrepreneur prennent leur base du besoin de réalisation ou d'accomplissement qui peut être assimilable à une volonté de progression : l'entrepreneur est prêt à consentir tous les efforts nécessaires pour réaliser, les objectifs qu'il s'est fixés.

Le besoin de pouvoir peut se rapprocher de la volonté affirmée de tout contrôler pour mieux maîtriser les événements. Il est en lien direct avec le lieu de contrôle interne qui indique la capacité de l'entrepreneur à considérer que ce qui lui arrive dépend surtout de lui-même. A l'inverse, l'entrepreneur qui a un lieu de contrôle externe est persuadé que ce qui lui arrive est avant tout la conséquence de facteurs extérieurs qu'il ne peut que subir. L'entrepreneur qui développe un lieu de contrôle interne se remet facilement en question, a une image positive de lui-même et croît donc à un lien puissant entre son action et la performance mesurée de son entreprise. La prise de risque calculée implique une attention particulière à ne pas se laisser dépasser par les événements et est souvent associée un retour rapide sur investissement. Selon Gasseet d'Amours (1993), « beaucoup d'entrepreneurs se reconnaissent dans ce profil moyen et peuvent identifier leurs traits dominants à la lumière de trois besoins fondamentaux [besoin de réalisation, de pouvoir, contrôle interne] et des motivations qui s'ensuivent ».⁴²

⁴¹ MESSEGHEM, Karim, « L'entrepreneuriat », édition EMS Edition, 2011, P 51-52.

⁴² MESSEGHEM, Karim, 2011, Op.Cit., P 53.

2.2. L'approche par les comportements (behavioral approach)

L'article de Gartner (1989) marque un tournant dans les recherches engagées sur l'entrepreneur. Il défend l'idée selon laquelle l'approche par les traits n'étant pas soutenable, car insuffisante au plan conceptuel. Il faut désormais s'intéresser à ce que fait l'entrepreneur au quotidien : « la recherche sur l'entrepreneur devrait se focaliser sur ce que fait l'entrepreneur et non sur ce qu'il est ». ⁴³

Le comportement devient l'objet d'analyse. Il est défini, selon Fishbein et Ajzen (1975) comme un « ensemble spécifique d'actions observables, ce qui le différencie des traits de personnalité, constructions non-observables et prétendant expliquer le comportement ».

Désormais l'entrepreneur n'est plus le seul centre d'intérêt, il est un acteur, avec un rôle principal certes, mais variable parmi d'autres.

Les chercheurs doivent observer les entrepreneurs lorsqu'ils créent des organisations. Ce travail doit être décrit en détail « Gartner (1989) ». Dans l'approche comportementale, la création d'une organisation est le fruit des facteurs contextuels, le résultat d'influence multiple. L'approche comportementale est prometteuse du point de vue de la recherche en raison de son caractère très opérationnel. Nous allons citer quelques modèles qui occupent une place importante dans le champ de l'entrepreneuriat :

A. Le modèle de formation organisationnelle de Learned (1992)

Le processus de création d'entreprise est subdivisé en trois phases majeures : la propension, l'intention, et la structuration des informations. ⁴⁴

- La propension à créer : certains individus ont une combinaison de caractéristiques psychologiques et un passé professionnel qui les rendent susceptibles de créer une entreprise.
- L'intention de créer : parmi ceux-ci certains rencontrent des situations qui augmentent leur probabilité de s'engager dans des comportements de création.
- La structuration des informations : cette étape consiste à rechercher et à trouver dans l'environnement des informations pertinentes. Selon ce modèle, la décision d'entreprendre peut s'expliquer par un évènement ou une accumulation d'information. Si l'environnement semble favorable au créateur (capacité de trouver des ressources nécessaires, marché réceptif), il décidera effectivement à se lancer dans son projet.

⁴³ MESSEGHEM, Karim, 2011, Op.Cit, P 57.

⁴⁴ DIAMANE, Mounia, « Les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat », Ecole Doctorale du Groupe ISCAE Casablanca, Maroc, P 7.

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

B. Le modèle de l'évènement entrepreneurial Shapero (1975)

Le modèle de Shapero de 1975 est le plus connu. Il explique l'évènement entrepreneurial, c'est à-dire les éléments explicatifs du choix de l'entrepreneuriat. L'évènement entrepreneurial est le résultat de la combinaison de quatre variables :⁴⁵

- **La discontinuité ou déplacement, variable de situation** : pour Shapero, la plupart des créations sont liées à un déplacement, c'est-à-dire un imprévu ou un accident dans la vie professionnelle du cœur de la formation de l'évènement entrepreneurial, peuvent tout à la fois présenter des aspects positifs ou négatifs, être imposés de l'extérieur ou perçus de l'intérieur, c'est souvent, selon lui une combinaison d'assauts négatifs et d'efforts positifs qui accélère les actions menant à la création d'une entreprise.

- **La faisabilité de l'acte, variable économique** : La faisabilité de l'acte dépend de six types de ressources, appelées les 6M ou diagramme d'Ishikawa (Money, Men, Machines, Materials, Market, Management).

Ce sont les ressources auxquelles doit accéder l'entrepreneur afin de créer son entreprise.

Selon Shapero c'est l'une des variables principales de l'explication de l'évènement entrepreneurial. L'entrepreneur doit être capable de réunir toutes les ressources nécessaires (financières, humaines et techniques) pour démarrer son activité.

- **La crédibilité de l'acte, variable sociologique** : Elle représente le degré d'attrait qu'une personne ressent envers la création d'une entreprise. Elle se construit par l'influence de la famille et milieux professionnels des groupes de références issues de l'environnement culturel, économique, politique.

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

⁴⁵ COLOT Olivier : « expliquer le phénomène entrepreneuriat, les variables environnementales », in Cahier de la recherche de l'ISC, Paris CRISC N°17 Actes du colloque entrepreneuriat : Nouveaux comportements, 11 juin 2007, P 83.

C. Le modèle de l'action raisonnée

Le modèle de l'action raisonnée (Ajzen et Fishbein, 1980) et le modèle du comportement planifié sont deux modèles représentatives d'un comportement intentionnel ou planifié. Elles expliquent la plupart des comportements des individus (Ajzen, 1991) dans un contexte spécifique.⁴⁶

Selon la théorie d'Ajzen (1991), l'intention est le résultat de trois déterminants conceptuels à savoir l'attitude vis-à-vis du comportement, la norme sociale perçue et le contrôle comportemental perçu⁴⁷.

L'attitude : l'attitude se forge autour des valeurs et des croyances. Elle se situe donc entre les valeurs centrales et les intentions de comportement.

Les normes subjectives : correspond à la perception d'un individu des opinions des autres Personnes dans la prise de décision de s'engager dans un comportement.

Le contrôle sur le comportement : Selon Ajzen (1991), le contrôle comportemental perçu correspond à la facilité ou à la difficulté perçue pour réaliser un comportement. Entre autres, il renvoie à la perception qu'une personne a, de la faisabilité personnelle du comportement concerné.

2.3. Les principales dimensions environnementales favorisant la création

Les explications de l'acte entrepreneurial après avoir étudié les créateurs, et les traits de l'entrepreneur, sont dirigées vers l'identification des facteurs motivationnels de la dynamique entrepreneuriale. L'explication de ce phénomène nécessite d'ajouter un ensemble de facteurs environnementaux à la dimension individuelle. Bouchikhi (1990) rappelle que le créateur d'entreprise réussit, c'est parce qu'il sait réunir les ressources nécessaires pour la réalisation de son projet. Pour lui, l'entrepreneur ne peut pas réussir seul et isolément, mais il appartient à un milieu qui le fait évoluer, en lui fournissant tous les moyens matériels et immatériels nécessaires aux nouvelles entreprises.

Les environnements socioéconomique, institutionnel et culturel constituent des facteurs importants qui facilitent l'activité entrepreneuriale. La croissance économique, la dimension marché (marché e travail, marché des biens et des services, matières premières,...), la stabilité économique, l'environnement fiscal, les contraintes administratives et réglementaires sont des facteurs qui peuvent jouer un rôle facilitateur ou même de frein pour l'activité entrepreneuriale Cependant, trois ensembles de caractéristiques culturelles sont

⁴⁶ TAOUAB, Omar, « essai empirique sur les déterminants de l'acte entrepreneuriale dans le secteur textile marocain », vol 10, 2014, P 416.

⁴⁷AJZEN, cite paryvonGasse, « Stratégie Création et gestion d'une nouvelle entreprise le projet d'entreprise », éd e-theque, 2002, P 10.

retenus : les dimensions économiques et démographiques, les raisons socioculturelles et les motifs politiques.⁴⁸

- **Les dimensions économiques et démographiques**

Les études réalisées indiquent qu'il y'a un impact significatif entre la croissance de la demande de biens de consommation et le nombre de créations d'entreprises dans la plupart des pays. Le lien entre la croissance économique et l'activité entrepreneuriale est analysé dans le cadre des travaux du Global Entrepreneurship Monitor.⁴⁹ Autres recherches ont montré que l'entrepreneuriat dépend fortement de la masse démographique. Parmi celles-ci, nous citons les recherches de et Mc Milan (1988) qui démontre que le dynamisme entrepreneurial est fortement lié à la densité de population des entreprises et aux relations entretenues entre elles, mais en même temps ils doivent faire face à une intensité concurrentielle très forte.

D'autres variables importantes peuvent influencer l'acte entrepreneurial telles que : l'existence d'université et de centres de recherche, le développement du secteur des services, la jeunesse de la population et enfin le dynamisme technologique des entreprises.

- **Les raisons socioculturelles**

Le concept de capital social est utilisé par Boutillier et Uzunidis (1999) pour définir l'ensemble des relations d'un individu.

Le capital social aide le porteur de projet dans sa démarche. Il lui permet d'avoir accès à certains savoirs, capitaux, clients, fournisseurs...difficilement accessibles sans l'existence de relations interpersonnelles.

- **Les motifs politiques**

Les actions politiques et gouvernementales peuvent influencer la dynamique entrepreneuriale. L'environnement juridique est susceptible d'encourager ou limiter l'initiative individuelle. De plus, la mise en place de certains dispositifs d'accompagnement peut permettre la réalisation d'un projet.

Les états accordent des aides spécifiques aux entrepreneurs sous forme d'avantages financiers, formation, conseil et d'assistance aux personnes en difficultés. Le système est créé dans le but de soutenir l'emploi et de diminuer la disparition d'entreprises individuelles.

3. Les motivations de l'entrepreneur

La notion d'entrepreneur est étroitement associée à celle de création d'entreprise :

⁴⁸ BERBER Nawel, « l'entrepreneuriat en Algérie. Cas de la wilaya d'Oran » mémoire de magister en management, Oran,2013, P 30.

⁴⁹BERBER, Nawel, 2013, Op.Cit., p 30.

L'entrepreneur joue un rôle clé dans la création de nouvelles organisations et, de ce fait, apporte une contribution majeure à la croissance économique (Backman, 1983).

Cette association « entrepreneur/création d'entreprise » suppose l'existence de raisons fondamentales poussant l'individu à se lancer sur un chemin nouveau, celui de la gestion d'une organisation. « La personnalité des dirigeants, avec leurs expériences, leurs compétences, leurs motivations et leurs goûts personnels, joue un rôle particulièrement fondamental dans la mesure où la création de l'entreprise est pour eux un acte essentiel dans lequel ils s'expriment personnellement et se projettent dans l'avenir »⁵⁰ (Albert, Mougenot, 1988). Il apparaît intéressant d'identifier les facteurs de motivation des entrepreneurs.

3.1. Les facteurs psychologiques

Les auteurs s'entendent généralement pour reconnaître que les entrepreneurs font preuve habituellement de beaucoup de motivation et de persévérance dans leur effort. A ce titre, les entrepreneurs s'engagent dans un processus qui exige leur créativité et leur participation entière et totale, ils recherchent des solutions aux divers problèmes rencontrés de l'autonomie et de l'indépendance.

- **Les intentions entrepreneuriales**

L'intention entrepreneuriale est le premier acte dans le processus entrepreneurial.

Elle résume la volonté d'une personne de créer sa propre entreprise, et peut être expliquée par des caractéristiques individuelles de l'entrepreneur potentiel, par son milieu environnemental ainsi que par ses spécificités culturelles. D'après BRUYAT, l'intention entrepreneuriale est une volonté. Dans cette conception ; Fayolle conjugue la volonté d'accomplir un acte avec un objectif visé. Boyd et Vozikis lient cette volonté à la poursuite d'un comportement donné. Bygrave et Hofer, Danjou notent que pour comprendre la création d'entreprise, il faut tenir compte de la volonté de l'individu.

- **Besoin d'indépendance**

Le besoin d'indépendance et d'autonomie sont considérés comme attribut des entrepreneurs. Selon A. Shapero, les premiers mobiles de l'entrepreneur sont le besoin d'indépendance, le désir d'être son propre patron et l'aspiration de l'autonomie. La personne détermine les tâches à effectuer et le planning à respecter pour parvenir aux résultats escomptés. Certains traits de la personnalité des entrepreneurs peuvent faire en sorte que « leur indépendance est la chose la plus désirable au monde » Sweeney 1982. Collins et

⁵¹ ALBERT, P., MOUGENOT, P.; « La création d'entreprise », Revue Française de Gestion. Marzo - avril - mayo, Paris 1988, P52.

Moore (1964) ⁵¹ considèrent le besoin ou bien le désir d'autonomie comme un facteur de base dans la création d'une nouvelle entreprise. Ils suggèrent qu'en ayant un fort sentiment d'indépendance, les entrepreneurs sont capables à sacrifier cette indépendance. Ce sacrifice d'autonomie est acceptable tant qu'ils ne la perçoivent pas comme imposée par une autre personne.

- **Besoin d'accomplissement**

Il peut se définir comme la volonté et le besoin de vaincre des obstacles, d'exercer un pouvoir, un fort besoin d'accomplissement influence grandement la décision de devenir entrepreneur et il est l'un des éléments essentiels à la réussite.

L'entrepreneur considère qu'un de ses droits fondamentaux est de pouvoir utiliser ses talents non seulement pour améliorer son style de vie, mais pour se créer un style de travail conforme à ses ambitions. Responsable des décisions à risques, il veut avoir une vision complète du processus et pouvoir se rendre compte des résultats. Le désir de compétition et d'excellence se traduit par la poursuite des objectifs qu'il s'impose pour améliorer ses résultats. La capacité d'évaluer sa propre performance nourrit en quelque sorte sa satisfaction et celle-ci entretient le besoin d'accomplissement.

L'intensité du besoin d'accomplissement incite au comportement entrepreneurial générateur d'idées innovatrices.⁵²

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

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

- **Créativité et innovation**

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

⁵¹ COLLINS, Moore, cite par Jean-Charles Cachon, « Entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi », P19.

⁵² YVON GASSE, 2002, Op.Cit., P6.

Selon certains auteurs, les entrepreneurs ont un comportement particulièrement innovateur et créatif, alors que leur recherche du gain financier représente seulement une raison mineure pour devenir employés à leur compte. La gestion de l'innovation est également considérée comme le principal défi auquel les entrepreneurs font face afin de concurrencer leurs adversaires⁵³.

- **Besoin de pouvoir**

Disposer de moyens pour s'engager dans l'action, ce qui définit chez l'entrepreneur, le besoin de pouvoir. L'entrepreneur manifeste ce besoin de pouvoir par sa volonté d'influencer les gens et les événements afin qu'ils endossent ses objectifs. Ainsi l'entrepreneur tente de combler ce besoin de pouvoir en initiant un projet dont le succès lui procurera souvent, un certain prestige sur les gens de son milieu. Dans la plupart des cas cependant, cette ascendance n'est pas à caractère dominant. Aux dires de certains entrepreneurs.

Elle est plutôt le résultat de la perception du rôle entrepreneurial dans la société actuelle. L'exercice du pouvoir est beaucoup plus centré sur le contrôle du projet que sur le contrôle des personnes. Il s'exprime surtout par l'orientation que l'entrepreneur donne au projet, par l'aide qu'il apporte à ses collaborateurs et par les multiples responsabilités qu'il assume.

- **La prise de risque**

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

- **L'internalité de contrôle**

Ayant le sentiment de contrôle, l'individu attribue ses capacités et prend la responsabilité de contrôle de son environnement.

L'individu pense qu'il a de bonnes chances de pouvoir orienter sa vie.

- **L'expérience et l'âge**

L'expérience et l'âge du fondateur au moment où il est intéressé à lancer une affaire entrent également en jeu. Des gens de tous âges se lancent en affaires, les plus jeunes

⁵³JEAN-CHARLES CACHON, Op.Cit., P 18 site internet
<https://zone.biblio.laurentian.ca/bitstream/10219/229/1/Cachon%20RNO%2013-14.pdf>. Date de consultation 05.04.2017

manquent souvent d'expérience, de contacts et de financement ; les plus âgés, eux, ont des contraintes familiales et professionnelles. Car l'entrepreneur est un véritable parcours du combattant, aussi le fait d'être jeune, dynamique et en bonne santé. La jeunesse et les qualités qui y sont généralement associées peuvent constituer un plus. La carrière d'entrepreneur commence dans la plupart des cas entre 22 et 55 ans. Sans doute, elle peut débuter plus tôt ou plus tard mais la chose est moins probable puisqu'il faut à l'entrepreneur de l'expérience, le savoir-faire pertinent une assise financière et beaucoup d'énergie pour lancer et gérer avec succès une nouvelle entreprise.

3.2. Facteurs sociologiques et culturels

Les facteurs sociologiques et culturels sont des éléments directement liés aux différents milieux connus et fréquentés par les individus, et qui peuvent jouer un rôle sur leur propension à entreprendre. Ces milieux (famille, écoles, universités, société, entreprises, professions, territoires), exercent sur l'individu des influences nombreuses qui peuvent s'avérer positives ou négatives le jour où apparaîtra dans sa vie l'événement entrepreneurial.⁵⁴

- **La famille et les proches**

C'est l'un des milieux les plus étudiés, les influences qu'il peut exercer sont souvent déterminantes. Les entrepreneurs appartiennent fréquemment à des familles d'entrepreneurs. Les recherches qui concernent l'origine sociale des entrepreneurs montrent que leurs parents proches sont propriétaire d'entreprises, artisans indépendants, ou exercent des professions libérales. Les parents, à l'évidence, jouent vis-à-vis des enfants un rôle de modèle (ou de contremodèle) ; grandir dans de telles familles permet à de jeunes enfants de se familiariser avec le monde des affaires et celui de l'entreprise.

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

- **Le territoire**

Le territoire dans lequel l'entrepreneur (ou celui qui se destine à l'entrepreneuriat) passe sa vie personnelle ou professionnelle joue un rôle non négligeable. Un territoire peut en effet constituer un pôle d'attraction entrepreneuriale. De plus, c'est très souvent dans son espace de vie que l'entrepreneur potentiel trouve le terreau indispensable au développement de réseaux de soutien très utiles au moment de la création de l'entreprise.

⁵⁴FAYOLLE.A, « Le métier de créateur », Editions d'Organisation, 2003, P 64.

- **L'éducation**

Des recherches ont montré que l'éducation joue un rôle important dans l'éveil des entrepreneurs. Elle permet de doter l'entrepreneur de compétences et de connaissances qu'il estime très utiles, même décisives pour la concrétisation de son projet⁵⁵.

- **Les activités professionnelles antérieures**

Les activités professionnelles antérieures jouent un rôle important dans la création, la croissance et la réussite de l'entreprise.

Il s'ensuit que la connaissance d'une technique et d'un secteur d'activité a une influence non moins importante sur l'activité entrepreneuriale.

De ce point de vue, certains domaines d'expérience ont une importance particulière, par exemple, l'obtention des financements auprès des banques, implantation des établissements industriels, création des réseaux de distribution et l'établissement des plans commerciaux d'attaque du marché.

Le besoin d'expérience de l'entrepreneuriat croît avec la complexité de l'entreprise créée. Il est généralement plus facile de lancer une deuxième, troisième ou une quatrième entreprise que de lancer la première.

3.3. Facteurs économiques

Les facteurs économiques⁵⁶ sont les ressources informationnelles, humaines, technologiques, financières et matérielles. Ils occupent une position clé dans la démarche entrepreneuriale. Ce sont les ressources auxquelles doit accéder l'entrepreneur en vue de créer son entreprise.

- **Les ressources humaines**

La présence d'une main d'œuvre qualifiée dans la zone d'implantation favorise l'entrepreneuriat.

Une région, où la main d'œuvre est de bon marché, son taux de création d'entreprise s'accroît.

- **Les ressources financières**

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

⁵⁵JEAN-CHARLES Cachon, « Entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi », P 33. Site internet : <https://zone.biblio.laurentian.ca/bitstream/10219/229/1/Cachon%20RNO%2013-14.pdf>. Date de consultation : 10.04.2017

⁵⁶FAYOLLE.A, 2003, Op.Cit, P 67.

- **La demande de marché et son accessibilité**

L'existence de marchés ouverts influence positivement la création d'entreprise. Cependant, il existe des marchés ouverts mais encombrés, d'autres sont fermés ou très réglementés, l'implantation d'une nouvelle entreprise y quasiment impossible. Les réseaux personnels et professionnels constituent des éléments facilitateurs qui permettent de gagner du temps et de l'efficacité face à la complexité des démarches et procédures. Aussi, les entreprises se localisent le plus près possible de la demande en vue de minimiser les coûts de transport.

La demande locale exerce un impact positif sur la naissance d'entreprises dans la plupart des secteurs, surtout dans le secteur des services la création d'entreprise est influée.

Conclusion

A partir de ce chapitre, nous pouvons dire que les PME sont désormais l'un des piliers de presque toutes les économies de monde et sont, aussi bien dans les pays industrialisés que dans les économies émergentes et en développement, une source essentielle de croissance économique du fait, entre autres, de sa contribution appréciable à la production de richesses et à la création d'emploi et de sa dynamique, de sa flexibilité et de sa souplesse d'adaptation aux changements de l'environnement qui l'entoure.

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



Chapitre 03

Analyse des résultats de l'enquête

Introduction

Aujourd'hui, les PME sont source de compétitivité, leur développement permet de répondre aux exigences de différents secteurs, grâce à leur statut dynamique qui prend en considération les caractéristiques et les changements de l'environnement dans lequel elles évoluent. La petite entreprise est considérée comme une cellule de richesse, une source de satisfaction aux besoins économiques et sociaux en matière de croissance économique, de développement régionale, d'absorption de chômage etc.

Depuis le début du siècle, le débat sur ce sujet est avancé en Algérie notamment après l'amélioration de la sécurité, l'ouverture de l'économie algérienne suite aux accords avec l'union européenne et l'adhésion à l'OMC. A cet effet, l'Etat a vu l'utilité de soutenir les jeunes promoteurs ayant une volonté de créer leur propre entreprise dans le cadre des dispositifs publics qui offrent l'aide et le financement sous certaines conditions. Une fois que nous avons cerné l'essentiel de ce qu'il faut savoir sur la PME, et en particulier la PME algérienne, nous vous présenterons les statistiques concernant les PME au niveau de la wilaya de Bejaia.

Ce chapitre contient deux sections, nous allons présenter dans la première section la dynamique entrepreneuriale en Algérie : Création d'entreprise en Algérie et la PME privée dans la wilaya de Bejaia. La seconde section sera consacrée à l'analyse des résultats de l'enquête de terrain menée auprès des PME de la communes Bejaia et El kseur.

Section 1 : La dynamique entrepreneuriale en Algérie

A partir de la fin des années 80, en raison du passage de l'économie administrée à l'économie de marché, l'Algérie a connu une mutation économique très importante. Dans cette section, nous allons présenter dans un premier temps la création des PME en Algérie ; leur développement et les dispositifs d'aide à la création, puis nous essayerons dans un deuxième temps de donner quelques statistiques sur les PME au niveau de la wilaya de Bejaia.

1. Création des PME en Algérie

L'objectif de ce titre, est de présenter une image globale de la PME en Algérie, de montrer comment elle est évoluée et d'indiquer quels sont les dispositifs d'aide à la création d'entreprise.

1.1. Définition de la PME en Algérie

La petite et moyenne entreprise est l'un des acteurs du monde économique cité le plus souvent par les décideurs et responsables de la politique économique.

CHAPITRE 3 : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUETE

Quel que soit le régime politique ou le niveau du développement d'un pays, elle est considérée comme une entreprise à multiples avantages. Toutefois, il n'existe pas une définition précise de la PME.

La réglementation algérienne définit la PME en s'inspirant de celle qui est adoptée par l'Union Européenne en 1996. Cette définition se base sur trois critères : les effectifs, le chiffre d'affaires, et/ou le bilan annuel et l'indépendance de l'entreprise.

« La PME est définie, quel que soit son statut juridique, comme étant une entreprise de production de biens et de services, employant de 1 à 250 personnes, dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas deux milliards de Dinars Algériens, ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 500 millions de DA et respectant le critère d'indépendance. Ce dernier critère signifie que le capital ou les droits de vote ne doivent pas être détenus à 25 % et plus par une autre entreprise ou conjointement, par plusieurs autres entreprises ne correspondant pas elles-mêmes à la définition de PME »⁵⁷.

Tableau 4 : Classification des PME par effectif/par nombre d'employés, le chiffre d'affaire et total du bilan annuel.

Critères de sélection	TPE	PE	ME
Effectif	01 à 09	10 à 49	50 à 250
Chiffre d'affaires	N'excède pas 20 million de dinars	N'excède pas 200 million de dinars	N'excède pas 2 milliards de dinars
Total du bilan annuel	N'excède pas les 10 millions de dinars	Inférieur ou égale à 100 millions de dinars	De 100 à 500 millions de dinars

Source : La loi d'orientation sur la promotion de la petite et moyenne entreprise/petite et moyenne industrie décembre 2001.

Les données de tableau ci-dessus présentent une typologie des PME qui est définie selon le nombre d'employés, le chiffre d'affaire et le total du bilan annuel, dont on a trois types d'entreprise :

- La moyenne entreprise (ME) : Toute entreprise employant de 50 à 250 personnes et dont le chiffre d'affaire annuel est compris entre 200 millions et 2 milliards de dinars ou dont le total du bilan est entre 100 à 500 millions de dinars.

⁵⁷ Journal officiel n° 777, 2001.

- La petite entreprise (PE) : Toute entreprise employant de 10 à 40 personnes et dont le chiffre d'affaire annuel n'excède pas 200 millions de dinars ou dont le total du bilan n'excède pas 100 millions de dinars.

- La très petite entreprise (TPE) ou micro entreprise : Toute entreprise employant de 01 à 09 personnes et dont le chiffre d'affaire annuel est inférieur à 20 millions de dinars.

1.2. Genèse et développement des PME en Algérie

La majorité des PME en Algérie sont nées à partir de la fin des années 1980. La PME avant cette date n'a joué qu'un rôle secondaire. Majoritairement, on peut distinguer trois périodes de l'évolution de la PME depuis l'indépendance.

1.2.1. La période 1962-1982

A la veille de l'indépendance, la plupart des PME qui existaient, étaient aux mains des colonais. Juste après l'indépendance, ces entreprises ont été confiées à des comités de gestion après le départ de leurs propriétaires étrangers ; elles furent intégrées à partir de 1967 dans des sociétés nationales.

Le premier Code des Investissements qui a été promulgué en 1963 n'a pas eu d'effets notables sur le développement du secteur des PME, et ce, malgré les garanties et les avantages qui comptait accorder aux investisseurs nationaux et étrangers.

Cette période est caractérisée également par l'adoption d'une économie planifiée à prédominance publique et d'une industrialisation basée sur des industries de biens d'équipements et des produits intermédiaires.

Le nouveau code des investissements N° 66/284 qui a été promulgué le 15/09/1966 a essayé de faire jouer au secteur privé son rôle dans le développement économique tout en prévoyant une place prédominante pour le secteur public sur les secteurs stratégiques de l'économie. Ce code a obligé les entrepreneurs privés d'obtenir l'agrément de leurs projets auprès de la Commission Nationale des Investissements (CNI). La complexité des procédures d'obtention d'agrément ont fait dissoudre la CNI en 1981.

A vrai dire, la PME a été considérée durant toute cette période comme « appoint » au secteur public, car toutes les politiques sont concentrées sur le développement de ce dernier laissant en marge le secteur privé se débrouiller comme il peut. De ce fait, le promoteur privé a investi des créneaux qui nécessitent peu une maîtrise de la technologie et une présence d'une main d'œuvre moins qualifiée ; à savoir le commerce et les services.

Une fiscalité lourde, une législation du travail rude et la fermeture du commerce extérieure, telles étaient les principaux blocages de cette période pour l'émancipation de la PME privée.

1.2.2. La période 1982-1988

Durant cette période, de grandes réformes ont été amorcées sous toujours le système de l'économie administrée. Les deux plans quinquennaux (1980/1984) et (1985/1989) sont l'exemple de ces réformes entamées en faveur du secteur privé. Il y a eu parallèlement une promulgation d'un nouveau cadre législatif et réglementaire relatif à l'investissement privé (loi du 21/08/1982) qui a dicté un ensemble de mesures favorables aux PME telles que :

- Le droit de transfert nécessaire pour l'acquisition des équipements et dans certains cas des matières premières ;
- L'accès, même limité, aux autorisations globales d'importations (A.G.I) ainsi qu'au système des importations sans paiement. (CNES, 2002).

Cette période est caractérisée également par certains obstacles aux PME tels que :

- Le financement par les banques ne dépasse pas 30 % du montant total de l'investissement ;
- Les montants investis sont limités à 30 millions de DA pour la société à responsabilité limitée (SARL) ou par actions et 10 millions de DA pour l'entreprise individuelle ou au nom collectif ;
- L'interdiction de posséder plusieurs affaires.

1.2.3. A partir de 1988

L'Algérie a connu à partir de 1988 une phase de transition vers l'économie de marché, c'est ce qui l'a conduit à établir des relations avec les institutions internationales tels que le FMI et la Banque Mondiale pour atténuer la crise de sa dette extérieure d'une part, et à l'application d'un régime de politique monétaire, financière, économique et commerciale d'une autre part qui lui a dicté la privatisation de nombreuses entreprises publiques, et a contribué au développement des petites et moyennes entreprises dans certaines activités de l'économie.

Ces activités concernent la transformation des métaux ainsi que les petites industries mécaniques et électroniques.

Les changements d'orientation de la politique économique et l'adoption des plans d'ajustement structurel avaient définitivement scellé le passage de l'économie vers l'organisation marchande.

L'État a mis en place un nouveau cadre législatif et plusieurs réformes liées aux programmes de redressement économique, au système juridique pour le développement de l'investissement et la promotion des petites et moyennes entreprises telles que le nouveau code d'investissement qui a été promulgué le 05/10/1993 relatif à la promotion de l'investissement. Ce code a eu pour objectifs, la promotion de l'investissement, l'égalité entre les promoteurs nationaux privés et étrangers, remplacement de l'agrément obligatoire par une simple déclaration pour investir auprès des institutions administratives concernées, réduction des délais d'études de dossiers, le renforcement des garanties...

Dans les faits, le bilan de la mise en œuvre du code de 1993 a été mitigé ce qui a porté les autorités à promulguer en 2001 l'ordonnance relative au développement de l'investissement (Ordonnance N° 01/03 du 20/08/2001) et la loi d'orientation sur la promotion de la PME (Loi N° 01/18 du 12/12/2001). L'ordonnance mise en place en même temps que la loi d'orientation de la PME définissent et fixent, entre autres, les mesures de facilitation administratives dans la phase de création de l'entreprise qui pourraient être mises en œuvre. Elles prévoient également la création d'un fonds de garantie des prêts accordés par les banques en faveur des PME, la création du conseil national de l'investissement (CNI) et la suppression de la distinction entre investissements publics et investissements privés. (CNES, 2002).

1.3. Les dispositifs et organismes d'aide à la création d'entreprises

Dispositifs de création d'entreprises et la promotion de l'entrepreneuriat relèvent des diverses institutions, de notre part nous nous intéresserons de servir davantage notre étude sur la création d'entreprise à travers l'ANDI, l'ANSEJ, CNAC et l'ANGEM.

1.3.1. L'Agence Nationale pour le Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ)

Par le décret exécutif n° 96-296 du 08 septembre 1996, modifié. Ce dispositif est adressé aux jeunes chômeurs âgés entre 19-35 ans, qui possèdent une qualification professionnelle en relation avec l'activité projetée et qui ont la capacité de mobiliser un apport personnel déterminé pour le financement du projet⁵⁸.

ANSEJ permet de soutenir, d'accompagner les jeunes promoteurs à la création d'entreprise.

1.3.2. L'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM)

Ce dispositif représente un instrument de réalisation de la politique du gouvernement pour la lutte contre le chômage et la précarité destiné⁵⁹ aux personnes âgés de 18 ans et plus.

⁵⁸ Site internet : www.ansej.org.dz.

⁵⁹ Site internet : www.angem.dz/home.php.

Il a été créé par le décret exécutif N° 04-14 du 22 Janvier 2004, modifié.

ANGEM permet de gérer le dispositif du microcrédit conformément à la législation et à la réglementation en vigueur, de soutenir conseiller et accompagner les bénéficiaires du microcrédit dans la mise en œuvre de leurs activités, de notifier aux bénéficiaires les différentes aides qui leur sont accordées et d'assurer le suivi des activités réalisées par les bénéficiaires en veillant au respect des clauses des cahiers des charges qui les lient à l'agence.

1.3.3. La Caisse Nationale d'Allocation Chômage (CNAC)

Ce dispositif représente un instrument de soutien à la création et à l'extension d'activités pour les chômeurs promoteurs âgés de 30 à 50 ans. Il a été créé par le décret exécutif N° 04-03 du 03 janvier 2004.

CNAC permet d'indemniser le chômage des salariés qui perdent leur emploi pour raisons économiques⁶⁰, de mettre en place de mesure actives d'aide à la recherche d'emploi ou à la reconversion, et de financer la création d'activités par des demandeurs d'emploi.

1.3.4. Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI)

Ce dispositif est créé par le décret n°01-03 en Aout 2001, c'est un établissement public à un caractère administratif (EPA), doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière. Elle est placée sous tutelle du ministère chargé de la promotion de l'investissement, une mission d'assistance, une participation à la gestion foncière économique, la gestion d'avantages et une mission générale de suivi⁶¹.

L'ANDI a pour missions d'accueil, conseille et accompagne les investisseurs au niveau de ces structures centrales et régionales ; informer les investisseurs à travers notamment son site web, ses supports de promotion et ses divers points d'information à l'occasion d'événement économiques organisés en Algérie et à l'étranger....etc.

2. La PME privée dans la wilaya de Bejaia

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

2.1. Situation géographique de la wilaya de Bejaïa

La wilaya de Bejaia, se situe au Nord-est de la région centre de l'Algérie. Elle est considérée comme étant une wilaya côtière qui s'ouvre sur la méditerranée avec une façade Maritime de plus de 100 Km, alternant crique rocheuses et plage de sable fin.

⁶⁰ Site internet : <http://www.entreprendre-mediterranee.com/pays/cnac.htm> . date de consultation : 28.04.2017

⁶¹ Site internet : <http://www.andi.dz/fr/>. date de consultation : 28.04.2017

CHAPITRE 3 : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUETE

Elle est organisée en 19 daïras chapeautant 52 communes, elle a des limites administratives avec 5 wilayas :

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

La wilaya de Bejaia s'étend sur une superficie de 322 348⁶² Ha. Bejaïa est en termes de population la plus grande ville de Kabylie. Elle est aussi, grâce à sa situation géographique, le plus important pôle industriel de la région, notamment par la concentration de nombreuses industries et la présence de l'un des plus grands ports pétroliers et commerciaux de la Méditerranée. Elle est dotée d'un aéroport.

2.2. Les composantes du secteur de la PME

La population des petites et moyennes entreprises comporte principalement deux composantes : les PME privées et les PME publiques

Les données de la direction des PME indiquent que, en 2015, le nombre des PME s'élève à 21 067 entités dont 21 026 sont des entreprises privées, 41 sont des entités publiques, contre 18 970 entités en 2014. Dont 18 929 entités sont privées et 41 publiques. Soit une croissance de 11,05%.

Tableau 5 : Population de la PME selon la propriété

Nature des PME	31/12/2014	Part (%)	31/12/2015	Part (%)
PME privées	18 929	99,78	21 026	99,81
PME publiques	41	0,22	41	0,19
Total	18970	100	21 067	100

Source : Document de la direction de la PME de la wilaya de Bejaïa

D'après les données, on constate que les PME privées occupent toujours une place très importante dans la wilaya de Bejaia, du fait qu'elle représente la majorité des PME avec une part de 99,80% dans le 4^{ème} trimestre 2015, suivi par le secteur public avec une valeur marginale estimée à 0,27% du total des PME.

2.3. Evolution des PME à la wilaya de Bejaia

Ce tableau illustre une évolution graduelle de la population globale des PME, dans ses principales composantes durant 7 ans (2009-2015).

⁶² Annuaire statistique de la wilaya de Bejaia (DPSB) 2013.

CHAPITRE 3 : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUETE

Tableau 6 : évolution comparative du nombre de PME pour la période allant de 2009 à 2015

Nature PME	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
PME privées	11 418	12 463	13 433	15 000	17 164	18 931	21 026
PME Publiques	41	41	41	41	41	41	41
Total	11 459	12 504	13 474	15 041	17 205	18 972	21 067

Source : Document de la direction de la PME de la wilaya de Bejaïa

D'après les statistiques déclarées depuis la fin de l'année 2009 jusqu'à la fin de l'année 2015 par la direction de la petite et moyenne entreprise de la wilaya de Bejaïa, nous remarquons une expansion en terme de nombre de PME. Le secteur privé a connu une évolution considérable, passant de 11 418 PME en 2009 à 21026 en 2015.

2.4. La répartition spatiale des PME pour les premières communes de la wilaya de Bejaïa

Nous présenterons en dernier lieu la répartition spatiale des PME sur le territoire de la wilaya de Bejaïa.

Tableau 7 : statistique PME par commune

N°	Commune	2015	Part en %
01	BEJAIA	6 869	32,67%
02	AKBOU	1 950	9,27%
03	TAZMALT	851	4,05%
04	EL KSEUR	816	3,88%
05	TIMZRIT	625	2,97%
06	KHERRATA	610	2,90%
07	AMIZOUR	586	2,79%
08	SIDI AICH	580	2,76%
09	SOUK EL TENINE	459	2,18%
10	AOKAS	455	2,16%
11	OUED GHIR	448	2,13%
12	SEDDOUK	444	2,11%
13	IFRI OUZLEGUEN	399	1,90%
S/Total		12 384	71,78%
TOTAL		21 026	100%

Source : Document de la direction de la PME de la wilaya de Bejaïa

L'analyse de la répartition des PME privées entre les différentes wilayas révèle l'existence d'une forte disparité la répartition n'est pas équilibrée. D'après les données du tableau ci-dessus, le total des PME de la wilaya de Bejaia est de 21 026 PME existantes, la commune de Bejaia occupe la première place avec un nombre de 6 869 PME qui représente 32,67% du total des PME, suivi par la daïra d'AKBOU avec un nombre de 1 950 PME avec un seuil de 9,27% en troisième place en trouve TAZMALT avec 851 PME et une part de 4.05%, EL KSEUR occupe la quatrième place avec 816 PME avec 3,88%.

On remarque ainsi qu'il y'a concentration de PME dans les quatre premières communes sachant que ces communes sont de nature urbaines, cela est lié principalement à la disponibilité du foncier industriel mais aussi au maillage infrastructurel, autrement dit, cela revient aussi a plusieurs facteurs qui peuvent être d'ordre géographique (le relief et les conditions climatiques), économique (concentration de la population et des activités, les infrastructures économiques de bas) et même politique (la nature et la destination des projets de développement), alors que les communes rurales, enregistrent des taux faible, par exemple la commune BENI MELIKECHE celle où il y'a une faible concentration de PME uniquement 45, et cela revient peut être au facteur culturel du fait que parfois dans certaines régions le phénomène de l'entrepreneuriat est associé aux traditions de la famille, et que dans d'autres régions les gens se contentent de l'élevage et le travail de la terre, ce qui aggrave les déséquilibres territoriaux.

On constate que un déséquilibre spatial dans la répartition de ces unités au niveau de la wilaya, ce qui a généré des mouvements internes de la population, surtout des zones de montagne vers les autres régions.

Section 02 : Analyse des résultats de l'enquête de terrain

Tout travail scientifique nécessite une démarche méthodologique. Elle a pour but d'apporter des éclaircissements à une problématique formulée sous forme de questions. Il s'agit ici de déterminer quels sont les déterminants de la création d'entreprise dans la commune de Béjaia et d'El kseur. A cet effet, nous avons mené une enquête via un questionnaire destiné aux créateurs d'entreprises que comporte notre échantillon.

1. Méthodologie de la recherche

Dans ce premier point, nous présenterons la méthodologie que nous avons adoptée dans notre enquête et dans l'analyse des résultats recueillis.

1.1. Objectif de l'enquête

Notre enquête a pour objectif de décrire le profil des entrepreneurs privés dans les communes de Bejaia et El kseur, les caractéristiques de leurs entreprises (la forme juridique, la taille de l'entreprise, le secteur d'activité...etc.) ainsi que toutes les informations sur les motivations des entrepreneurs (la motivation à lancer une entreprise, les facteurs importants de dans le choix de se lancer en affaires, les motivations de l'environnement, les facteurs de succès des entrepreneurs...etc.).

1.2. La taille de l'échantillon

L'échantillon se définit comme un ensemble d'individus choisis dans une population donnée de manière à la représenter de façon aussi fidèle que possible. Un échantillon est dit représentatif lorsque tous les individus de la base de sondage ont la même chance d'en faire partie.

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

- La disponibilité des entrepreneurs à prendre part dans notre enquête ;
- La représentativité des secteurs d'activités existant dans les communes de Bejaia et d'El kseur ;
- Le nombre attractif de création d'entreprise dans la localité.

Nous avons contacté 50 entrepreneurs qui ont accepté de participer à la réalisation de notre enquête, mais nous n'avons pu récupérer que 37 questionnaires sur les 50 entrepreneurs contactés. Seulement 30 questionnaires se sont révélés exploitables soit 81% des questionnaires récupérés. Les 07 questionnaires restants ont été soit mal rempli, soit fait l'objet de non réponses, nous avons donc pris la décision de ne pas les exploiter vu leur manque de crédibilité.

La taille de notre échantillon initial et de notre échantillon final (étudié) sont compilés dans les deux tableaux ci-dessous :

Tableau 8 : La taille de l'échantillon de notre enquête

Nombre Questionnaire	Fréquence	Pourcentage (%)
Récupéré	37	74
Non récupéré	13	26
Distribués	50	100

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

Tableau 9 : La taille de l'échantillon étudié

Nombre Questionnaire	Échantillon étudié	Pourcentage (%)
Exploitable	30	81
Non exploitable	07	19
Totale	37	100

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

Les restrictions apportées à notre échantillon sont dues essentiellement à :

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

Notre enquête porte sur trois secteurs d'activité qui sont les services, Bâtiment et travaux publics et les industries. En effet, ces secteurs représentent un taux important de création d'entreprises. L'échantillon final selon le secteur d'activité est présenté dans le tableau n°10 ci-dessous :

Tableau 10 : Répartition de l'échantillon par branche d'activité

Secteur d'activité	Echantillon étudié	Non réponse	Echantillon final
Service	12	02	10
Bâtiment et travaux publics	07	01	06
Industrie et autre	18	04	14
Total	37	07	30

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

1.3. Elaboration du questionnaire

Pour les besoins de notre enquête nous avons utilisé un questionnaire s'adressant aux entrepreneurs du secteur privé étant à l'origine de la création de leurs propres entreprises.

Les communes concernées par cette enquête sont Bejaia et El kseur. Les questions de notre recherche sont divisées en deux volets essentiels qui sont :

A. Le profil de l'entreprise et de l'entrepreneur

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

- **Identification de l'entreprise :** l'objectif de cette partie est de présenter d'une manière générale l'entreprise participante à notre enquête (Nom ou raison social, la forme juridique, lieu d'implantation...etc.) ainsi que le poids économique dans le développement de la région et cela à travers des données techniques tel que l'effectif employé.

- **Les informations concernant le profil de l'entrepreneur :** cette partie a pour but de voir quelles sont les qualifications des entrepreneurs et quelles sont les facteurs qui sont à l'origine de la création de leur entreprise tels que leur origine, leurs antécédents et leurs expériences.

B. Les motivations de l'entrepreneur à l'égard de la création de l'entreprise

Cette partie a pour but de déterminer les causes qui sont à l'origine de la création de l'entreprise, les motivations de l'entrepreneur et les raisons qui ont contribué au déclenchement de son activité entrepreneuriale.

Pour ne pas alourdir le questionnaire et d'avoir le maximum de réponses, nous avons veillé à ce que les questions soient administrées d'une manière claire et plus courte possible, ce qui nous a conduit à choisir la méthode des questions fermées à choix multiples. Par ailleurs, nous avons évité au maximum les questions contraignantes pour pallier la méfiance des propriétaires d'entreprises et de gagner leur confiance. La personne enquêtée est le gérant ou l'un des propriétaires.

1.4. Déroulement de l'enquête

Notre enquête a commencé en mars 2017 par l'élaboration d'un questionnaire que nous avons distribué nous-mêmes en rendant directement visite aux entrepreneurs. Après des échanges constructifs avec eux nous leurs avons laissé un exemplaire du questionnaire à remplir et à récupérer à une date ultérieure qu'à celle de notre visite vu leurs emplois du temps chargé.

Il est à signaler que certains entrepreneurs que nous avons rencontrés ont refusé de prendre part dans notre enquête, d'autres ont carrément refusé de nous accueillir. Après avoir récupéré nos questionnaires, nous avons commencé le traitement et l'analyse des données ainsi collectées.

1.5. Le traitement et dépouillement

Les données ont été triées manuellement. Pour chaque question nous avons compté le nombre d'occurrence de chaque réponse et nous avons aussi calculé le pourcentage de chaque réponse. Les données ainsi récoltées ont été compilées dans des tableaux (un tableau par question) afin que l'on puisse les analyser et en tirer les conclusions nécessaires à notre enquête.

Ayant ainsi présenté les démarches méthodologiques pour réaliser notre recherche, nous procéderons à la présentation et à l'analyse des résultats de l'enquête de terrain qui fera l'objet de la prochaine étape.

2. Analyse et interprétation des résultats de l'enquête

Dans ce point, nous allons présenter les résultats de notre enquête en essayant de les interpréter et de les analyser.

2.1. Le profil de l'entreprise et de l'entrepreneur

Cet axe est consacré à la présentation des entreprises enquêtées ainsi que leurs créateurs.

2.1.1. Identification de l'entreprise

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

2.1.1.1. La répartition des entreprises par commune

Les résultats de notre enquête sur la répartition des entreprises par commune présentés dans le tableau n°11 indiquent que la majorité des entreprises enquêtées sont localisées au niveau de la commune de Bejaia à hauteur de 66,67%, alors que 33,33 % sont basées à El kseur. Ces résultats peuvent être expliqués par le fait que la commune de Bejaia dispose de plus de commodités comparativement à la commune d'El kseur.

La commune de Béjaia étant plus couverte par les infrastructures et réseaux d'utilités nécessaires. En effet, la commune de Béjaia constitue un grand pôle d'attractivité pour les investisseurs privés, elle dispose aussi d'avantages économiques importants.

Tableau 11 : Répartition des entreprises par commune

Commune	Fréquence	Pourcentage (%)
Bejaia	20	66,67
El kseur	10	33,33
Totale	30	100

Source : Résultat de notre enquête

2.1.1.2. La répartition des entreprises selon la forme juridique

L'analyse du statut juridique des entreprises participantes à notre enquête fait ressortir cinq formes juridiques qui sont : les entreprises unipersonnelles à responsabilité limitée (EURL), les sociétés à responsabilité limitée (SARL), les sociétés par actions (SPA), les sociétés en nom collectif (SNC) ainsi que les entreprises individuelles.

Les résultats obtenus compilés dans le tableau n°12 montrent que la majorité des entreprises sont des SARL avec une proportion de 60%, ceci s'explique par le capital relativement faible que nécessite la création de ce genre d'entreprise. Les associés peuvent prendre part dans plusieurs entreprises en même temps. Ainsi, en cas de faillite, les risques sont limités uniquement aux apports de chaque associé au capital social de l'entreprise. La forme EURL représente 20% des entreprises participantes, alors que les formes SPA, SNC et Entreprise individuelle sont faiblement représentées avec des proportions respectives de 07 %, 03% et 10%.

Tableau 12: Répartition des entreprises selon leurs formes juridiques

Forme juridique	Fréquence	Pourcentage (%)
EURL	06	20
SARL	18	60
SPA	02	7
SNC	01	3
E. Individuelle	03	10
Total	30	100

Source : Résultat de notre enquête

2.1.1.3. La répartition des entreprises enquêtées selon la date de la création

L'analyse du tableau n°13 portant sur la date de création des entreprises de notre échantillon indique que les résultats sont équilibrés. En effet, 30% des entreprises ont été créés dans les années (1990-1999), 36,67% dans les années (2000-2010) et 33,33% dans les années (2011-2016).

CHAPITRE 3 : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUETE

Néanmoins, le cumul des entreprises créées à partir de l'an 2000 s'élève à 70%, soit 21 entreprises sur 30. Ceci peut être expliqué par les mesures prises par l'Etat en matière d'encouragement de l'initiative privée et cela dans le cadre de l'ouverture de l'Algérie vers l'économie de marché.

Tableau 13 : Date de création des entreprises enquêtées

Année de création	Fréquence	Pourcentage (%)
1990-1999	09	30
2000 – 2010	11	36,67
2011 -2016	10	33,33
Total	30	100

Source : Résultat de notre enquête

2.1.1.4. La répartition des entreprises enquêtées selon l'effectif employé

L'analyse des entreprises participantes à notre enquête selon leurs effectifs fait ressortir que la catégorie des micros entreprises, de 1 à 9 employés est faiblement représentée avec une proportion de 16,67% alors que les entreprises de petites et moyennes tailles composent l'essentiel de notre échantillon. En effet, la moitié des entreprises participantes à notre enquête sont de taille moyenne (de 50 à 249 employés) soit 50% de notre échantillon alors que les entreprises de petite taille (de 10 à 49 employés) représentent un tiers de notre échantillon soit 33,33%.

Tableau 14: La taille des entreprises enquêtées selon l'effectif employé

Effectif employé	Fréquence	Pourcentage (%)
(1-9)	05	16,67
(10-49)	10	33,33
(50-249)	15	50
Total	30	100

Source : Résultat de notre enquête

2.1.2. La présentation des informations concernant le profil de l'entrepreneur

2.1.2.1. La présentation des entrepreneurs par le genre

Les résultats de notre enquête compilés dans le tableau n°15 portant sur le sexe des entrepreneurs composant notre échantillon montrent qu'une écrasante majorité des entrepreneurs sont de sexe masculin avec une proportion de 97%, soit 29 entrepreneurs sur les 30 composants notre échantillon alors que seulement 03% sont de sexe féminin. Ceci montre que l'entrepreneuriat reste un domaine fermé aux femmes en Algérie. En effet, les caractéristiques de notre société ne facilitent pas l'intégration des femmes dans ce milieu qui semble être réservé aux hommes. Une sonnette d'alarmes doit être tirée et les pouvoirs publics doivent prendre les mesures nécessaires afin de faciliter l'intégration des femmes dans le milieu de l'entrepreneuriat et d'encourager ces dernières à entreprendre afin de réduire les différences hommes-femmes dans ce domaine.

Tableau 15: Sexe de l'entrepreneur

Sexe	Fréquence	Pourcentage (%)
Masculin	29	96,67
Féminin	01	03,33
Total	30	100

Source : Résultat de notre enquête

2.1.2.2. L'âge des entrepreneurs

Le tableau n°16 représente les tranches d'âge des entrepreneurs de notre échantillon au moment de la création effective de leurs entreprises. Les résultats sont comme suit : 30% appartiennent à la tranche (30-40), 30% ont plus de 60 ans, 27% appartiennent à la tranche (51-60) et seulement 13% sont issues de la tranche d'âge (30-40). Cela peut s'expliquer par le fait que la création d'entreprises nécessite un âge mûr et une certaine expérience professionnelle dans n'importe quel domaine d'activité. Les plus jeunes de ces entrepreneurs ont bénéficié de l'aide du père ou bien ont repris les affaires de leurs parents, certains d'entre eux ont bénéficié aussi de l'aide de différents dispositifs mis en place par l'état pour encourager la création des entreprises à l'instar du programme ANSEJ.

Tableau 16: Age de l'entrepreneur

Age	Fréquence	Pourcentage (%)
De 30 à 40 ans	04	13
De 41 à 50 ans	09	30
De 51 à 60 ans	08	27
61 et plus	09	30
Total	30	100

Source : Résultat de notre enquête

2.1.2.3. Présentation des entrepreneurs selon leur situation matrimoniale

L'analyse de la situation matrimoniale des entrepreneurs de notre échantillon dont les résultats sont présentés dans le tableau n°17 est sans appel. En effet, 100% des entrepreneurs sont mariés. Ceci peut s'expliquer par le fait qu'une situation familiale stable peut être un élément essentiel et encourageant à entreprendre. Cependant il paraît nécessaire de s'interroger sur l'absence de jeunes célibataires dans notre échantillon avec toutes les facilités mis à leurs dispositions par le gouvernement pour la création d'entreprises comme le programme ANSEJ dont le but est d'inciter les jeunes à entreprendre.

Tableau 17 : La situation matrimoniale des entrepreneurs

Situation matrimoniale	Fréquence	Pourcentage (%)
Célibataire	00	00
Marié	30	100
Divorcé	00	00
Veuf	00	00
Total	30	100

Source : Résultat de notre enquête

2.1.2.4. La répartition des entrepreneurs selon leur rang de naissance

Les résultats de notre enquête portant sur le rang de naissance des entrepreneurs de notre échantillon compilés dans le tableau n°18 indiquent qu'une large majorité est soit des aînés soit de rang intermédiaire. En effet, de manière générale les aînés de la famille ou les intermédiaires ont tendances à être des entrepreneurs. 57% des entrepreneurs sont de rang intermédiaires, 30% sont des aînés alors que seulement 13% sont des cadets.

Tableau 18 : Répartition des entrepreneurs selon leur rang de naissance

Rang de naissance	Fréquence	Pourcentage (%)
L'ainé (e)	09	30
A un rang intermédiaire	17	56,67
Cadet (e)	04	13,33
Total	30	100

Source : Résultat de notre enquête

2.1.2.5- La répartition des entrepreneurs selon leurs origines

L'analyse des résultats de notre enquête sur la répartition des entrepreneurs selon leurs origines dont les résultats sont compilés dans le tableau n°19 indique qu'une large majorité des entrepreneurs de notre enquête sont issus de la commune de Bejaia avec une proportion de 63.33% soit 19 entrepreneurs alors que 33.33%, soit 10 entrepreneurs sont issus d'autres communes de la wilaya de Bejaia, essentiellement de la commune d'El kseur vu que le périmètre de notre enquête se limite aux deux communes de Bejaia et d'El kseur.

Ces résultats montrent l'attachement des entrepreneurs de notre échantillon vis-à-vis de leurs communes d'origines. Nous trouvons aussi une part négligeable d'entrepreneurs issus d'autres wilaya (3.34% soit 01 entrepreneur) alors qu'aucun des entrepreneurs de notre enquête n'est issu d'un pays étranger.

Tableau 19 : Répartition des entrepreneurs selon leurs origines

Origine	Fréquence	Pourcentage (%)
Bejaia	19	63.33
Autre commune	10	33.33
D'autre wilaya	01	3.34
D'autre pays	00	00
Total	30	100

Source : Résultat de notre enquête

2.1.2.6. La répartition des entrepreneurs selon leur niveau d'instruction

L'analyse du niveau d'instruction des entrepreneurs de notre échantillon dont les résultats sont présentés dans le tableau n° 20 indique 37% sont des universitaires, 37% ont un niveau d'études secondaires, 16% ont un niveau d'études moyen et 10% ont un niveau d'études primaires. Tandis qu'aucun entrepreneur de notre échantillon n'est issue de la formation professionnelle ni n'a aucun niveau d'instruction.

CHAPITRE 3 : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUETE

Ces résultats indiquent que la plupart de nos entrepreneurs ont un bon niveau d'instruction. Cela est expliqué par le choix des universitaires de créer leur propre emploi pour échapper au risque d'être en chômage.

Tableau 20 : Le niveau d'instruction des entrepreneurs.

Niveau d'étude	Fréquence	Pourcentage (%)
Aucun	00	00
Primaire	03	10
Moyen	05	16
Secondaire	11	37
Universitaire	11	37
Formation professionnelle	00	00
Total	30	100

Source : Résultat de notre enquête

2.1.2.7. La répartition selon la situation professionnelle de l'entrepreneur avant la création de leur entreprise

D'après le tableau n°21, 50% des jeunes entrepreneurs interrogés étaient des employés, les étudiants occupent la deuxième position avec une proportion de 20%, en troisième position viennent les employés avec un taux de 13.33% suivi des chômeurs avec une proportion de 10%. En dernière position on trouve que 6.67% des entrepreneurs de notre enquête étaient des stagiaires.

Tableau 21: La situation professionnelle de l'entrepreneur avant la création d'entreprise.

Situation	Fréquence	Pourcentage (%)
Employé	15	50
Etudiant	06	20
Stagiaire	02	6.67
Chômeur	03	10
Chef d'entreprise	04	13.33
Total	30	100

Source : Résultat de notre enquête

2.1.2.8. La répartition selon le stock de connaissance

L'analyse des résultats du tableau n°22 indique que 26 entrepreneurs ont déclaré avoir acquis leurs stock de connaissances dans la vie professionnels (10 entrepreneurs ont acquis moins de 25% de leurs connaissances dans la vie professionnel, 8 entrepreneurs entre 25% et 50% et 8 ont acquis plus de 50% de leurs connaissances dans la vie professionnels), tandis qu'en deuxième position 20 entrepreneurs de notre échantillon ont déclaré avoir acquis leurs

CHAPITRE 3 : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUETE

stock de connaissance dans la vie scolaire (4 entrepreneurs ont acquis moins de 25% de leurs connaissances dans la vie scolaire, 6 entrepreneurs entre 25% et 50%, 10 entrepreneurs ont acquis plus de 50% de leurs connaissances dans la vie scolaire).

Finalement, 13 entrepreneurs ont estimé qu'ils ont acquis leurs stocks de connaissance dans la vie familiale (2 entrepreneurs ont acquis moins de 25% de leurs connaissances dans la vie familial, 5 entrepreneurs entre 25% et 50%, 6 entrepreneurs ont acquis plus de 50% de leurs connaissances dans la vie familial).

Tableau 22 : stock de connaissance

Connaissance	La vie familiale	La vie scolaire	La vie professionnelle
-25%	2	4	10
25% -50%	5	6	8
50%-100%	6	10	8
Fréquence	13	20	26
Pourcentage (%)	43.33	66.66	86.66

Source : Résultat de notre enquête

2.1.2.9. Le nombre d'entreprise créée par les entrepreneurs enquêtés

D'après les résultats compilés dans le tableau n°23 qui porte le nombre d'entreprises créés par les entrepreneurs de notre échantillon, nous constatons que 40% des entrepreneurs enquêtés ont créé une seule entreprise, 33% ont créé deux entreprises, 17% ont créé trois entreprises et que seulement 03% ont créé plus de 04 entreprises.

Tableau 23 : La répartition des entrepreneurs selon le nombre d'entreprise créé

Nombre d'entreprise créé	Fréquence	Pourcentage (%)
1	12	40
2	10	33
3	05	17
4	03	10
Total	30	100

Source : Résultat de notre enquête

2.1.2.10. L'expérience professionnelle antérieure dans le même secteur d'activité

Nous constatons d'après les données du tableau n°24 qu'une très large majorité des entrepreneurs participants à notre enquête déclarent ne pas être issue du même secteur d'activité de son entreprise actuelle et cela à hauteur de 80%, soit 24 entrepreneurs sur les 30 que comporte notre échantillon alors que 20% des entrepreneurs sont issus du même secteur d'activité de leur entreprise actuelle soit 06 entrepreneurs.

Tableau 24 : L'expérience professionnelle antérieure dans le même secteur d'activité

Réponse	Fréquence	Pourcentage (%)
Oui	06	20
Non	24	80
Total	30	100

Source : Résultat de notre enquête

2.1.2.11. La profession du père

L'analyse des résultats portant sur la profession du père des entrepreneurs de notre échantillon indique que la moitié sont des entrepreneurs eux-mêmes, 27% sont des fonctionnaires alors que les retraités, les artisans et les sans professions sont faiblement représentés avec des proportions respectives de 10%, 10% et 03%. Le fait d'y avoir un père entrepreneur comme modèle influence positivement les intentions entrepreneuriales. Il est aussi fortement possible qu'une partie des entrepreneurs enquêtés ont succéder aux affaires de leurs pères.

Tableau 25 : La profession du père

Profession du père	Fréquence	Pourcentage (%)
Entrepreneur	15	50
Fonctionnaire	08	27
Retraité	03	10
Artisan	03	10
Sans profession	01	03
Total	30	100

Source : Résultat de notre enquête

2.1.2.12. La profession de la mère

L'analyse des résultats de la profession de la mère des entrepreneurs de notre échantillon compilés dans le tableau 26 montre qu'une écrasante majorité des mères sont sans professions soit 90%, tandis que les 10% restants sont des mères qui travaillent dans différents secteurs d'activité. La mère joue un rôle de soutien moral et encourage ses enfants à réussir dans leurs vies professionnelles en travaillant à leurs propres comptes.

Tableau 26 : La profession de la mère

Profession de la mère	Fréquence	Pourcentage (%)
Sans profession	27	90
Autre	03	10
Total	30	100

Source : Résultat de notre enquête

2.1.2.13. L'influence des parents

A partir des résultats présentés dans le tableau n°27, nous constatons qu'une forte proportion des entrepreneurs de notre échantillon a été influencée de leurs parents. En effet, ils sont 60% à avoir eu le soutien de leurs parents qui ont joué un rôle décisif dans leurs démarches entrepreneuriales. Néanmoins, 40% des entrepreneurs ont déclaré qu'ils n'ont pas subi une influence parentale pour la création de leurs affaires.

Tableau 27 : L'influence des parents sur les entrepreneurs

Réponse	Fréquence	Pourcentage (%)
Oui	18	60
Non	12	40
Total	30	100

Source : Résultat de notre enquête

2.1.2.14. La répartition selon les membres de la famille en affaire

Les résultats de notre enquête présentés dans le tableau n°28 montrent qu'une large majorité des entrepreneurs participants à notre enquête ne sont pas seul en affaire avec une forte proportion de 77%, soit 23 entrepreneurs sur 30 alors que 23% des participants déclarent être seul en affaire, soit 7 participants sur 30.

Tableau 28 : Etes-vous seul en affaire ?

Réponse	Fréquence	Pourcentage (%)
Oui	07	23
Non	23	77
Total	30	100

Source : Résultat de notre enquête

Le tableau n°29 illustre que les membres de la famille des entrepreneurs enquêtés sont dans les affaires. Principalement les frères et sœurs avec une forte proportion de 60% et

seulement 10 % déclare ont des parents entrepreneurs ; 07% déclarent avoir des membres de la famille en affaires autres que les parents et frères et sœurs. Enfin, 23% déclarent n'avoir aucun membre de leur famille exerçant la fonction d'entreprendre.

Tableau 29 : Les membres de la famille en affaires

Membre de la famille	Fréquence	Pourcentage (%)
Parents	03	10
Frères sœurs	18	60
Autre	02	07
Aucun	07	23
Total	30	100

Source : Résultat de notre enquête

2.2. Les motivations de l'entrepreneur à l'égard de la création des entreprises

Dans ce deuxième axe, nous allons présenter les facteurs qui ont incité les entrepreneurs à entreprendre.

2.2.1. La répartition selon l'origine de l'idée de la création de votre entreprise

L'analyse des résultats du tableau n°30 indique que les origines de l'idée de la création d'entreprise sont diverses, ainsi nous constatons qu'une proportion importante de 40% des entrepreneurs de notre échantillon ont eu l'idée de création de leurs entreprises à partir de la connaissance d'un projet semblable, ce qui leurs facilite l'acte entrepreneurial en imitant des projets déjà existants. Nous constatons aussi que les relations familiales et personnelles sont à l'origine de la création de 23% des entreprises participantes à notre enquête, ce qui confirme le rôle très important que joue la famille et les amis dans la création d'entreprises. 30% des entrepreneurs déclarent que leurs connaissances professionnelles sont à l'origine de la création de leurs entreprises. Finalement, seulement 07% ont eu recours aux bureaux d'études pour les conseiller et les orienter.

Tableau 30 : L'origine de l'idée de création d'entreprise

Origine de l'idée	Fréquence	Pourcentage (%)
Conseil d'un bureau d'étude	02	07
Relations professionnelles	09	30
Connaissance d'un projet semblable	12	40
Relation personnelle et familiale	07	23
Autre	00	00
Total	30	100

Source : Résultat de notre enquête

2.2.2. Les motivations à la création de votre entreprise

D'après les résultats du tableau n°31, plusieurs facteurs ont motivé les entrepreneurs de notre échantillon à se lancer dans les affaires. En effet, 13 soit 43.33% entrepreneurs ont affirmé avoir créé leurs entreprises afin d'être indépendant et autonome, la même proportion revient pour les autres entrepreneurs qui déclarent que la motivation principale pour se lancer dans un projet est de réaliser un rêve. En troisième position, on trouve ceux qui sont motivé par la création d'emploi que leurs entreprises généreront. Nous trouvons aussi qui ceux qui se sont lancés dans les affaires afin d'améliorer leurs situation financière 11 entrepreneurs, soit 36.66, suivi de ceux qui ont été motivé par l'expérience professionnel 06 entrepreneurs, soit 20%. Enfin, 10% soit 03 entrepreneurs sont motivé par l'imitation d'une réussite familiale.

Tableau 31 : Les raison qui ont motivé la création de l'entreprise

Les motivations	Fréquence	Pourcentage (%)
Etre indépendant et autonome	13	43.33
Expérience professionnelle	06	20
Imitation d'une réussite familiale	03	10
Echapper au chômage	00	00
Réaliser un rêve	09	30
Améliorer la situation financière	11	36.66
Relever un défi	13	43.33
Créer des emplois	12	40

Source : Résultat de notre enquête

2.2.3. La situation qui a déclenché le processus de création de l'entreprise

Les résultats du tableau n°32 illustrent que 14 entrepreneurs soit 46.66% ont déclaré que le point de départ dans la création de leurs entreprises a été une opportunité à saisir (Un ami proposant une association, un entrepreneur qui décide de vendre...etc.), 11 entrepreneurs soit 36.67% ont lancé leurs entreprises parce qu'ils avaient de l'argent à investir qui proviennent essentiellement de l'épargne personnelle et de capitaux familiaux. Nous retrouvons aussi ceux qui se sont lancé dans les affaire car la main d'œuvre est disponible sur la marché 03 entrepreneurs, soit 10%, suivi de ceux qui ont créer leurs entreprises à cause de l'insatisfaction qu'ils ont à l'égard de leur dernier emploi 02 entrepreneurs, soit 6.67%.

Tableau 32 : Les situations qui ont déclenché le processus de la création de l'entreprise

Les situations	Fréquence	Pourcentage (%)
Argent à investir	11	36.67
Perte d'emploi	00	00
Travail insatisfait	02	6.67
Disponibilité de la main d'œuvre	03	10
Opportunité	14	46.66
Temps libre	00	00
Total	30	100

Source : Résultat de notre enquête

2.2.4. La répartition selon les structures de financement des entreprises

Les résultats du tableau n°33 montrent que seulement une minorité d'entrepreneurs ont eu recours à un organisme public d'aide à la création avec une faible proportion de 10% soit 03 entrepreneurs sur les 30 que comporte notre échantillon. En effet, les entrepreneurs ont plutôt recouru au crédit bancaire 56.66%, soit 17 entrepreneurs, à l'épargne personnelle 23.33%, soit 07 entrepreneurs, à l'aide familiale 30%, soit 09 entrepreneurs et à l'emprunt chez les amis 6.66%, soit 02 entrepreneurs.

Tableau 33 : La structure de financement des entreprises enquêtées

Source	Fréquence	Pourcentage (%)
Aide familiale	09	30
Crédit bancaire	17	56.66
Epargne personnelle	07	23.33
Aide de l'état (ANSEJ, CNAC)	03	10
Emprunt chez les amis	02	6.66

Source : Résultat de notre enquête

2.2.5. La réalisation d'une étude de marché afin d'estimer les chances de la réussite du projet

Les résultats compilés dans les tableaux n°34 indiquent que la majorité des entrepreneurs de notre échantillon ont eu recours à une étude de marché avant la création de leurs entreprises avec une proportion de 63.33% soit 19 entrepreneurs sur 30 et cela afin de

connaître les opportunités et les faiblesses de leur projet et de minimiser les risques d'échec, alors que 36.67% des entrepreneurs n'ont pas fait cette étude de marché lors de la création de leurs affaires parce qu'ils ont repris l'activité de leurs parents .

Tableau 34 : La répartition selon l'étude de marché

Réponse	Fréquence	Pourcentage (%)
Oui	19	63.33
Non	11	36.67
Total	30	100

Source : Résultat de notre enquête

2.2.6. La répartition selon la satisfaction de l'étude de marche

D'après les résultats présentés dans le tableau n°35, nous constatons que parmi ceux qui ont eu recours à une étude de marché avant la création de leurs entreprises (19 entrepreneurs sur 30) le sentiment général approuvé par ces entrepreneurs à l'égard de l'utilité de cette étude de marché est positif. En effet, 10 entrepreneurs ont déclaré qu'elle est suffisante, 04 entrepreneurs l'ont trouvé largement suffisante, alors que seulement 05 entrepreneurs (sur 19 entrepreneurs) l'ont trouvé quant à eux insuffisante.

Tableau 35 : La satisfaction de l'étude de marche

Satisfaction	Fréquence	Pourcentage (%)
Insuffisante	05	26.32
Suffisante	10	52.63
Largement suffisant	04	21.05
Total	19	100

Source : Résultat de notre enquête

2.2.7. La répartition selon les caractéristiques favorisant le succès de l'entrepreneur en affaire

Les résultats que nous avons obtenu sur les caractéristiques favorisant le succès de l'entrepreneur dans les affaires illustrent que les caractéristiques les plus importantes aux yeux des entrepreneurs de notre échantillon sont savoir gérer ses affaires, être déterminé, savoir communiquer, avoir du leadership, être créatif et la prise de risque avec des proportions qui sont proche les unes des autres respectivement de 46,66%, 43,33%, 40%, 36,66% et 33,33% pour les deux dernières. Une minorité d'entrepreneurs ont opté pour les caractéristiques être rationnel et avoir de l'intention avec les proportions de 16,66% et 10 %d'une manière respectives.

CHAPITRE 3 : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUETE

D'après ces résultats, nous constatons que la plupart des entrepreneurs doivent être des managers, des innovateurs et des preneurs de risque pour qu'ils réussissent dans leur activité entrepreneuriale.

Tableau 36 : Les caractéristiques favorisent le succès de la personne en affaire

Les caractéristiques	Fréquence	Pourcentage (%)
Etre déterminé	13	43.33
Etre rationnel	05	16.66
Avoir de l'intention	03	10
Avoir de leadership	11	36.66
Prendre un risque	10	33.33
Savoir communiquer	12	40
Etre créatif	10	33.33
Savoir gérer	14	46.66

Source : Résultat de notre enquête

2.2.8. Les facteurs qui ont aidé les entrepreneurs à choisir le secteur d'activité

L'analyse des facteurs déterminants dans le choix du secteur d'activité dont les résultats sont compilés dans le tableau n°37 indique que la majorité des participants à notre enquête estiment qu'un secteur porteur à long terme est le facteur le plus déterminant dans le choix d'un secteur d'activité soit 19 entrepreneurs, ce qui donne 63,33%. Ces derniers ont fait leur choix d'une manière à assurer la pérennité et la continuité de leur projet. Nous retrouvons aussi ceux qui pensent que le facteur principal est l'existence du savoir-faire et d'expériences antérieurs soit 30 % (09 entrepreneurs). 08 entrepreneurs soit 26,66% ont déclaré avoir choisi un secteur d'activité parce qu'il est caractérisé par un fort taux de rentabilité et lui permet de créer de la richesse. 07 entrepreneurs soit 23,33% ont répondu qu'ils n'ont pas fait un choix car ils ont repris une entreprise familiale. Finalement, une minorité d'entrepreneurs, soit 13,33% c'est-à-dire 04 entrepreneurs ont choisi un secteur d'activité vierge en raison de l'absence de concurrents.

Tableau 37 : Les déterminants du choix de secteur d'activité

Les déterminants	Fréquence	Pourcentage (%)
Savoir-faire et expérience antérieur	09	30
Un fort taux de rentabilité	08	26.66
Secteur porte à long terme	19	63.33
Entreprise familiale	07	23.33
Pas de concurrents	04	13.33

Source : Résultat de notre enquête

2.2.9. Les raisons qui ont contribué au choix de la dimension du projet

Les résultats du tableau n°38 montrent les raisons qui ont contribué au choix de la dimension du projet. Une large majorité des entrepreneurs enquêtés (70%, soit 21 entrepreneurs), ont déclaré avoir créé des micros et petites entreprises au début de leurs carrières entrepreneuriales afin de mieux gérer l'entreprise et limiter le risque d'échec. Pour eux « débiter petit pour devenir grand » est la raison principale du choix de la dimension de leurs projets. Ils estiment que c'est avec le temps, la persévérance et l'expérience que grandit l'entreprise. 23.33% (07 entrepreneurs) déclarent qu'ils n'ont pas les capitaux et les locaux nécessaires pour se lancer dans une grande entreprise. 16.66% (05 entrepreneurs) considèrent que limiter les risques en cas d'échec est la raison principale dans le choix du dimensionnement de leurs entreprises alors que 13.33% des entrepreneurs de notre échantillon (04 entrepreneurs) estiment que l'indisponibilité des matières premières est la raison de la dimension de leurs entreprises. Finalement, 10% (03 entrepreneurs) ont créé des entreprises de petite taille pour faciliter la gestion.

Tableau 38 : Les raisons qui ont contribué au choix de la dimension du projet

Les raison	Fréquence	Pourcentage (%)
Capitaux limités et locaux limités	07	23.33
Faciliter la gestion	03	10
Indisponibilité de la matière première en grande quantité	04	13.33
Limiter les risques en cas d'échec	05	16.66
Débiter pour devenir grand	21	70

Source : Résultat de notre enquête

2.2.10. La répartition selon les opportunités environnementales qui ont favorise la création

En plus des caractéristiques de l'entrepreneur, il existe des facteurs environnementaux qui déterminent l'acte d'entreprendre. Parmi ces facteurs, nous avons les agglomérations urbaines de taille importante qui représente le facteur le plus important dans l'implantation de l'activité d'après nos résultats ; il a été choisi par 12 entrepreneurs soit 40 % des enquêtés et cela s'explique par l'existence d'un marché en amont (fournisseurs) et en aval (clients) ainsi que les avantages qui se présentent au sein de ces agglomérations tel que les infrastructures de base. La proximité d'autres activités constitue le deuxième facteur qui a été choisi par 11 entrepreneurs soit 36.66% ; il présente des atouts certains et favorise des contacts directs avec d'autres entrepreneurs.

CHAPITRE 3 : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUETE

Cette proximité permet aussi de bénéficier d'une forme de publicité, être connu par des clients ou des fournisseurs. Le facteur infrastructures développés a été privilégié par 10 entrepreneurs soit 33.33 % des enquêtés. Dans la majorité des cas il s'agit des entreprises implantées dans la commune de Bejaia car elle constitue un grand pôle d'attractivité. Finalement, le dernier facteur portant sur les avantages fiscaux a été choisi uniquement par 06 entrepreneurs soit 20% de notre échantillon.

Tableau 39 : Les opportunités environnementales favorisant la création

Les opportunités	Fréquence	Pourcentage (%)
Agglomération urbain importante	12	40
Proximité d'autre activité	11	36.66
Infrastructures développées	10	33.33
Avantages fiscaux	06	20

Source : Résultat de notre enquête

2.2.11. L'attachement à la région d'implantation

Les résultats du tableau n°40 montrent qu'une large majorité des entrepreneurs ont manifesté un attachement important à leurs régions. En effet, ils sont 83.34% (soit 25 entrepreneurs) à avoir manifesté un sentiment très important d'attachement à leurs régions d'origine. En effet, ils déclarent que c'est à cause de cet attachement culturel et social qu'ils n'ont pas investi dans d'autres régions que celles de notre périmètre d'étude. Il faut dire que la connaissance du milieu à travers les relations de confiance, d'entraide et de réciprocité, peut être un facteur favorable face à la fragilité de certaines entreprises. Ils sont cependant 05 entrepreneurs (soit 16.66%) à ne pas avoir manifesté de sentiments particuliers quant à leurs régions d'origine.

Tableau 40 :L'attachement à la région d'implantation

Attachement	Fréquence	Pourcentage (%)
Moins important	05	16.66
Important	18	60
Très important	07	23.34
Total	30	100

Source : Résultat de notre enquête

2.2.12. Les facteurs à l'origine de la localisation des entreprises

Le tableau n°41 permet de présenter les résultats de notre enquête concernant le choix de la localisation. Nous avons constaté que 40% des entreprises de notre échantillon (12 entrepreneurs) ont été localisé là où il existe un nombre important d'entreprises clientes ce qui s'explique par l'existence du marché aval (débouchés/clientes). En deuxième position, on retrouve le facteur relatif à la proximité d'un nombre important d'entreprises dont le secteur est complémentaire avec une proportion de 30% (09 entrepreneurs) suivi de ceux qui ont opté pour le facteur lié à l'existence d'un nombre important d'entreprises fournisseurs et cela à hauteur de 23.33% (07 entrepreneurs). En effet, ils estiment que l'accès aux matières premières est un facteur très important dans le choix de la localisation. En quatrième position on retrouve que 20% des enquêtés (06 entrepreneurs) ont préféré de s'installer à proximité d'entreprises du même secteur, suivi de ceux qui ont choisi de se localisé là où il n'y a pas de concurrents avec la même proportion précédente. En effet, la concurrence devient de plus en plus ardue lorsque plusieurs entreprises de même secteur activent dans un périmètre relativement réduit et les entrepreneurs préfèrent éviter cela, concernant le secteur vierge, certaines activités n'existant pas encore représentent une occasion d'investissement à saisir en offrant des créneaux d'investissements non encore exploites. Finalement, 10% (03 entrepreneurs) ont opté pour d'autres facteurs.

Tableau 41 : Les facteurs à l'origine de la localisation des entreprises

Les facteurs	Fréquence	Pourcentage (%)
Proximité d'un nombre important d'entreprise du même secteur	06	20
Proximité d'un nombre important d'entreprise dont le secteur est complémentaire	09	30
Proximité d'un nombre important d'entreprises fournisseurs	07	23.33
Proximité d'un nombre important d'entreprise clientes	12	40
Le secteur choisi est vierge	06	20
Autre	03	10

Source : Résultat de notre enquête

2.2.13. Les principales contraintes rencontrées par les entrepreneurs

D'après les résultats compilés dans le tableau n°42, nous constatons que 20 entrepreneurs (soit 66,66%) ont déclaré que les lenteurs administratives et les contraintes réglementaires désavantagent l'initiative d'entreprendre et limitent la volonté des

CHAPITRE 3 : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUETE

entrepreneurs débutant. 14 entrepreneurs (soit 46,66%) ont rencontrés des difficultés d'ordre financières. En effet, les entreprises de notre échantillon souffrent énormément du manque de collaboration et de l'absence d'intégration des institutions financières. Ces entreprises souffrent aussi de la concurrence déloyale et cela à hauteur de 40% (soit 12 entrepreneurs). En effet, le marché de l'informel à tendance à croître de manière exponentielle.

10 entrepreneurs (soit 33,33%) estiment quant à eux souffrir du manque de main d'œuvre qualifiée. D'autres contraintes ont été avancés par nos entrepreneurs comme : le foncier industriel (07 entrepreneurs soit 23,33%), l'approvisionnement en matières premières (09 entrepreneurs soit 30%) ainsi que la fiscalité et les charges sociales (5 entrepreneurs soit 16,66%).

Tableau 42 : Les principales contraintes rencontrées

Type de contraintes	Fréquence	Pourcentage (%)
Les lenteurs administratives et les contraintes réglementaires	20	66.66
Les sources de financement	14	46.66
La concurrence déloyale et l'informel	12	40
Le foncier industriel	7	23.33
La fiscalité et les charges sociales	5	16.66
L'approvisionnement en matières premières	09	30
Le manque de main d'œuvre qualifiée	10	33.33

Source : Résultat de notre enquête

2.2.14. Les propositions des entrepreneurs

Les principales propositions des entrepreneurs participants à notre enquête par rapport aux différentes contraintes discutés dans le tableau n°42 se résument dans ce qui suit :

- Améliorer les services administratifs ;
- Faciliter l'accès au financement ;
- Faciliter l'accès au foncier industriel ;
- L'accès aux infrastructures ;
- Lutte contre la concurrence déloyale, le marché informel et la contrefaçon ;
- Lutte contre les problèmes d'approvisionnement en matières premières ;

Meilleure implication de l'Etat dans son rôle de régulateur

Conclusion

En Algérie, la création d'entreprise est passée par différentes étapes à travers le temps. L'entrepreneuriat privé a subi des mutations depuis l'indépendance jusqu'à aujourd'hui. Par ailleurs, afin d'encourager l'initiative privée, l'Etat algérien a mis à la disposition des entrepreneurs des organismes de soutien pour les aider à créer leur propres entreprises, par conséquent, l'environnement institutionnel algérien présente inévitablement des points forts, grâce aux différents dispositifs d'aides, malgré cela, la lourdeur et la complexité des procédures administratives demeurent un obstacle persistant.

Après avoir présenté la région de notre étude, nous sommes rendu compte que la wilaya de Bejaia dispose d'un tissu industriel important où toutes les branches d'activités sont présentes. En effet, les données statistiques montrent que le secteur de la PME au niveau de la wilaya du Bejaia a fait, ces dernières années, une avancé considérable par rapport aux années précédentes.

Cette dynamique du secteur privé, à travers notre échantillon, est due pour une large part à la disponibilité des capitaux à investir, qui proviennent essentiellement de la fortune familiale. Notre étude montre que les entrepreneurs sont influencés par les parents. De plus, le fait d'avoir dans la famille des modèles d'entrepreneurs (parents, frères, sœur) constitue un facteur déterminant dans l'engagement dans les affaires.

Il ressort de cette enquête, que la plupart des entrepreneurs ont un fort sentiment d'indépendance et d'autonomie et la volonté d'être le chef de son entreprise. Cette caractéristique est considérée comme le motif le plus motivant pour se lancer en affaire. Il est à noter que pour réussir en affaires, les entrepreneurs doivent être de bons managers (savoir gérer et communiquer et être déterminé), innovateurs (être créatif) et preneurs de risque.



Conclusion Générale

Conclusion générale

Tout au long de ce travail, nous avons essayé d'apporter des réponses pour notre question de départ à savoir : « Quels sont les déterminants de la création d'entreprise dans la wilaya de Bejaia : Cas des communes de Bejaia et d'El kseur ? ». Tout d'abord, nous avons élaboré un éclairage théorique sur les concepts de l'entrepreneuriat et celui de l'entrepreneur. L'entrepreneuriat est un phénomène qui se manifeste par deux forces, l'une liée à l'acte d'entrepreneuriat qui est souvent associé à la création d'entreprise et l'autre force est liée à l'ensemble des activités de l'entrepreneur qui vise à créer, maintenir et à développer une entreprise. Puis, nous avons présenté les résultats de l'enquête que nous avons collectée auprès d'un échantillon de 50 entrepreneurs privés dans les deux communes de Bejaia et d'El Kseur.

La création d'entreprise devient aujourd'hui un outil primordial du développement pour tous les pays, surtout au moment où la mondialisation est devenue une fatalité. C'est une source de richesse, elle participe à l'essor du secteur privé et elle joue un rôle décisif dans la lutte contre le chômage. L'entrepreneuriat apparait comme un phénomène complexe, multidimensionnel et assez difficile à cerner. Il existe une multitude de définitions des termes « entrepreneur » et « entrepreneuriat », chacune renferme un certain degré de pertinence. Il en découle qu'il n'y a pas vraiment une seule « bonne » définition. En général, l'entrepreneuriat est le processus qui conduit un entrepreneur à la création d'entreprise. L'entrepreneur est l'acteur principal, il a un rôle particulier et indispensable dans l'évolution du système économique. Il est très souvent à l'origine des innovations, sa réussite est conditionnée par le caractère novateur de ses idées. Il est motivé par des besoins qu'il cherche à satisfaire et qui sont déterminés par des caractéristiques personnelles ou bien par des éléments de son environnement : économique, familial et culturel.

La région de Bejaia, notre lieu d'enquête, dispose d'un tissu industriel important où toutes les branches d'activités sont présentes. Le parc des entreprises privées a connu une évolution croissante ces dernières années. En effet, cette évolution est le résultat de l'interaction de plusieurs facteurs liés aux opportunités et aux potentialités individuelles, à l'environnement économiques, aux interventions de l'Etat et aux aspects culturels.

L'apport de notre travail se matérialise essentiellement dans la compréhension et l'identification de profil entrepreneurial des créateurs d'entreprises de la région de Bejaia.

En terme de résultats, nous pouvons dire que, la majorité des entrepreneurs de la région de Bejaia sont originaires de la ville elle-même, ils préfèrent de contribuer au

CONCLUSION GENERALE

développement local de leur région (participer à l'activité économique, créer de richesse et d'emploi). Ces créateurs sont des hommes, mariés et âgés de plus de 41 ans, ayant des diplômes universitaires. Ceci montre que les études et les formations en entrepreneuriat et gestion des entreprises poursuivies par ces entrepreneurs ont un impact positif sur leur décision de création d'entreprise. Donc, l'université constitue un lieu qui permet de favoriser l'émergence de l'esprit d'entreprise, en d'autres termes l'intention entrepreneuriale et d'acquérir des connaissances nécessaires pour le développement d'une activité entrepreneuriale.

Il ressort également de notre enquête que la plupart des entreprises de notre échantillon ont été créées dans les années 2000 et que la forme juridique dominante est la SARL.

Les entrepreneurs enquêtés sont souvent issus d'un milieu familial qui favorise la fonction entrepreneuriale. En effet, la famille exerce une influence considérable sur l'entrepreneur en lui imprégnant l'esprit d'entreprise. On peut dire que la famille constitue, dans la plupart des cas, le pivot du projet entrepreneurial, puisque celle-ci exerce souvent une influence sur l'entrepreneur en lui fournissant les capitaux nécessaires, le soutien moral qui est important pour le démarrage de son projet et s'impliquant davantage dans la gestion de l'entreprise. Donc, le lien familial demeure un facteur déterminant de l'acte d'entreprendre ce qui affirme notre première hypothèse.

Cette dynamique du secteur privé, à travers notre échantillon, est due pour une large part à la disponibilité des moyens de financement (crédit bancaire et aide familiale) qui permet aux entrepreneurs de se lancer en affaire (hypothèse vérifiée). Notre étude montre que les enquêtés sont motivés, principalement, dans leur acte d'entreprendre par la recherche d'autonomie, le gain d'argent et la volonté de créer de l'emploi. Il est à noter que les caractéristiques les plus importantes pour réussir en affaires est savoir gérer, être créatif et preneur de risque.

La proximité géographique fait que le choix de la localisation soit en effet important. Puisque, la majorité des entreprises enquêtées se sont localisées au niveau des agglomérations urbaines, à proximité des zones d'activité.

Malheureusement les contraintes de rigueur par ce même environnement sont principalement d'ordre administratif (complexité et lenteur des procédures administratives), d'ordre financières, en effet, les entreprises de notre échantillon souffrent énormément du manque de collaboration et de l'absence d'intégration des institutions financières (rigidité des banques). Ces entreprises souffrent aussi de la concurrence déloyale, le manque de la main

CONCLUSION GENERALE

d'œuvre qualifiée. En fait, Les principales propositions avancées par les entrepreneurs privés enquêtés sont : améliorer des services administratifs ; facilité l'accès au financement et mettre une politique favorisant la baisse du prix du foncier.

Liste des Bibliographies

Ouvrage :

1. BOISLANDELLE H. M, « Dictionnaire de gestion : vocabulaire, concept et outils, Economica, Paris, 1998.
2. BORDERIE A., « financer les PME autrement », édition maxima, paris, 1998.
3. BOUTILLIER S, « l'économie de l'entrepreneur ou l'entrepreneur deux ex machina du capitalisme », n°146, mars 2007, P 6 ; «l'entrepreneur dans la théorie économique», Problèmes économiques, n°2482,1996.
4. BOUTILLIER. S et UZUNIDIS. D : « L'entrepreneur : une analyse socio-économique », Editions Economica, Paris, 1995.
5. CANTILLON R, « Essai sur la nature du commerce en général », Ed. I.N.E.D, Paris, 1997.
6. FAYOLLE. A, « Entrepreneuriat ; apprendre à entreprendre », DUNOD, 2004.
7. FAYOLLE. A, « Le métier de créateur », Editions d'Organisation, 2003.
8. FAYOLLE A., DEGEORGE J.M., « dynamique entrepreneuriale : le comportement de l'entrepreneur », de boeck, Bruxelles, 2012.
9. FENOUILLET F., « La motivation », Edition Dunod, éd, 2eme, 2012.
10. GASSE yvon, « Stratégie Création et gestion d'une nouvelle entreprise le projet d'entreprise », éd e-theque, 2002.
11. HISRICH R D. et PETERS M P., « Entrepreneurship : Lancer, élaborer et gérer une entreprise », Ed. economica, Paris, 1991.
12. JULIEN. P.A et MARCHESNAY. M ; « L'entrepreneuriat », Economica, Paris, 1996.
13. LEGER J.C. « Le grand livre de l'entrepreneuriat », Dunod, 2013.
14. LORRIAUX J.P. : « Economie d'entreprise », Ed Dunod, Paris, 1991.
15. MAUGERI, Salvatore « Théories de la motivation au travail », Edition Dunod, 2013.
16. MESSEGHEM Karim, « L'entrepreneuriat », édition EMS Edition, 2011.
17. MICHEL C, « entrepreneuriat », publié par pearson education, Paris, 2009.
18. SCHUMPETER J. A., « théorie de l'évolution économique », Ed. Dalloz, Paris, 193.
19. TORRES O., « PME de nouvelles approches », édition economica, paris, 1998.
20. VERSTRAETE T, « Histoire d'entreprendre-les réalités de l'entrepreneuriat », ED, EMS, 2000. ; « Esprit entrepreneurial et cartographie cognitive : utilisations académique, pratiques et pédagogique de l'outil », Colloque Euro PME, Rennes, 1998.

LISTE DES BIBLIOGRAPHIES

21. WITTERWULGHE R., « la P.M.E : une entreprise humaine », département de Boeck Université, 1998, P 26.

Thèses et mémoires :

1. BERBER Nawel, « l'entrepreneuriat en Algérie. Cas de la wilaya d'Oran » mémoire de magister en management, Oran, 2013.
2. DIAMANE, Mounia, « Les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat », Ecole Doctorale du Groupe ISCAE Casablanca, Maroc.
3. REDOUANE .A, « développement des PME et promotion des exportations : quelle perspectives pour l'Algérie ? cas de la wilaya de Bejaia », mémoire de magister en science économie, UAM de Bejaia, 2009.
4. TOUNES A, « l'intention entrepreneuriale ; une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE » thèse de doctorat en science de gestion, université de Rouen, 2003.

Articles et revues :

1. AKNINE soudi Rosa, « Entrepreneuriat et création d'entreprise en Algérie : une lecture à partir des dispositifs de soutien et d'aide à la création des entreprises », Revue des Sciences Économiques et de Gestion, n°14, 2014.
2. ALBERT, P., MOUGENOT, P. ; « La création d'entreprise », Revue Française de Gestion. Marzo - abril - mayo, Paris 1988.
3. Annuaire statistique de la wilaya de Bejaia (DPSB) 2013.
4. BERCHICHE A. : « typologie des sociétés commerciales avantages et inconvénients », In mutation revue trimestrielle, Ed CNCA, 1999, .p.39-44.
5. Carland, J.W., Hoy, F., Carland, J.A. « Who is an entrepreneur? » is a question worth asking, American journal of small business, spring 1988, and p.33-39.
6. COLOT Olivier : « expliquer le phénomène entrepreneuriat, les variables environnementales », in Cahier de la recherche de l'ISC, paris CRISC N°17 Actes du colloque entrepreneuriat : Nouveaux comportement, 11 juin 2007..
7. FILION L.J., « le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendance » revue internationale PME, vol. 10, N°02, 1997.
8. FONROUGE Cécile. « Entrepreneur / manager : deux acteurs d'une même pièce », Université d'Evry, site internet : <http://www.strategie-aims.com/actes02/Fichiers/fonrouge.pdf>.

LISTE DES BIBLIOGRAPHIES

9. Gartner, W.B. What are we talking about when we talk about entrepreneurship, Journal of business venturing, vol. 5, n°1, janvier 1990, p. 15-28.
10. Jean-Charles Cachon, « Entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi », Site internet : <https://zone.biblio.laurentian.ca/bitstream/10219/229/1/Cachon%20RNO%2013-14.pdf>.
11. LABEAUME. R, « Types d'entrepreneuriat », site internet : <http://www.defi.gouv.qc.ca>.
12. PATUREL R, JAZIRI R, « une vision renouvelée des paradigmes de l'entrepreneuriat : vers une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat », colloque sur entrepreneuriat et entreprise : nouveaux enjeux et nouveaux défis, Gafsa, 2009.
13. TAOUAB, Omar, « essai empirique sur les déterminants de l'acte entrepreneuriale dans le secteur textile marocain », vol 10, 2014.
14. VESTRAETE. T et FAYOLLE. A : « Paradigmes et entrepreneuriat », Revue de l'entrepreneuriat, vol 4, n°1, 2005.
15. VESTREATE T, « Entrepreneuriat : modélisation du phénomène », revue de l'entrepreneuriat, vol 1, n° 1,2001

Règlements et textes juridiques :

1. La loi d'orientation sur la promotion de la petite et moyenne entreprise/petite et moyenne industrie décembre 2001
2. L'ordonnance N° 01/03 du 20/08/2001, relative au développement de l'investissement.
3. L'ordonnance et la loi d'orientation N° 01/18 du 12/12/2001, sur la promotion de la PME.

Sites internet :

1. http://www.foad-mooc.auf.org/IMG/pdf/Chapitre_1_module_1.pdf,
2. www.ansej.org.dz.
3. www.angem.dz/home.php.
4. <http://www.entreprendre-mediterranee.com/pays/cnac.htm> .
5. <http://www.andi.dz/fr/>.
6. www.angem.dz/home.php.



Annexes

Annexe 01 : Questionnaire

Dans le cadre de la réalisation d'un mémoire de Master en sciences de gestion, concernant la problématique de l'activité entrepreneuriale dans la wilaya de Béjaïa, nous procédons au lancement d'une enquête auprès d'un échantillon d'entreprises.

Convaincu que votre contribution sera d'un apport considérable et viendra enrichir la qualité de cette recherche, nous vous prions de bien vouloir répondre à toutes les questions qui suivent. Les informations recueillies auront une finalité strictement scientifique et nous nous engageons à garantir l'anonymat de l'entrepreneur et de son entreprise.

Nous vous remerciant à l'avance pour la précision de vos réponses et pour la contribution que vous voudriez bien apporter à cette étude, veuillez, agréer, madame/monsieur l'expression de notre haute considération.

Le profil de l'entreprise et l'entrepreneur

A) Identification de l'entreprise

1. **Nom ou raison sociale**

2. **la forme juridique de votre entreprise :**

EURL SARL SPA SNC E. individuelle

3. **Le siège social de votre entreprise :**

4. **Secteur d'activité de votre entreprise :**

5. **Date de création de votre entreprise :**

6. **La taille de votre entreprise selon les catégories suivantes**

Micro entreprise (1 à 9 salariés) Petite entreprise (10 à 49 salariés)

Moyenne entreprise (50 à 249 salariés) Grande entreprise (250 à 999 salariés)

7. **Nombre d'employés (autre qu'associés) :**

B) **Les informations concernant l'entrepreneur :**

08. **Sexe :** Masculin Féminin

09. **Age :**

10. **Situation matrimoniale :**

Célibataire Marié Divorcé veuf

11. **Vous êtes, parmi les enfants de la famille :**

L'ainé (e) A un rang intermédiaire Cadet (te)

12. **Etes-vous originaire :**

Bejaïa D'autres communes D'autre wilaya D'un pays étranger

13. **Niveau d'instruction :**

Aucun Primaire Moyen Secondaire Université

Formation professionnel

Autre (précisez)

14. **Situation professionnelle de l'entrepreneur avant la création de l'entreprise**

Employé Etudiant Stagiaire Chômeur

Chef d'une autre entreprise

15. **Le stock de connaissances dont vous disposez provient-il de :**

La vie familiale % La vie scolaire % La vie professionnelle %

16. **Combien d'entreprises avez-vous créées ?**

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

Oui

Non

Si c'est oui, pour combien de temps.....

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

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

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

Oui

Non

21. êtes-vous le seul en affaires dans la famille ?

Oui

Non

Si la réponse est NON, lesquels ?.....

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

22. Comment est venue l'idée de créer votre entreprise ?

Conseil d'un bureau d'étude

Connaissance d'un projet semblable

Relations professionnelles

Relation personnelle et familiale

Si autre, (précisez)

23. Quels sont les facteurs qui ont motivé (encouragé) la création de votre entreprise ?

Etre indépendant et autonome

Réaliser un rêve

Expérience professionnelle

Améliorer votre situation financière

Imitation d'une réussite familiale

Relever un défi

Echapper au chômage

Créer des emplois

Autres, (précisez).....

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

Argent à investir

Travail insatisfaisant

Opportunité

Perte d'emploi

Disponibilité de la main d'œuvre

Temps libre

Autre (précisez).....

25. Comment avez-vous financé votre projet ?

Aide familiale

Épargne personnelle

Crédit bancaire

Aide de l'état (ANSEJ, CNAC...)

Emprunts chez des amis

Autres, (précisez).....

26. Avez-vous réalisé une étude de marché avant le lancement de votre projet ?

Oui

Non

Si oui, est-elle :

Insuffisante

Suffisante

Largement suffisante

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

Etre déterminé

Avoir du leadership

Etre créatif

Etre rationnel

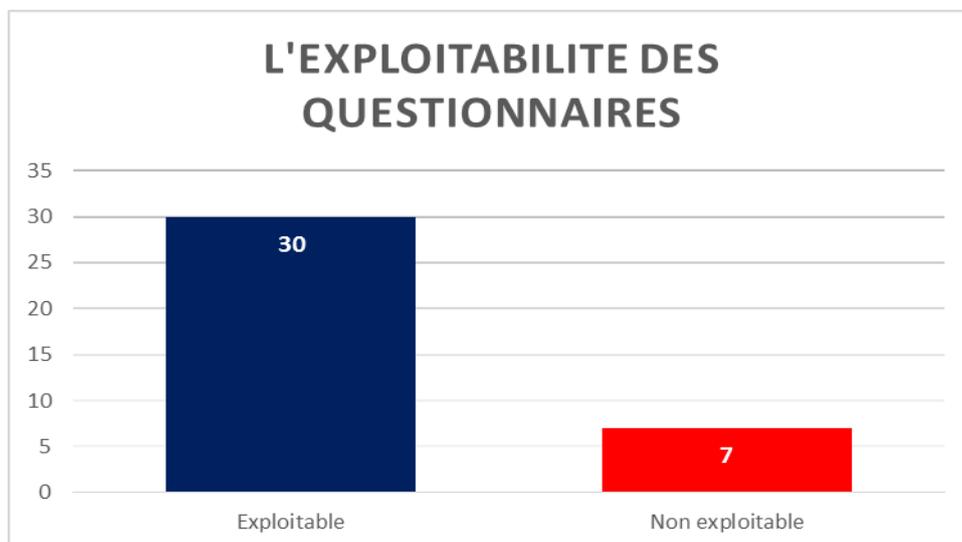
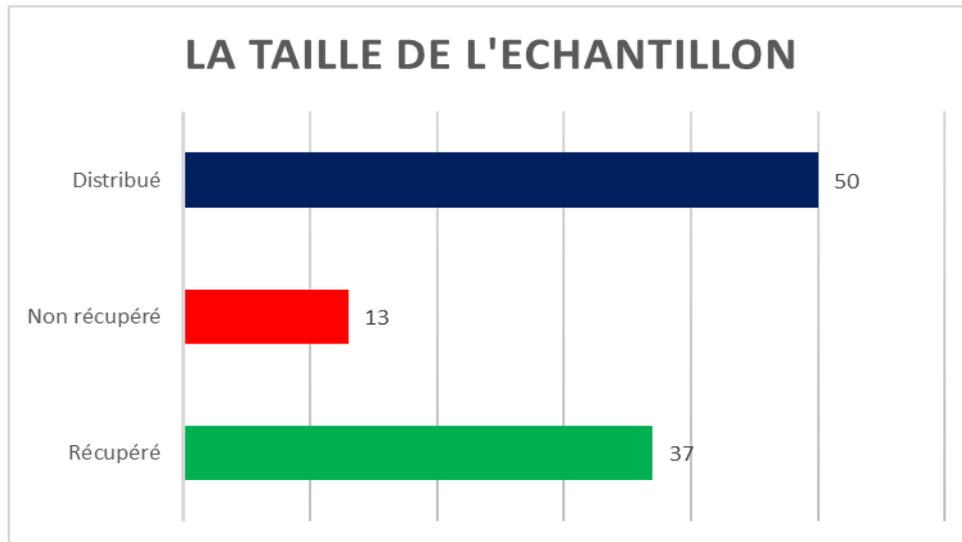
Prendre un risque

Savoir gérer

Avoir de l'intuition

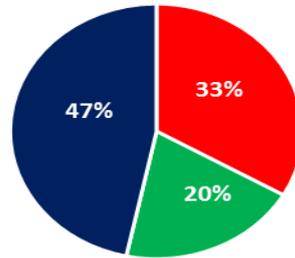
Savoir communiquer

Annexe 2 : Les Graphes

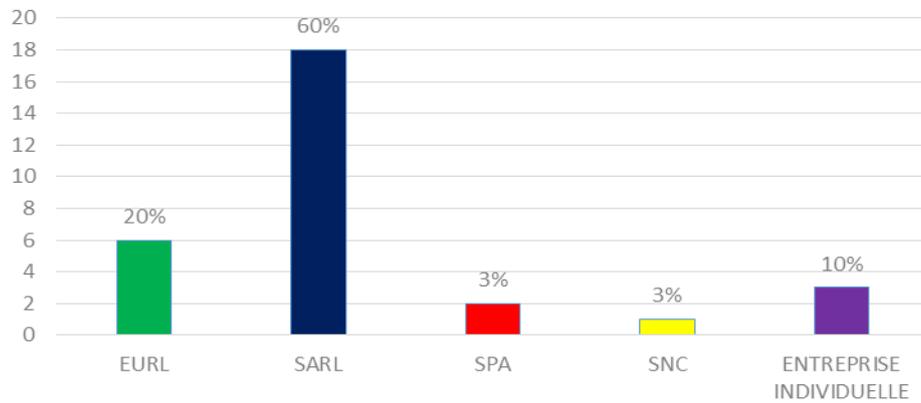


REPARTITION DE L'ECHANTILLON PAR BRANCHE D'ACTIVITE

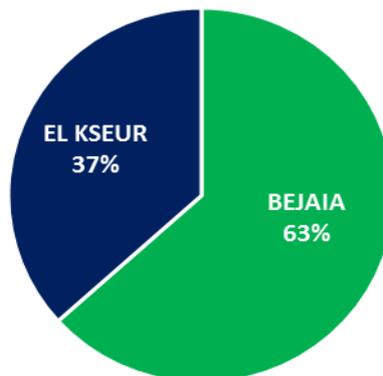
■ Service ■ Bâtiment et travaux publique ■ Industrie et autres

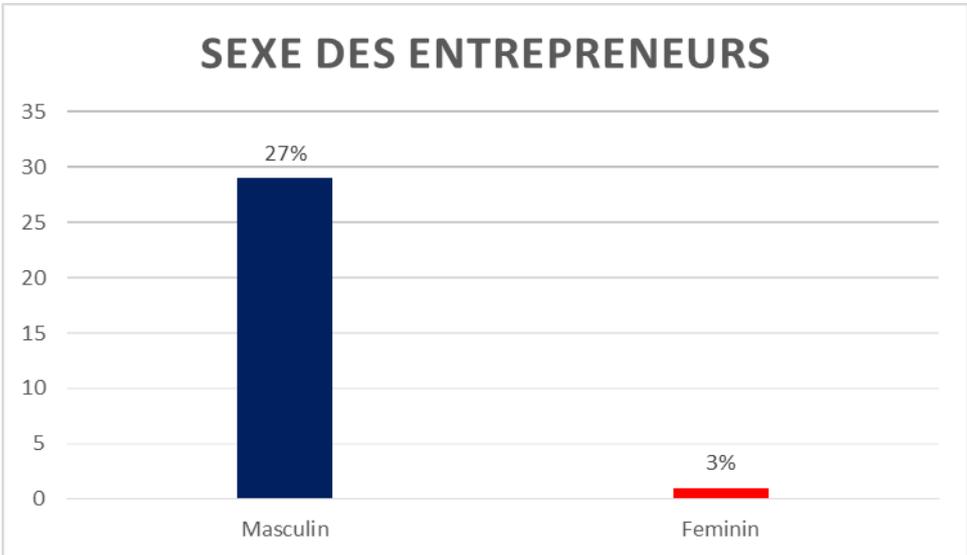
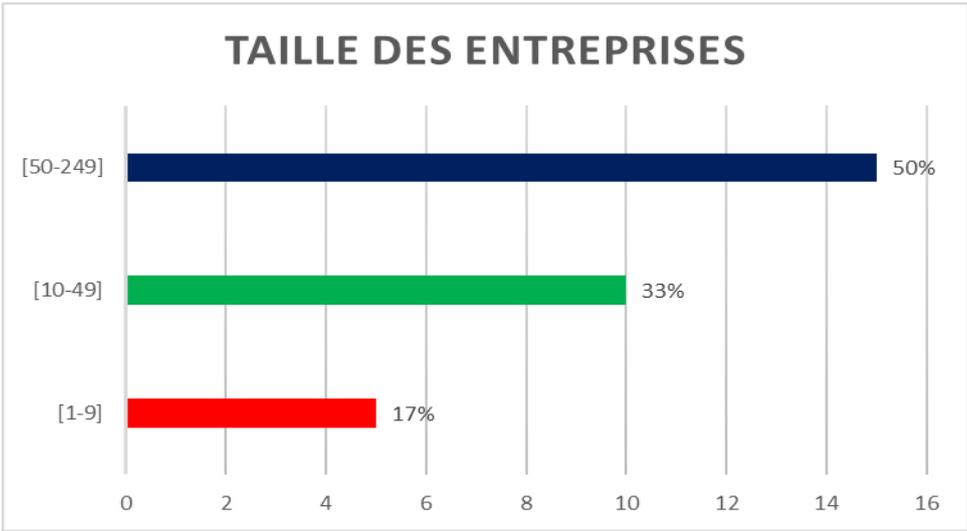
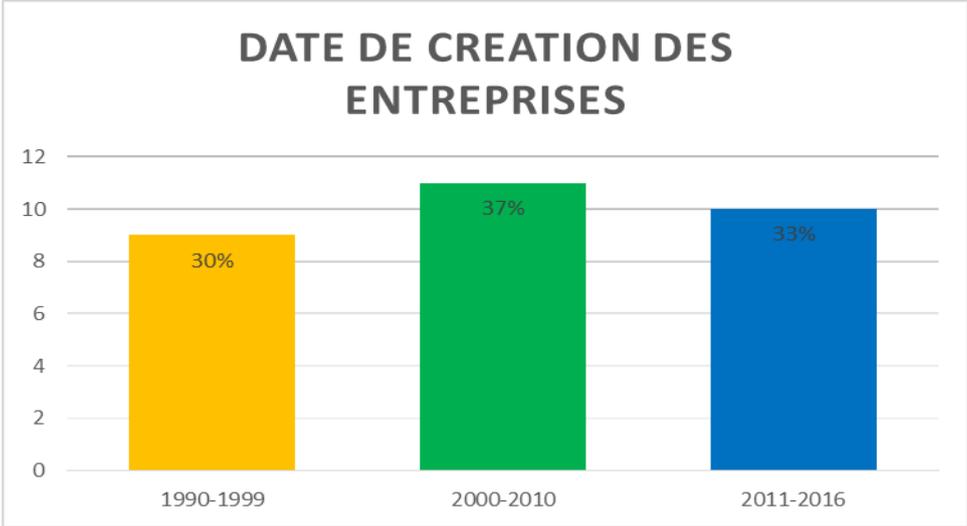


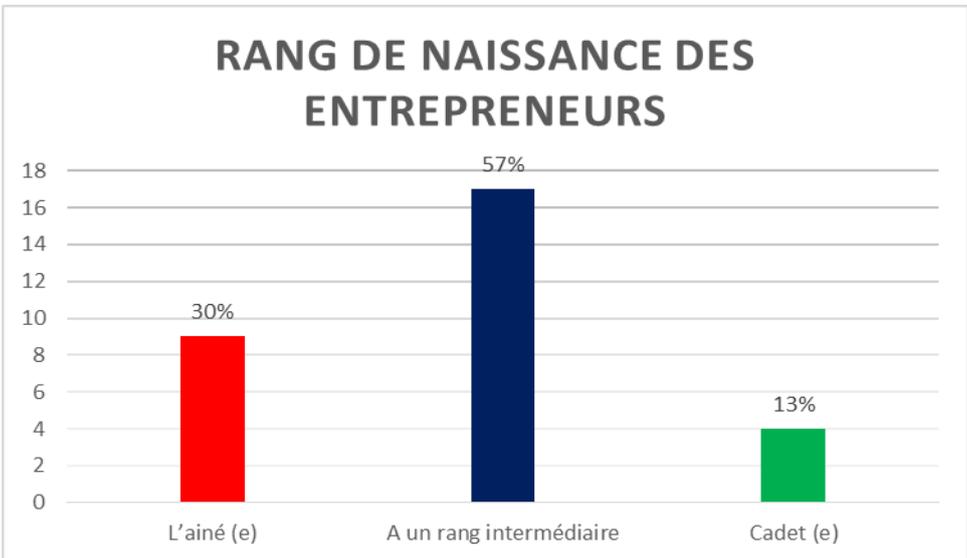
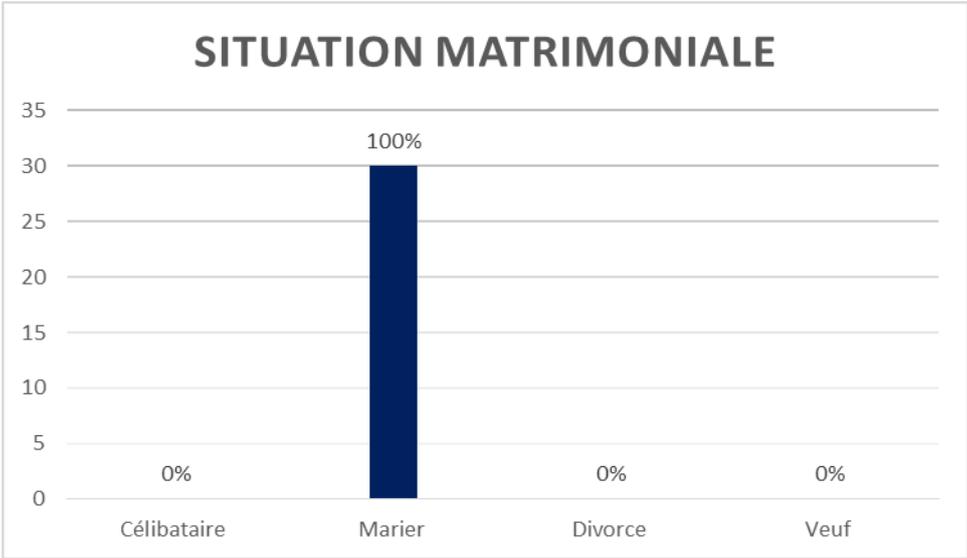
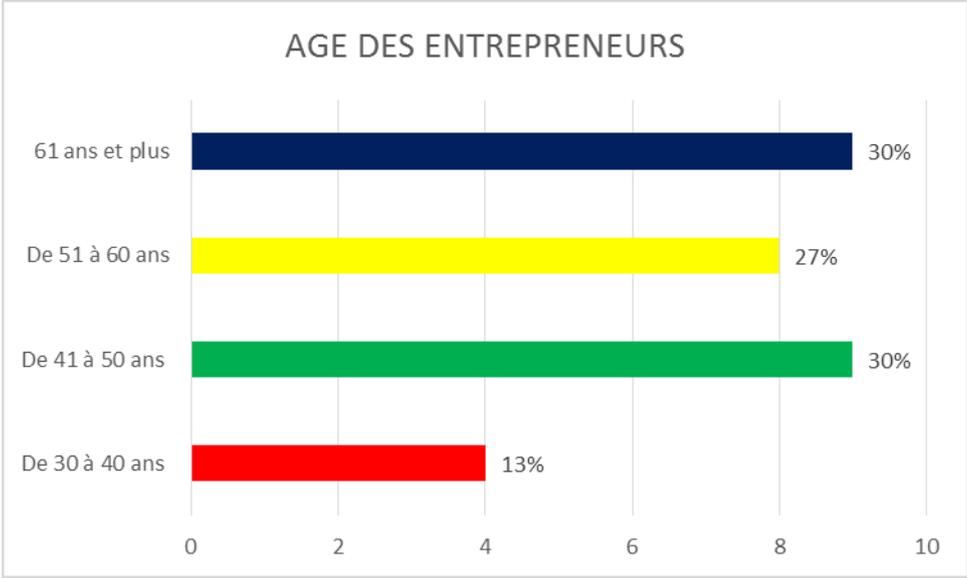
REPARTITION DES ENTREPRISES SELON LA FORME JURIDIQUE

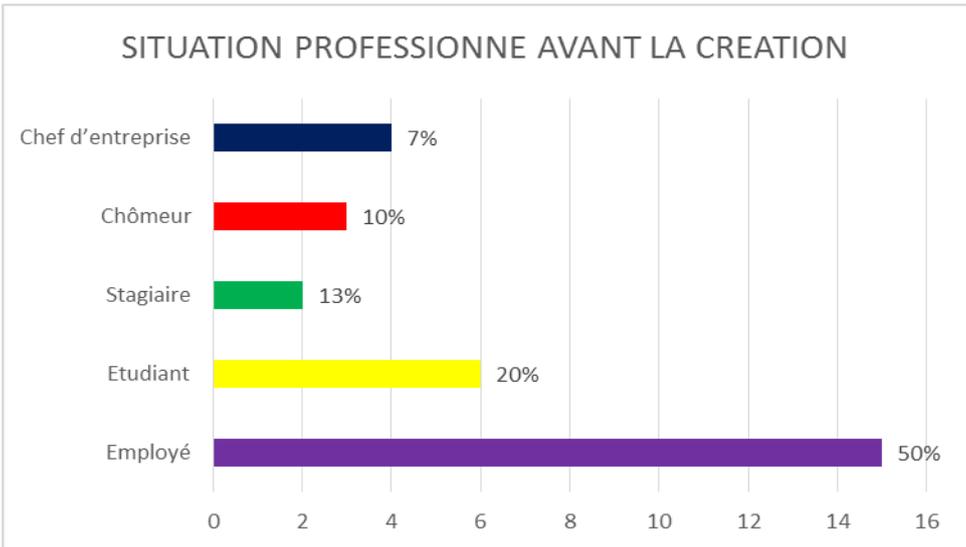
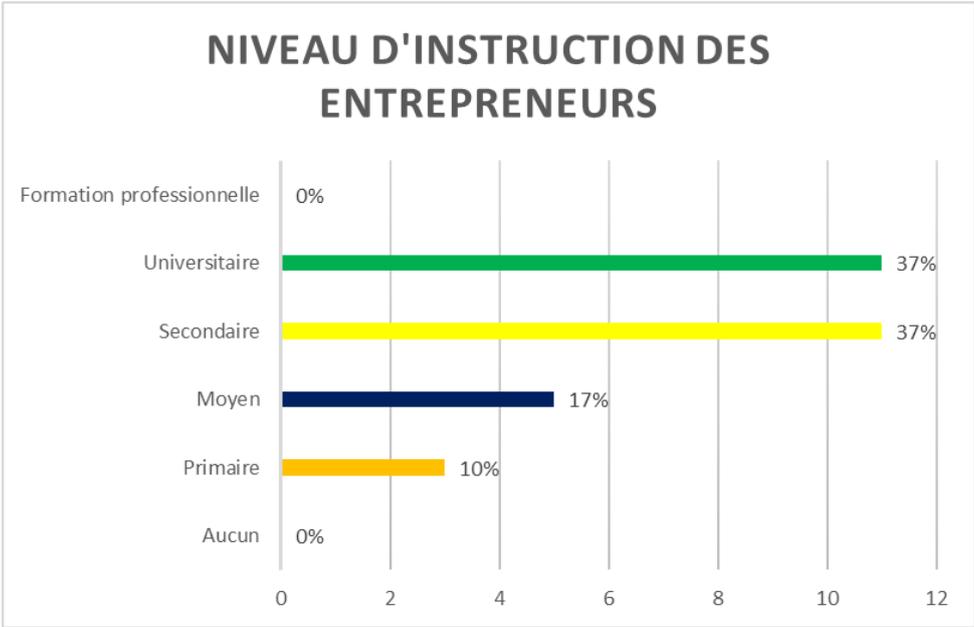
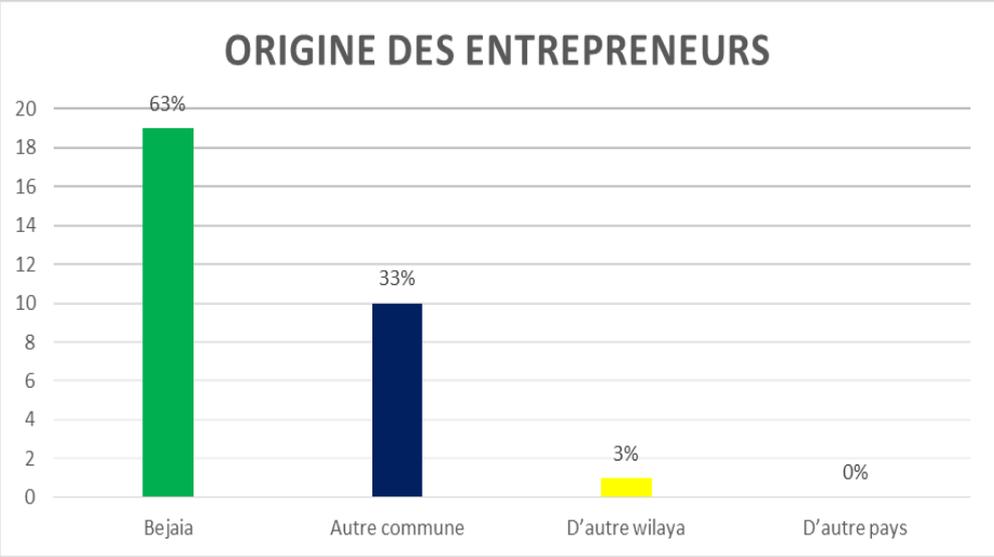


REPARTITION DES ENTREPRISES PAR COMMUNE

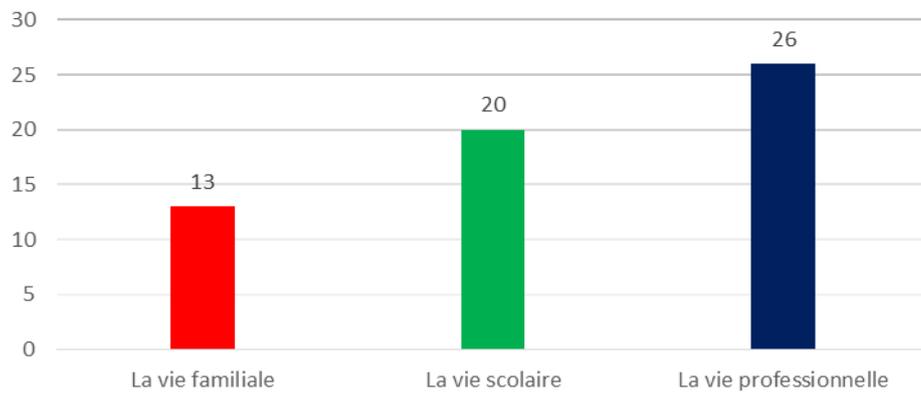




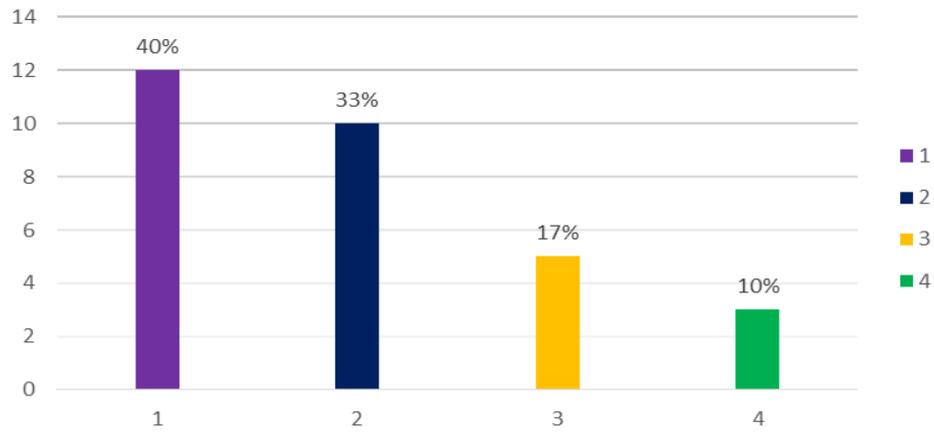




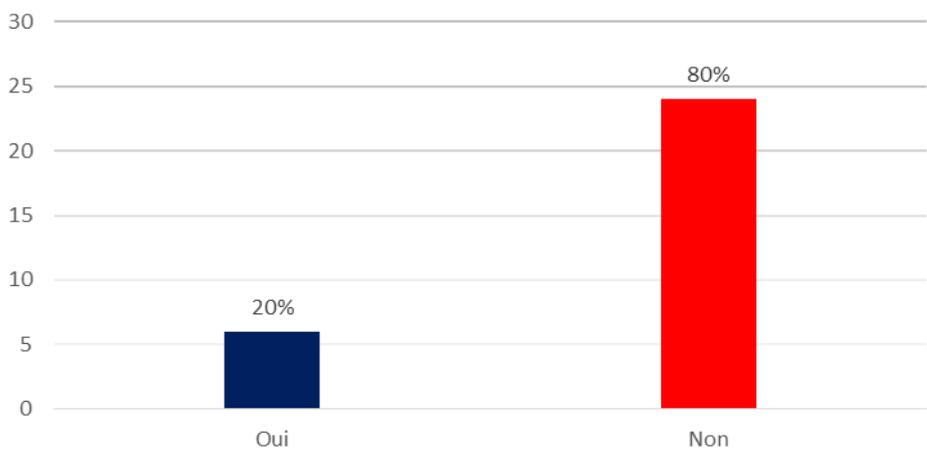
LE STOCK DE CONNAISSANCE DES ENTREPRENEURS

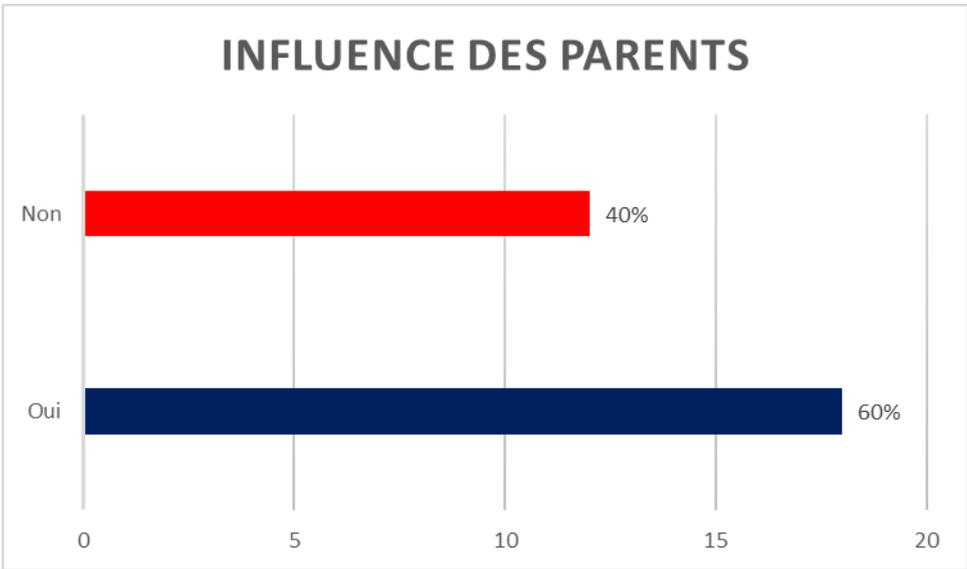
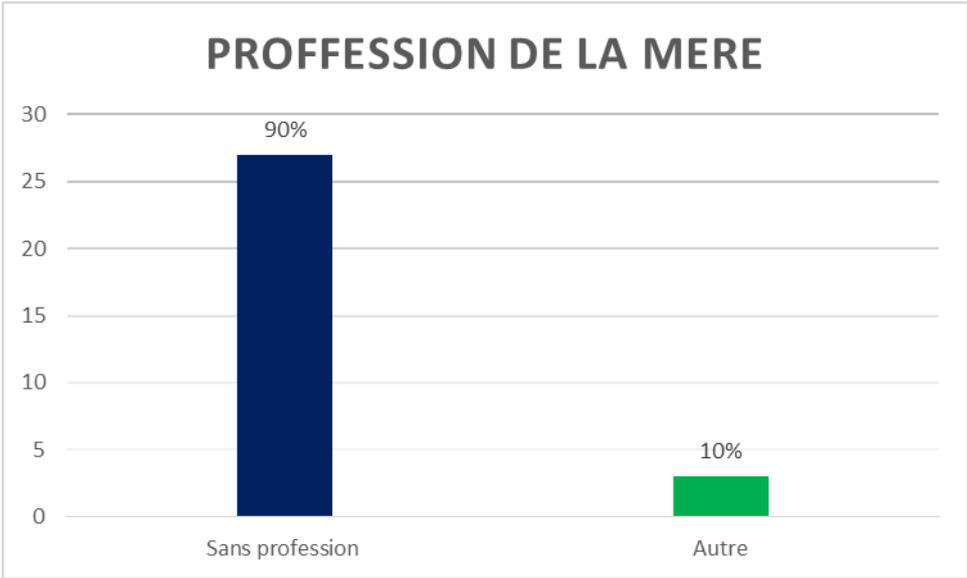
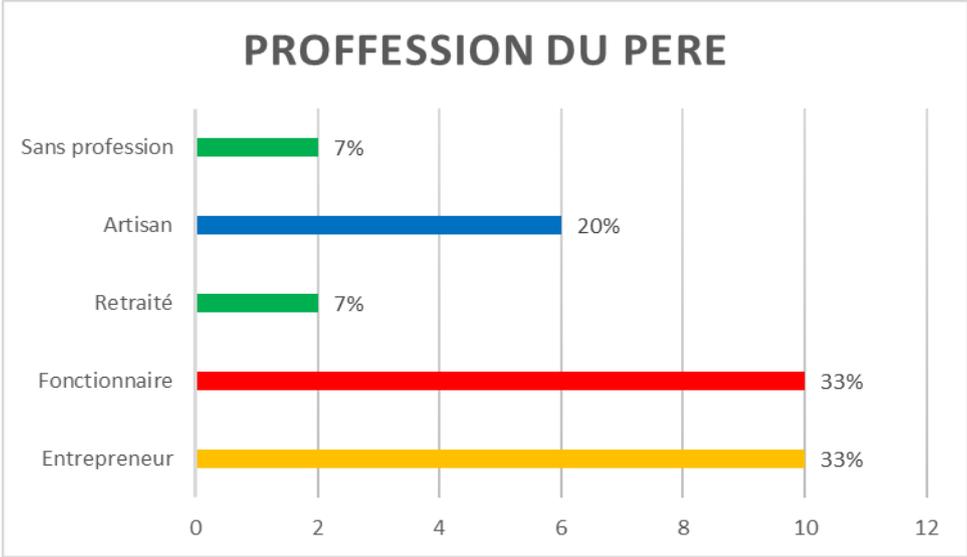


NOMBRE D'ENTREPRISES CREEES

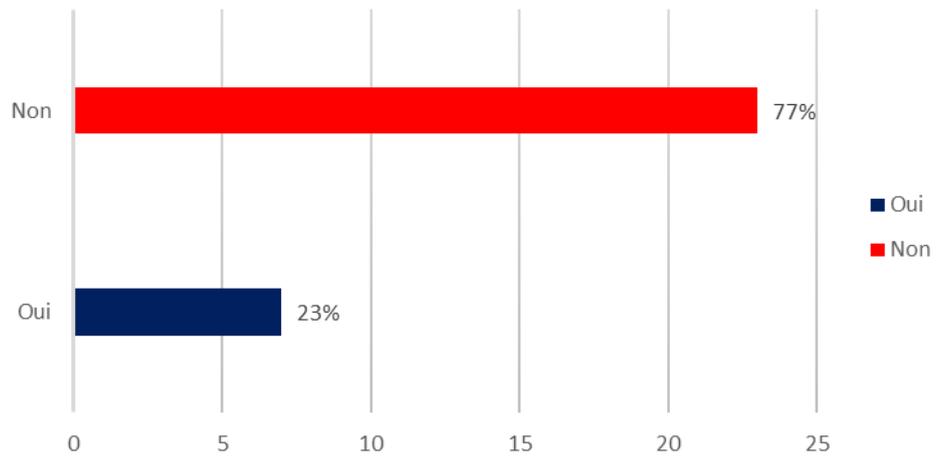


EXPERIENCE PROFESSIONNELLE

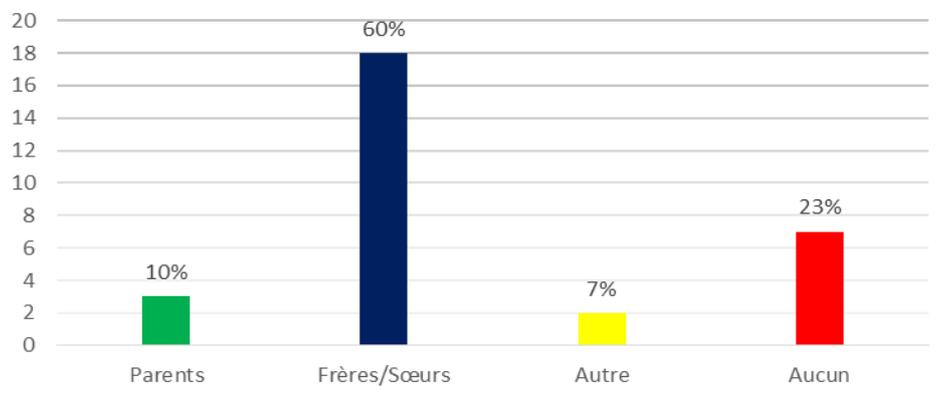




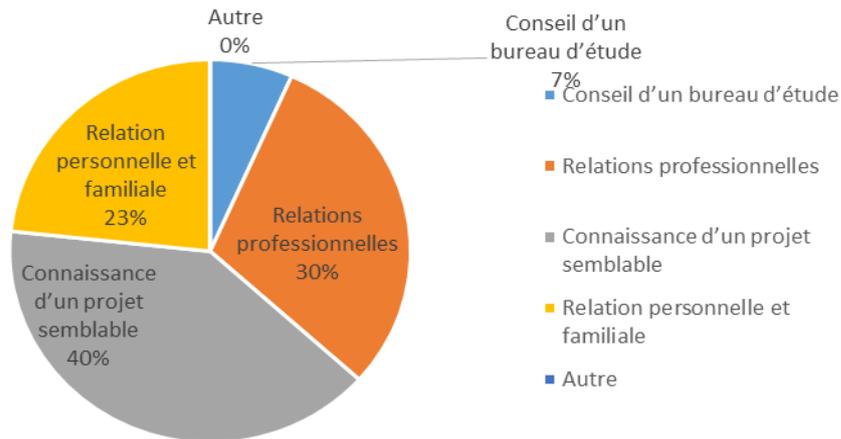
ETES VOUS SEUL EN AFFAIRES



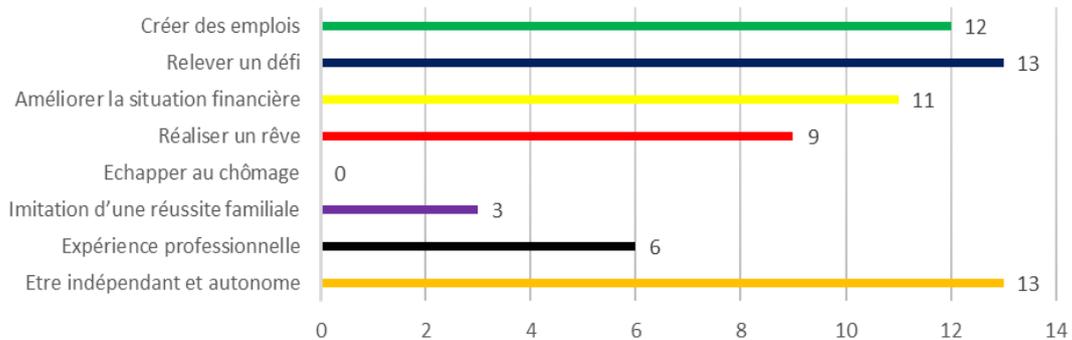
MEMBRES DE LA FAMILLE EN AFFAIRE



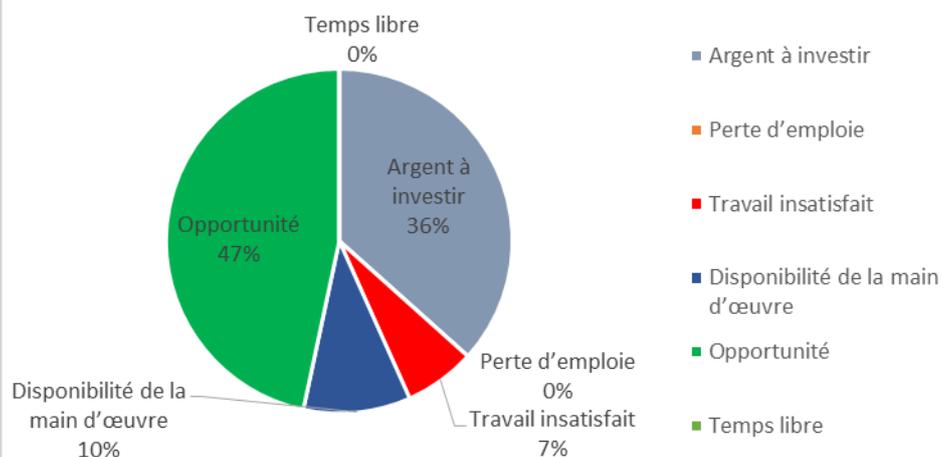
L'ORIGINE DE L'IDEE DE LA CREATION DE L'ENTREPRISE



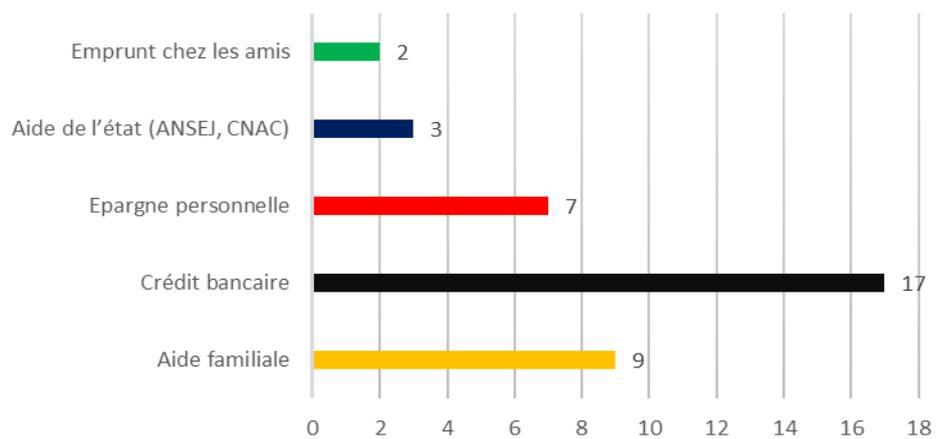
LES FACTEURS DE LA CREATION DE L'ENTREPRISE



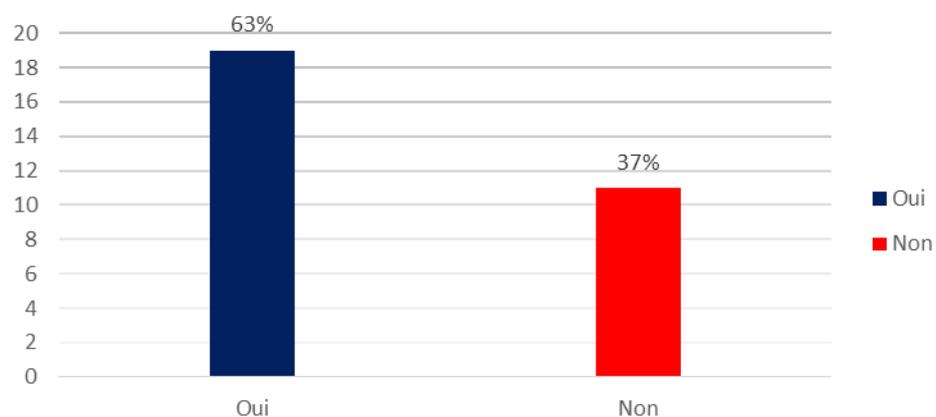
SITUATION DECLANCHANT LE PROCESSUS DE LA CREATION D'ENTREPRISE



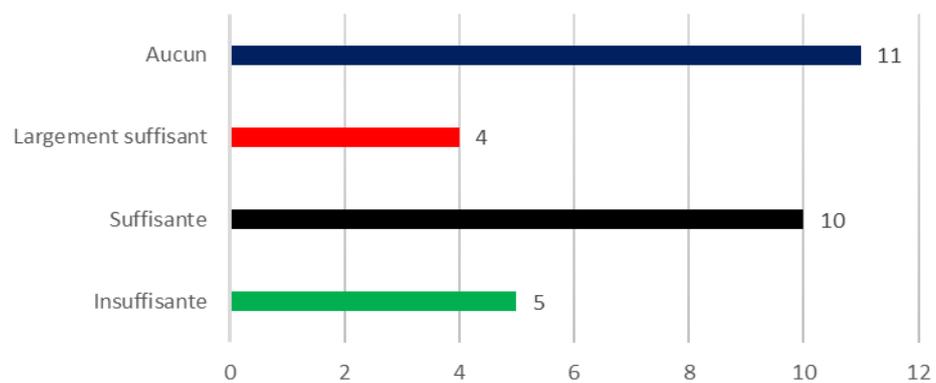
FINANCEMENT DU PROJET

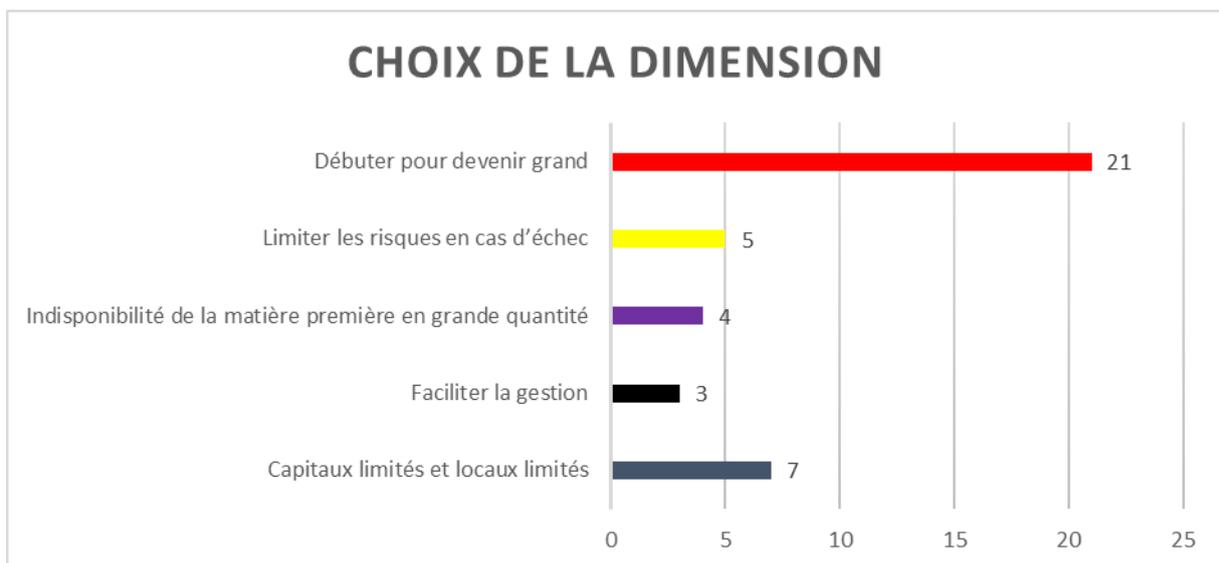
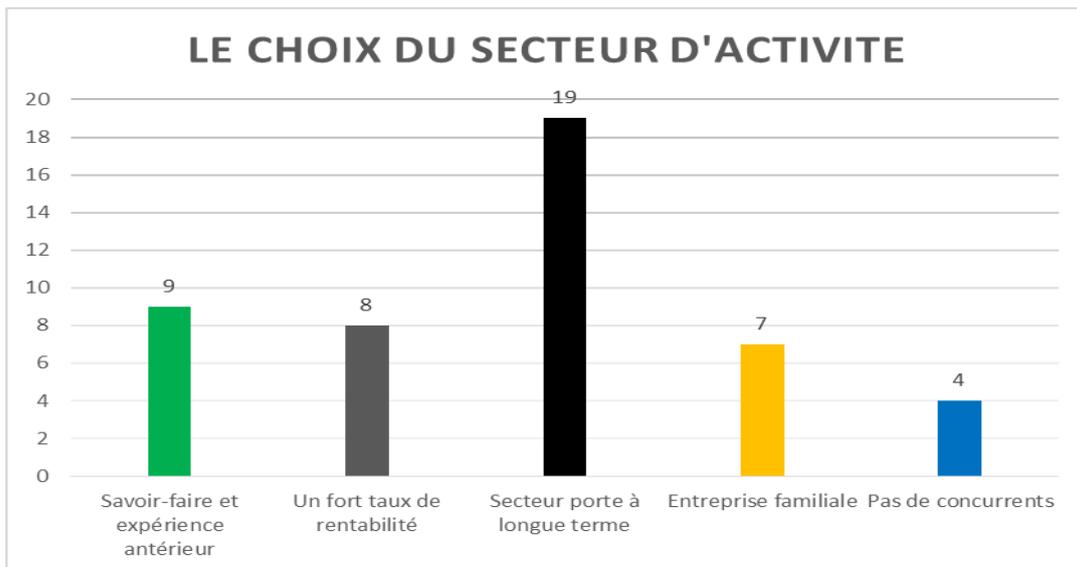
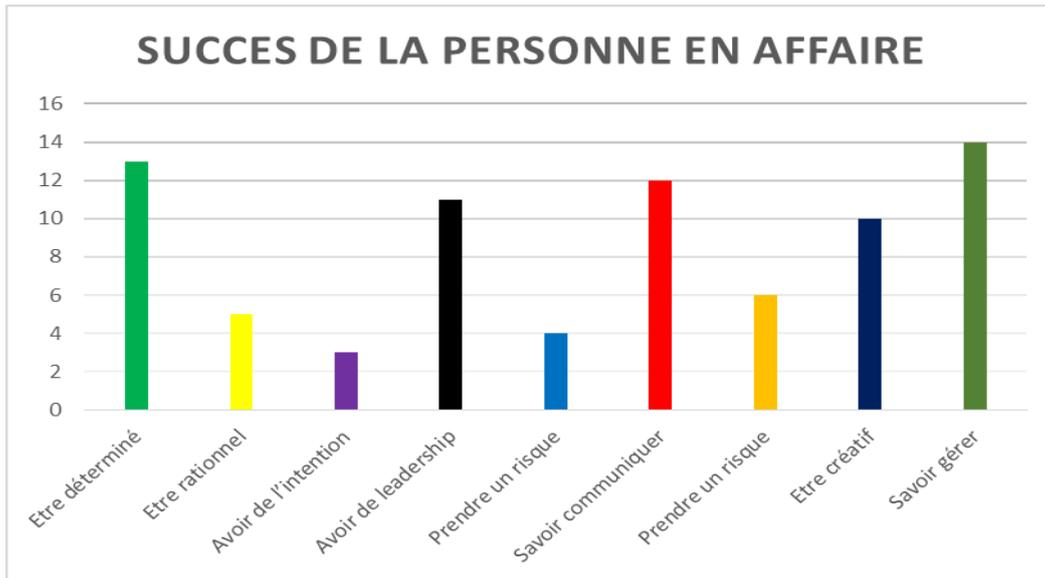


ENTREPRISE AYANT FAIT UNE ETUDE DE MARCHÉ

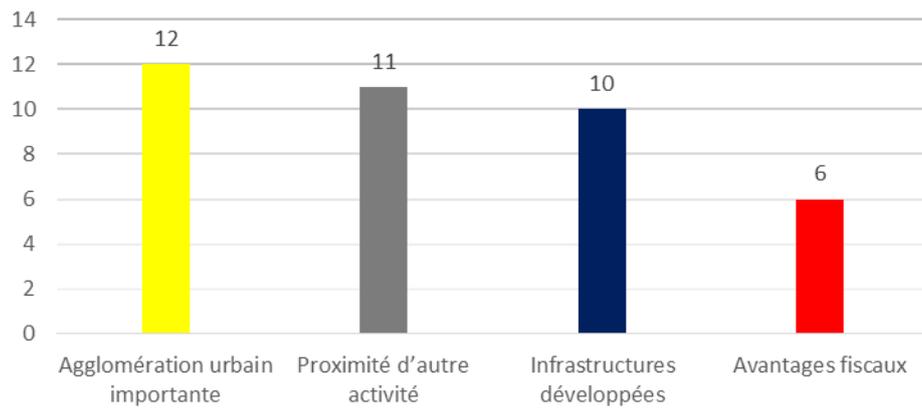


SATISFACTION VIS A VIS DE L'ETUDE DE MARCHÉ

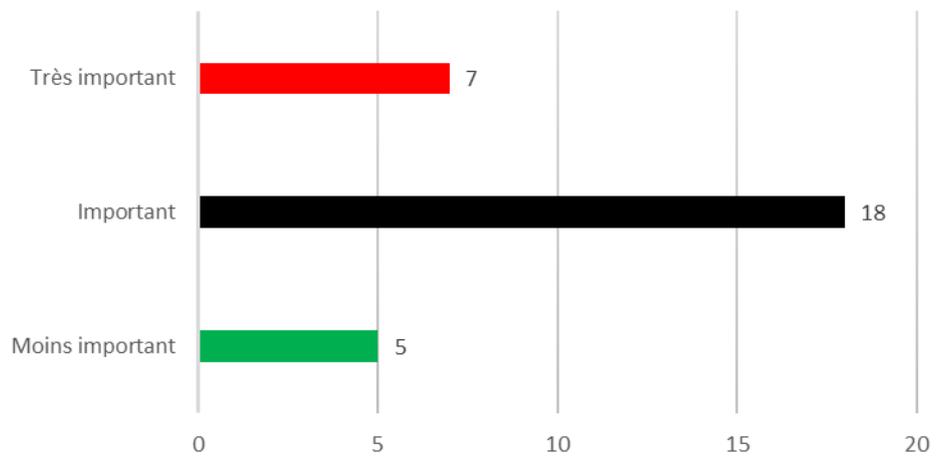




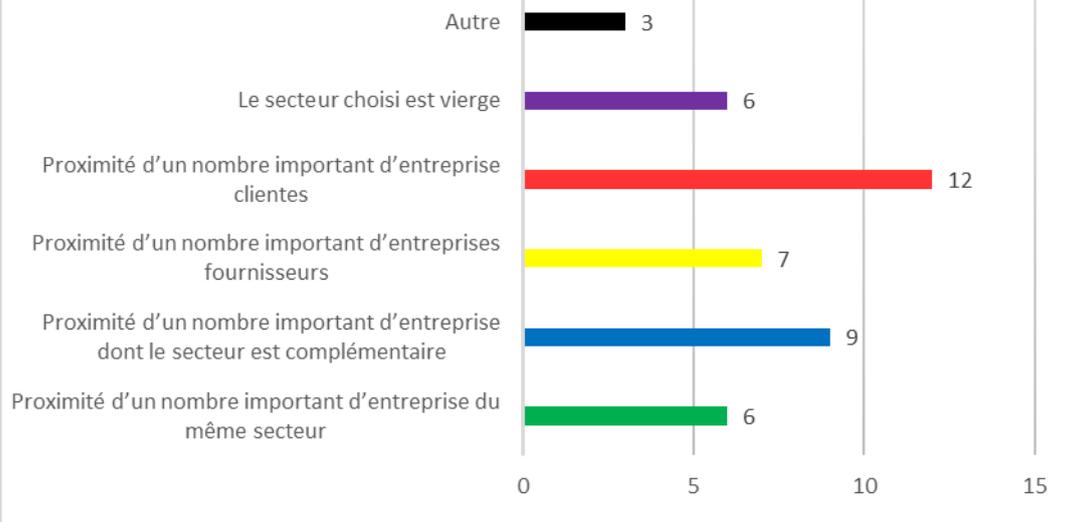
OPPORTUNITES ENVIRONNEMENTALES



ATTACHEMENT A LA REGION



LES FACTEURS DE LA LOCALISATION DE L'ENTREPRISE



LES DIFFICULTES RENCONTRES PAR LES ENTREPRENEURS

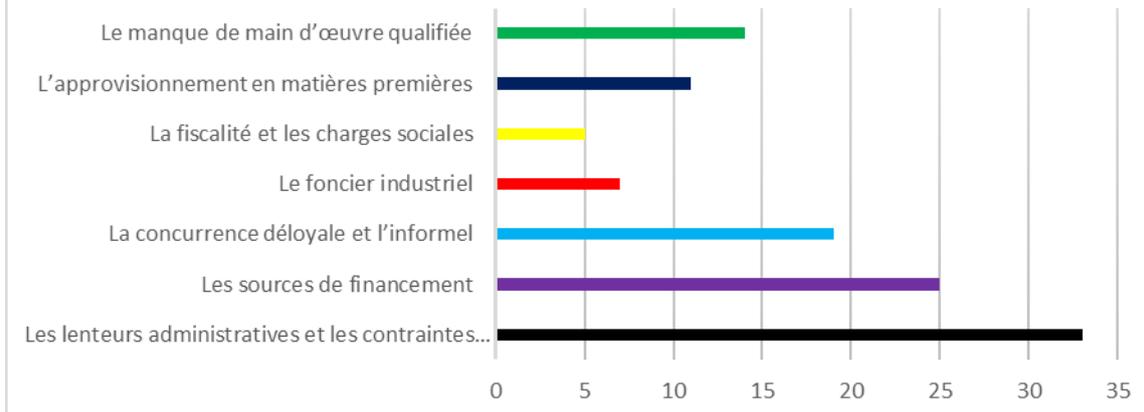


TABLE DES MATIERES

Dédicaces

Remerciements

Liste des abréviations

La liste des tableaux

Liste des figures

Sommaire

Introduction générale..... 1

Chapitre 01 : Le phénomène entrepreneurial

Introduction..... 5

Section 01 : Concepts de base sur l'entrepreneuriat 5

1. La notion de l'entrepreneuriat 5

1.1. L'histoire de l'entrepreneuriat 5

1.2. Entrepreneuriat : Notions et définitions 6

1.3. Les modèles de l'entrepreneuriat 7

1.3.1. L'entrepreneuriat comme processus d'exploitation des opportunités 8

1.3.2. L'entrepreneuriat comme processus d'émergence organisationnelle 8

1.3.3. L'entrepreneuriat comme un processus de création de nouvelle valeur 9

1.3.4. Le moteur de l'entrepreneuriat : L'innovation 10

2. Les diverses formes de l'entrepreneuriat 10

2.1. Les principales formes de l'entrepreneuriat 11

2.1.1. La création d'entreprise 11

2.1.2. La reprise d'entreprise 12

2.1.3. L'intrapreneuriat 13

2.2. Autres classification de l'entrepreneuriat 14

2.2.1. Entrepreneuriat formel et informel 14

2.2.2. Entrepreneuriat individuel et entrepreneuriat collectif 15

2.2.3. Entrepreneuriat occasionnel et entrepreneuriat durable 15

2.2.4. Entrepreneuriat féminin et entrepreneuriat masculin 15

2.2.5. Entrepreneuriat privé, entrepreneuriat public et entrepreneuriat social 15

2.2.6. L'entrepreneuriat de type autocréation ou d'emploi 15

TABLE DES MATIERES

3. L'importance de l'entrepreneuriat dans l'économie et le développement territoriale	16
Section 02 : L'entrepreneur : Acteur principal de l'entrepreneuriat	17
1. Que sait-on de l'entrepreneur	17
2. Mythes et réalités de l'entrepreneur	19
2.1. Entreprendre relève de l'inné ou de l'acquis ?	19
2.2. N'importe qui peut créer une entreprise ?	19
2.3. Les entrepreneurs sont des joueurs ?	20
2.4. Entreprendre permet de devenir son propre patron et d'être complètement indépendants ?	20
3. L'entrepreneur et les approches typologiques	20
3.1. L'entrepreneur artisan versus l'entrepreneur opportuniste	21
3.2. La typologie de Laufer	21
3.3. Selon la logique d'action PIC et les CAP	22
3.4. Les indépendants versus les créateurs d'organisation	22
3.5. L'approche de Schumpeter	23
4. Rôle de l'entrepreneur	23
Conclusion	24
Chapitre 02 : Les déterminants de la création de l'entreprise	
Introduction	25
Section 01 : La création d'entreprise	25
1. Définition de la petite et moyenne entreprise	26
1.1. Approche de délimitation de la PME à base de critères endogènes à l'entreprise	26
1.1.1. L'approche quantitative	26
1.1.2. L'approche qualitative	27
1.2. Approche de délimitation de la PME à base de critères exogènes à l'entreprise	28
1.2.1. Classification en fonction du caractère juridique	28
1.2.2. Classification de la PME par type d'activité	30
1.2.3. Classification selon la qualité du secteur d'activité	31
2. Les caractéristiques, Avantages et faiblesses des PME	31
2.1. Caractéristiques des PME	32
2.2. Avantages de la P.M.E	32
2.3. Limites et insuffisances des P.M.E	33

TABLE DES MATIERES

3. Les processus menant à la création d'entreprise	33
3.1. L'évaluation de l'opportunité	34
3.3. Le montage juridique et financement du projet	34
3.4. Le lancement des activités	35
4. les contraintes de la création d'entreprise	35
4.1. Les contraintes inhérentes au projet.....	35
4.2. Les contraintes de marché	35
4.3. Les contraintes légales et administratives	36
4.4. Les contraintes de moyens.....	36
4.5. Les contraintes personnelles	36
Section 2 : Les motivations de l'entrepreneur à l'égard de l'entrepreneuriat.....	36
1. Définition de la motivation.....	37
2. Comprendre l'acte entrepreneurial	38
2.1. L'approche par les traits de personnalité (the trait approach)	38
2.2. L'approche par les comportements (behavioralapproach)	39
A. Le modèle de formation organisationnelle de Learned (1992).....	39
B. Le modèle de l'événement entrepreneurial Shapero (1975).....	40
C. Le modèle de l'action raisonnée	41
2.3. Les principales dimensions environnementales favorisant la création	41
3. Les motivations de l'entrepreneur	42
3.1. Les facteurs psychologiques	43
3.2. Facteurs sociologiques et culturels	46
3.3. Facteurs économiques	47
Conclusion	48
Chapitre 03 : Analyse des résultats de l'enquête	
Introduction.....	49
Section 1 : La dynamique entrepreneuriale en Algérie	49
1. Création des PME en Algérie	49
1.1. Définition de la PME en Algérie	49
1.2. Genèse et développement des PME en Algérie	51
1.2.1. La période 1962-1982.....	51

TABLE DES MATIERES

1.2.2. La période 1982-1988.....	52
1.2.3. A partir de 1988.....	52
1.3. Les dispositifs et organismes d'aide à la création d'entreprises.....	53
1.3.1. L'Agence Nationale pour le Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ).....	53
1.3.2. L'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM).....	53
1.3.3. La Caisse Nationale d'Allocation Chômage (CNAC).....	54
1.3.4. Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI).....	54
2. La PME privée dans la wilaya de Bejaia.....	54
2.1. Situation géographique de la wilaya de Bejaïa.....	54
2.2. Les composantes du secteur de la PME.....	55
2.3. Evolution des PME à la wilaya de Bejaia.....	55
2.4. La répartition spatiale des PME pour les premières communes de la wilaya de Bejaia.....	56
Section 02 : Analyse des résultats de l'enquête de terrain.....	57
1. Méthodologie de la recherche.....	57
1.1. Objectif de l'enquête.....	58
1.2. La taille de l'échantillon.....	58
1.3. Elaboration du questionnaire.....	60
A. Le profil de l'entreprise et de l'entrepreneur.....	60
B. Les motivations de l'entrepreneur à l'égard de la création de l'entreprise.....	60
1.4. Déroulement de l'enquête.....	60
1.5. Le traitement et dépouillement.....	61
2. Analyse et interprétation des résultats de l'enquête.....	61
2.1. Le profil de l'entreprise et de l'entrepreneur.....	61
2.1.1. Identification de l'entreprise.....	61
2.1.2. La présentation des informations concernant le profil de l'entrepreneur.....	64
2.2. Les motivations de l'entrepreneur à l'égard de la création des entreprises.....	71
2.2.1. La répartition selon l'origine de l'idée de la création de votre entreprise.....	71
2.2.2. Les motivations à la création de votre entreprise.....	72
2.2.3. La situation qui a déclenché le processus de création de l'entreprise.....	72

TABLE DES MATIERES

2.2.4. La répartition selon les structures de financement des entreprises	73
2.2.6. La répartition selon la satisfaction de l'étude de marche	74
2.2.7. La répartition selon les caractéristiques favorisant le succès de l'entrepreneur en affaire ..	74
2.2.8. Les facteurs qui ont aidé les entrepreneurs à choisir le secteur d'activité	75
2.2.9. Les raisons qui ont contribué au choix de la dimension du projet.....	76
2.2.10. La répartition selon les opportunités environnementales qui ont favorise la création	76
2.2.11. L'attachement à la région d'implantation	77
2.2.12. Les facteurs à l'origine de la localisation des entreprises	78
2.2.13. Les principales contraintes rencontrées par les entrepreneurs	78
2.2.14. Les propositions des entrepreneurs	79
Conclusion	80
Conclusion générale	81

Liste des bibliographies

Annexes

Résumé

Aujourd'hui, l'entrepreneuriat est devenu un enjeu majeur pour plusieurs économies, c'est l'un des facteurs clés de leur viabilité et de leur bonne santé. La création d'entreprises est au cœur du processus de développement pour tous les pays. L'entrepreneur est vu comme l'acteur principal dans l'évolution du système économique. En effet, l'esprit entrepreneurial reste le résultat de l'interaction de plusieurs facteurs sociologiques, professionnels, culturels et psychologiques.

L'objet de notre travail consiste principalement à étudier un certain nombre de questions, ayant pour intérêt la compréhension de la dynamique entrepreneuriale dans la wilaya de Béjaïa particulièrement les deux communes de Bejaia et d'El kseur et ceci en portant une attention particulière sur les différents aspects entourant ce phénomène. Dans un tel contexte, notre problématique s'articule autour de la question centrale : « Quels sont les déterminants de la création d'entreprise dans la wilaya de Bejaia : Cas des communes de Bejaia et d'El kseur ? »

Il ressort de notre étude que la plupart des entrepreneurs de cette région sont souvent issus d'un milieu familial qui favorisent la fonction entrepreneuriale. On peut dire que la famille constitue, dans la plupart des cas, le pivot du projet entrepreneurial, puisque celle-ci exerce souvent une influence sur l'entrepreneur, lui fournit les capitaux nécessaires et s'implique davantage dans la gestion de l'entreprise.

Mots clés : Entrepreneuriat ; entrepreneur ; création d'entreprise ; dynamique ; motivation Entrepreneuriale ; PME Privée.

Abstract

Today, entrepreneurship has become a major issue for many economies, and this is one of the key factors in their viability and good health. Business creation is at the heart of the development process for all countries. The entrepreneur is seen as the main actor in the evolution of the economic system. Indeed, the entrepreneurial spirit remains the result of the interaction of several sociological, professional, cultural and psychological factors.

The main objective of our work is to study a number of questions, with an interest in understanding the entrepreneurial dynamics in the wilaya of Béjaïa, particularly the two communes of Bejaia and El kseur, paying particular attention to the various aspects surrounding this phenomenon. In this context, our problem is centered around the central question: "What are the determinants of business creation in the wilaya of Bejaia: the case of the communes of Bejaia and El kseur?"

Our study shows that most entrepreneurs in this region often come from a family environment that fosters the entrepreneurial function. It can be said that the family is in most cases the focal point of the entrepreneurial project, since it often influences the entrepreneur, provides him with the necessary capital and is more involved in the management of the enterprise.

Key Words: Entrepreneurship; contractor; business creation; business dynamics; PME Private; motivation.