Université Abderrahmane Mira de Bejaia

Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion

Département des Sciences de Gestion

MEMOIRE

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

Option : Entrepreneuriat

Intitulé du mémoire :

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

Réalisé par :

MIZZI – Massinissa

TALAOUIT – Akram

Dirigé par :

M. Melakhessou – Bilal

Date de soutenance : / / 2020

Jury :

Président :

Examinateur :

Rapporteur :

Année Universitaire : 2019/2020

Dédicaces

Tout d'abord, je tiens à remercier le bon dieu de m'avoir donné le courage et la patience afin de réaliser ce travail.

Je dédie ce travail à ma mère, mon père, mon frère et mes sœurs et à toute ma famille qui m'ont légué la verve de la connaissance. A tous mes amis(es), mes enseignants. Mes camarades de promotion 2019 – 2020
Et à tous ceux qui, de près ou de loin, ont contribué à sa réalisation.
A mon binôme Akram TALAOUIT.
Merci à tous.

Massinissa MIZZI.

Tout d'abord, je tiens à remercier le bon dieu de m'avoir donné le courage et la patience afin de réaliser ce travail.
Je dédie ce travail à ma mère, mon père, mon frère et à toute ma famille qui m'ont légué la verve de la connaissance. A tous mes amis(es), mes enseignants. Mes camarades de promotion 2019 – 2020
Et à tous ceux qui, de près ou de loin, ont contribué à sa réalisation.
A mon binôme Massinissa MIZZI.
Merci à tous.

Akram TALAOUIT.

Remerciements

Nous remercions tout d'abord le bon Dieu le tout puissant de nous avoir donnés le courage et la foi toute au long de notre travail.

Nous tenons à remercier en premier lieu notre promoteur Mr MELAKHESSOU pour avoir accepté de nous encadrer et pour ces orientations durant notre travail.

Nous remerciements s'adressent aux membres de jury qui ont accepté de juger ce travail.

Nous remerciements s'adressent aussi aux entrepreneurs des différentes entreprises privées que nous avons enquêtés, pour avoir accepté de collaborer à ce travail en répondant soigneusement à nos questions.

Enfin, nous remercions toutes les personnes ayant contribués de près ou de loin à la réalisation de ce modeste travail.

Massinissa, Akram

Liste des abréviations

ANDI : Agence Nationale de Développement de l'Investissement

ANGEM : Agence Nationale de Gestion des Micro Crédits

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

CNAC : Caisse Nationale d'Assurance Chômage

CNRC : Centre National du registre de commerce

EURL : Entreprises Unipersonnelles à Responsabilité Limité

GEM : Global Entrepreneurship Monitor

PME : Petite et Moyenne Entreprise

SARL : Société A Responsabilité Limité

SNC : Société en Nom Collectif

SPA : Société Par Action

Sommaire

Introduction générale …….....01

Chapitre I : L'entrepreneur : Principal acteur de l'entrepreneuriat ……...……05

Introduction ……..05

Section 1 : Aperçu théorique de l'entrepreneur……05

Section 2 : Notions, typologies et caractéristiques de l'entrepreneur ……..12

Conclusion ……...……17

Chapitre II : Motivations à la création des entreprises : cas de la wilaya de Bejaia……18

Introduction ……..18

Section 1 : Généralités sur les motivations ……..18

Section 2 : Enquête porté sur les motivations à la création des entreprises : cas de la wilaya de Bejaia ……...29

Conclusion ……...……51

Conclusion générale …….52

Annexes

Bibliographie

Liste des figures

Liste des tableaux

Table des matières

Introduction générale

Introduction générale :

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

L'entrepreneuriat est un phénomène complexe qui au cours du temps a pris plusieurs signification. Plusieurs auteurs et chercheurs dans ce domaine ont essayé d'apporter une définition pour ce concept. Parmi ces auteurs, VERSTRAETE Thierry qui a définit 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* »[1].

Alors que le terme entrepreneuriat s'articule autour d'un personnage et d'une entreprise, il commence par une volonté individuelle d'un futur entrepreneur. Ce dernier qui était pour longtemps marginalisé dans la pensé économique. Car pour F. QUESNAY, l'entrepreneur fait partie de la classe stérile, ne crée pas de richesse, mais il la fait juste circuler. C'est à partir des travaux de Schumpeter 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.

Doté de caractéristiques particulières, l'entrepreneur est un individu hétérogène, sa capacité dépend de sa personnalité, de ses ambitions, motivations, formations, compétences, profil psychologique et enfin un entourage ou un environnement socioculturel. Il se distingue par sa volonté de création d'entreprise qui est issue de son profil psychologique. Alors ceci représente un atout qui permettra à l'entrepreneur de résister aux changements de l'environnement, il lui permet de se différencier par rapport aux autres « *être entrepreneur n'est pas donné à tous* »[2].

La création d'entreprise est devenue aujourd'hui le mot d'ordre en matière de développement. Face aux défis de la mondialisation, l'entrepreneuriat est un moyen pour les milieux d'assurer leurs capacités d'innovation et leur compétitivité. La capacité des nouvelles entreprises à générer la croissance économique, des emplois et de l'innovation, justifie l'intérêt qu'elles suscitent. Elles sont considérées comme source de richesse, la solution à tous les maux auxquels la société et l'économie sont confrontées et c'est ce qui explique l'intérêt

[1] VERSTRAETE T., « *Entrepreneuriat : modélisation du phénomène* », revue de l'entrepreneuriat, vol 1, n°1, 2001
[2] BOUTILLER S., « *L'entrepreneur dans la théorie économique* », Problème économiques, n°2482, 1996, p4.

des Etats est des collectivités territoriales à prendre des mesures qui sont destinées à stimuler l'esprit d'entreprise.

L'acte entrepreneurial est une démarche de création visant la satisfaction de besoins spécifiques du porteur de projet ainsi que la recherche d'une meilleure adéquation avec les besoins de son environnement.

En Algérie, l'intérêt pour les entreprises a été tardif, ce n'est qu'à partir des années 80, et en conséquence de choc pétrolier de 1986 que l'initiative privée a été enfin libérée. L'Etat a commencé à se désengager progressivement de la sphère économique, notamment en matière d'investissement, laissant le champ à l'initiative privée. Ce qui a été concrétisé par la création du ministère de la PME en 1991, la promulgation du code d'investissement en 1993 et la mise en place de différents dispositifs de création d'entreprises (ANDI, ex APSI, ANSEJ,…etc.).

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

La wilaya de Bejaia compte parmi les régions qui jouissent d'un pouvoir d'attractivité et de compétitivité grâce à sa position géographique[3] favorable à l'investissement et la disponibilité des infrastructures de base[4] dont l'activité économique a besoin (transport, électricité et gaz, poste et télécommunication). Elle est dotée d'un tissu économique important qui la classe parmi les premières wilayas du pays en termes de nombre d'entreprises privées.

Elle occupe la quatrième place au niveau national avec 23 867[5] PME privées pour l'année 2014, soit un taux de 4,80% du nombre total des PME privées enregistrées en Algérie (soit une évolution de 9,87% par rapport à l'année précédente).

La majorité des entreprises de la wilaya sont créés à partir de 1997 grâce à la mise en place d'un certain nombre de dispositifs en faveur de la création d'entreprise. Elles sont pour la quasi-totalité des petites et moyennes entreprises.

La capacité de création d'entreprise est pour chaque pays, la résultante de nombreux facteurs liés aux interventions de l'Etat et aux aspects culturels de la création d'entreprise.

Le but de notre réflexion consiste à étudier l'activité entrepreneuriale, en portant une attention particulière sur les différents aspects entourant ce phénomène. Pour mieux expliquer la dynamique entrepreneuriale privée, mieux vaut observer les acteurs eux-mêmes ; pour ce faire, cette étude va porter sur une question centrale suivante : ***« Quels sont les déterminants de création de la PME privée pour l'entrepreneur Algérien ? (cas de la wilaya de Bejaia***) ».

[3] Ayant une superficie de 3 268 Km², constituée de 52 communes et 19 daïras.
[4] Différents mode de transport : routier, ferroviaire, maritime et aérien, permettant la facilitation des liaisons avec fournisseurs, clients et partenaires qui se localisent dans chaque commune, wilaya et même au niveau international.
[5] Bulletin d'information statistique de la PME, n°26, 2014, direction générale de la veille stratégique, des études et des systèmes d'information.

Pour pouvoir répondre à notre question principale, plusieurs autres questions sous-jacentes ont été soulevées, tel que :

Quelles sont les motivations de l'entrepreneur qui est à l'origine de la création de son entreprise ? Quels est son profil ? Quelles sont ses origines sociales et professionnelles ? Quelles sont les caractéristiques de son entreprise ? Quelles sont ses trajectoires sociales et économiques ?

A partir de l'objectif de la recherche, nous avons formulé quelques hypothèses sur les déterminants da la création des PME au niveau de la wilaya de Bejaia.

Hypothèse 1 : La disponibilité des moyens de financement qui permet aux entrepreneurs de se lancer en affaire, soit par leur propre moyen ou à l'aide de certains organismes.

Hypothèse 2 : L'entrepreneur privé, cherche à investir essentiellement dans les secteurs où il a vécu une expérience antérieure soit :

- Le background entrepreneurial familial favorise le développement de sa motivation ;
- Les études ou la formation professionnelle en général affectent positivement sa décision entrepreneuriale.

L'intérêt de cette étude est de cerner le phénomène de la création des petites et moyennes entreprises privées en essayant de comprendre les caractéristiques, les facteurs, les motivations et les différentes attitudes des entrepreneurs privées qui sont à l'origine de création de leur entreprise.

Afin d'affirmer ou infirmer notre hypothèses, nous nous sommes engagés dans une étude qui tourne autour des entrepreneurs de PME privées. Notre étude est réalisée à l'aide d'une enquête par un questionnaire administré auprès d'un échantillon représentatif, qui est composé de 60 PME privées, qui se localisent au niveau de la wilaya de Bejaia.

Ce mémoire tente de décrire et d'expliquer la dynamique entrepreneuriale dans la wilaya de Bejaia. L'idée centrale de notre recherche est de comprendre les déterminants qui contribuent à la création des petites et moyennes entreprises privées. Pour cela, nous avons divisé notre travail en deux chapitres.

Le premier chapitre sera consacré à l'entrepreneur en tant que principal acteur du phénomène d'entrepreneuriat. Ce chapitre sera divisé en deux sections ; la première présentera quelques approches et théories principales de l'entrepreneur. La deuxième présentera la notion de l'entrepreneur, les caractéristiques ainsi que les différentes typologies d'entrepreneur qui existent.

Enfin, le deuxième chapitre intitulé : motivation à la création des entreprises : cas de la wilaya de Bejaia. Ce chapitre sera divisé en deux partie l'une, sur les généralités sur les motivations, et l'autre s'articule autour de l'enquête que nous mènerons auprès d'un échantillon de PME privée dans la wilaya de Bejaia.

Les résultats nous permettront de répondre aux préoccupations de notre problématique. Les éléments essentiels de cette section concerneront la présentation de la méthodologie à suivre dans l'accomplissement de l'enquête et l'analyse des résultats obtenus de cette enquête.

Chapitre I :

L'entrepreneur : Principal acteur de l'entrepreneuriat

Chapitre I : L'entrepreneur : Principal acteur de l'entrepreneuriat

Introduction :

La création et le développement des entreprises est 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.

Le mot entrepreneur constitue la racine du terme qui définit la discipline de l'entrepreneuriat, l'intérêt porté à ce domaine est lié au renouveau d'attention pour la petite entreprise dont l'entrepreneur est le personnage principal.

Cet acteur principal qui est l'entrepreneur était le centre des contributions et d'études de plusieurs chercheurs des différents domaines. Ces différentes contributions intègrent parallèlement aux analyses économiques, des dimensions psychologiques, sociologiques et managériales et qui sont les plus répandues dans la recherche menées sur ce thème qui porte sur les déterminants de création des PME. Nous exposons par ce fait des typologies d'entrepreneurs, les plus reconnues et reprises par les chercheurs.

Les auteurs s'accordent, d'une manière générale, pour dire que « l'entrepreneur » est un individu hétérogène, car *« il vient de background différent, manifeste des styles de management et est motivé par des facteurs distincts »*[6]. Plusieurs études démontrent que les fondateurs d'entreprises possèdent certaines caractéristiques particulières.

Dans ce chapitre qui sera consacré à l'entrepreneur, nous allons présenter dans un premier lieu **(section 1)** les principales théories traitant cet acteur 'l'entrepreneur'. La deuxième section sera consacrée à la notion de l'entrepreneur, ses caractéristiques, et la typologie existante.

Section 01 : Aperçu théorique de l'entrepreneur

1. L'évolution du concept d'entrepreneur

La compréhension du phénomène de l'entrepreneuriat ne peut se réaliser avec une simple synthèse des définitions élaborées par plusieurs concepteurs. Chaque auteur explique avec une manière différente le concept et la façon dont il approche ce phénomène. C'est pour cette raison qu'il est intéressant d'exposer dans ce qui suit l'évolution de la théorie de l'entrepreneur. Le concept d'entrepreneur a beaucoup évolué dans le temps et dans l'espace.

Il existe plusieurs théories qui sont liées à l'entrepreneur, chaque une d'elles s'appuyant sur un aspect particulier de l'entrepreneur.

1.1. L'entrepreneur dans la pensée classique

Les économistes classiques ne parlent ni de l'entreprise, ni de l'entrepreneur en tant que tel. Leur analyse est macroéconomique. Ils cherchent à expliquer le mouvement d'ensemble

[6] DESCHAMPS B., « *Le processus de reprise d'entreprise par les entrepreneurs personnes phys*ique », Thèse de doctorat en Sciences de gestion, France, 2000, p.232.

de l'économie, comment la richesse est produite et comment elle circule. Avant les économistes classiques, selon le physiocrate F. QUESNAY, l'entrepreneur fait partie de la classe stérile, et ne crée pas de richesses mais il la fait juste circuler.

1.1.1. L'entrepreneur chez Cantillon

L'entrepreneur fut entré dans la pensé économique par Richard CANTILLON (1726). Pour cet auteur, il existe une entreprise pilotée par son créateur, qui ne peut prévoir ni les ventes, ni les prix, pas plus que le monde ou les aléas climatique et leurs conséquences sur le comportement d'achat des clients, bien avant SAY et SCHUMPETER, CANTILLON a déjà initié dans la première théorie de l'entreprise : « *l'entreprise est dirigée par un entrepreneur, elle est caractérisée par une incertitude fondamentale et irréductible* »[7]. Cependant **CANTILLON** définit l'entrepreneur par son affrontement au risque, c'est-à-dire qu'il n'y a aucune garantie de ce qu'il va recevoir d'après sa décision d'entreprendre « *celui qui assume le risque de l'incertain s'engage fermement envers tiers* »[8].

1.1.2. L'entrepreneur : Individu égoïste

Cinquante ans après les travaux de CANTILLON, l'arrivée d'Adam SMITH avec son ouvrage « *la recherche sur la nature et les causses de la richesses des nations* » (1776)[9], note l'absence du concept entreprise. Pour lui, il n'y a que des individus égoïstes, il n'y a pas d'entreprise, il n'y a qu'un marché qui relie des individus qui échangent. L'homme emploie ses capitaux seulement dans le but de recevoir un profit. Il emploie toujours son capital dans des activités dont le produit lui permettra de gagner le plus d'argent. L'égoïsme de cet entrepreneur se justifie par le fait que ce dernier ne cherche pas à servir l'intérêt public, mais il ne pense que se donner personnellement une plus grande sureté, et en dirigeant cette industrie de manière que son produit ait le plus de valeur possible.

1.1.3. L'entrepreneur organisateur de SAY

J-B. SAY (1803) avec CANTILLON et SCHUMPETER, l'un des trois pères fondateurs de la théorie économique de l'entrepreneur. Il définit l'entrepreneur comme l'intermédiaire entre le savant qui produit la connaissance et l'ouvrier qui l'applique à l'industrie, son objectif est d'accroitre la production et de maximiser son profit. L'entrepreneur c'est l'agriculteur, le manufacturier ou le commerçant qui « *entreprend de créer pour son compte, à son profit et ses risques, un produit quelconque* »[10].

Il définit avec précision les qualités qui doivent être chez l'entrepreneur. L'ensemble de ces qualités forme le métier de l'entrepreneur :

1/ L'entrepreneur est l'agent principal de la production de la production. Son travail est productif au même titre que celui de l'ouvrier et du savant ;

---

[7] BOUTILLER. S, UZUNIDIS. D, « *L'entrepreneur : une analyse socio-économique* », édition Economica, Paris, 1995, p15.
[8] Ibid. BOUTILLER S., UZUNIDIS D., p15.
[9] Ibid. BOUTILLER S., UZUNIDIS D., D, p17.
[10] TOUNES A, « *L'intention entrepreneuriale, théorie et modèles* », éd. SANABIL Med SA, Paris, 2007.

2/ L'entrepreneur doit être doté d'une capacité de jugement, c'est-à-dire qu'il doit juger ses besoins des moyens et de les satisfaire.

Dans la pensé de SAY[11], l'entrepreneur doit diriger et organiser d'une part, prendre des risques, d'autre part, sont les deux traits les plus caractéristiques de l'activité de l'entrepreneur. Le bien être d'un pays dépend de sa population active et du dynamisme de ses entrepreneurs.

1.2. L'approche managériale de l'entrepreneur

1.2.1. Entrepreneur-ingénieur

La période de l'industrialisation était caractérisée par la concentration des usines et la division du travail qui permet la réalisation d'une production en série volumineuse, en vue de réaliser une économie d'échelle. Cette période vue la naissance de l'organisation scientifique du travail fondée par TAYLOR appuyée sur des notions de division en tâches élémentaires et de spécialisation de la main d'œuvre.

Les entrepreneurs de cette époque étaient des ingénieurs, ont été formé dans leur majorité dans les grandes écoles technique, ils n'avaient eu ni des cours d'administration, ni de commerce, ni de finance, ils avaient très peu de cours de comptabilité. Ils avaient une formation purement technique basée essentiellement sur des mathématiques. C'est pour ces raisons la que FAYOL[12] a proposé d'introduire les cours d'administration dans les programmes des écoles, selon lui la pratique des affaires n'est pas suffisante pour former la capacité administrative. Cependant, la formation des entrepreneurs joue un rôle très important dans leur réussite.

Les entrepreneurs cherchaient une rationalité et une efficacité purement productive comme c'est dans le cas chez TAYLOR ou bien une efficacité administrative chez FAYOL[13].

1.2.2. L'entrepreneur : Une personne autoritaire

Pour FAYOL, l'autorité est le droit de commander et le pouvoir de se faire obéir. La notion du cadre qui dirige[14] son organisation où il accorde une importance primordiale au rendement et un caractère accessoire à la satisfaction du personnel.

La notion d'autorité telle que décrite par FAYOL représente bien la mentalité de l'époque, c'est-à-dire le caractère non contestable de l'autorité, l'existence d'un pouvoir très centralisé ne favorise pas la pleine participation des employés.

---

[11] TOUNES A, « *L'entrepreneur : l'odyssée d'un concept* », n°03-73, p.6.
[12] SCHEID. J-C, « *Les grands auteurs en organisation* », édition DUNOD, Paris, 2ème édition, 2005, p76.
[13] FAYOL a identifié les cinq piliers de l'administration **P.O.C.C.C** (**P**révoir-**O**rganiser-**C**ommander-**C**oordonner-**C**ontrôler).
[14] Pensons notamment à MINTZBERG (1986) qui décrit les rôles du cadre supérieur et aux organisations de type autocratique.

1.2.3. Entrepreneur-manager

La nouvelle organisation industrielle a permis un transfert et une reconfiguration de la responsabilité et de la fonction de direction qui étaient alors la propriété d'un seul individu. « *Cette forme est en train d'être supplantée par d'autres où l'autorité suprême est répartie entre plusieurs associées ou même entre un grand nombre d'actionnaires* »[15].

L'essor de l'industrialisation, la complexité des affaires font apparaitre des manager non propriétaire, professionnels de management. L'apparition de la dimension managériale pose le problème de définition de l'entrepreneur se trouve avec la dissociation entre l'exercice du pouvoir de décision dans l'entreprise et la détention de la propriété.

On ne peut passer sans citer la théorie de l'entreprise managériale de BERLE et MEANS, à travers leur ouvrage publié en 1932 consacré à la propriété privée, Adolf BERLE et Gardiner MEANS ont considérés que le développement de la société par action génère la séparation de la propriété et la gestion. Le pouvoir décisionnel passe des actionnaires propriétaires de l'entreprise, à des managers en charge de sa gestion.

Sur le même chemin, nous trouvons la théorie de l'agence fondée par M. JENSEN et W. MECKLING (1976), cette théorie est appréhendée comme un contrat commercial. Elle est illustrée par la relation d'agence[16] entre propriétaire du capital et le dirigeant de l'entreprise, le manager.

Les dirigeants déterminent la stratégie et la font avaliser par les propriétaires. Ils la mettent en œuvre, déterminent et cherchent les ressources en capital et en travail nécessaire pour atteindre les objectifs. Ils font le choix d'une structure et organisent l'activité.

Les propriétaires ont des droits (actions/ part sociale) dont ils cherchent à en tirer un revenu et à accroitre la valeur. Les propriétaires font des choix peu risqués visant l'accroissement des résultats de l'entreprise à court terme.

2. L'entrepreneur : Agent central de l'activité économique

Plusieurs auteurs comme J. SCHUMPETER, F. KNIGHT, KIRZNER et d'autres, s'engagent sur une nouvelle voie, celle de la réaffirmation du rôle de l'entrepreneur en tant que personnage clé de l'activité économique.

2.1. L'entrepreneur Schumpetérien

Après avoir été escompté dans la théorie managériale ou l'entrepreneur était remplacé par le couple « actionnaire-manager »; Le concept a connu une renaissance grâce à SCHMPETER. Considéré comme le père du champ de l'entrepreneuriat, il trouve que l'entrepreneur est le personnage clé de l'activité économique.

[15] Op.cit., TOUNES A, « *L'entrepreneur : l'odyssée d'un concept* », p.8.
[16] La théorie d'agence est un contrat par lequel une ou plusieurs personnes engagent un agent pour exécuter en son nom une tâche quelconque qui implique une délégation d'un certain pouvoir de décision à l'agent.

L'entrepreneur est un agent économique à part entière, sa fonction consiste à innover et mettre en place de nouvelles combinaisons de facteurs de la production. D'après lui, l'entrepreneur est le moteur du progrès technique.

« *Un entrepreneur est une personne qui veut et qui est capable de transformer une idée en une innovation réussie* »[17], selon J. SCHUMPETER, seuls les individus capables d'innover méritent l'appellation 'd'entrepreneur', ils sont doués d'imagination et font preuve d'initiative et de volonté. Ils assurent le passage entre le monde scientifique de la découverte et des inventions, et le monde économique des innovations.

J. SCHUMPETER voit l'entrepreneur comme celui qui joue un rôle dynamique et révolutionnaire dans le développement du capitalisme, ce rôle qui consiste à réformer ou à révolutionner la routine de production en exploitant une invention ou, plus généralement, une possibilité technique inédite, car il perçoit l'entrepreneur comme celui qui consiste son énergie et risque son argent pour produire et vendre autre chose autrement, comparé à ce que font les entreprises en place « la concurrence destructrice ».

2.2. Le risque et l'incertitude : KNIGHT

KNIGHT (1921) relie la fonction entrepreneuriale et la prise de risque, de fait que l'entrepreneur prend des décisions dans un contexte de grande incertitude non probabilisable. Cette dernière signifie qu'un agent économique ne peut, à partir de l'expérience passée, effectuer des probabilités des événements futurs. Il est alors impossible d'appliquer les méthodes probabilistes pour orienter la prise de décision[18].

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

2.3. La théorie de l'efficience X de LEIBENSTEIN

Selon LEIBENSTEIN (1968), deux entreprises indiques qui utilisent les mêmes facteurs de production n'aboutissent pas aux mêmes résultats, d'une inspiration 'néo-Schumpetérienne' cet auteur cherche à séparer la routine de l'innovation. A partir de là, il distingue deux aspects dans l'activité d'entreprise : ce qui est de la routine, qui regarde le management et ce qui est exceptionnel et qui est la véritable fonction de l'entrepreneur[19].

La théorie d'efficience X s'intéresse au degré d'inefficience dans l'utilisation des ressources au sein de la firme. Elle représente la mesure dans laquelle la firme ne parvient pas à atteindre son potentiel productif, soit parce que les ressources sont employées de manière inappropriée, soit parce qu'elles sont gaspillées.

---

[17] HERNANDEZ, « *L'entrepreneuriat, approche théorique* », 2001, p74.
[18] CAPRON. H, « *Entrepreneuriat et création d'entreprise : Facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise* », de Boeck, Bruxelles, 2009, p18.
[19] Op. cit., TOUNES. A, « *L'entrepreneur, l'odyssée d'un concept* », n°03-73, p11.

LEIBENSTEIN considère la fonction d'entrepreneur comme une réponse créative à l'inefficience X, il note que l'entrepreneur est le moteur de la croissance.

2.4. La vigilance de l'entrepreneur : KIRZNER

Pour KIRZNER (1973), l'entrepreneur doit être vigilant pour détecter puis exploiter les opportunités qui peuvent se présenter. L'entrepreneur se présente comme l'agent économique qui exploite l'information[20].

Cette vigilance entrepreneuriale, peut être définit « *comme une sorte de capacité particulière des entrepreneurs à acquérir l'information de façon spontanée. Cette capacité se manifeste par la faculté de percevoir les opportunités offertes par le marché* »[21]. Grâce à cette qualité, l'entrepreneur sait comment combiner les facteurs de production et comment trouver les personnes ayant les informations dont il a besoin pour trouver des sources de profit.

3. L'entrepreneur dans la pensée contemporaine

Les auteurs contemporains ont beaucoup de difficultés pour définir avec précision l'entrepreneur en tant qu'agent économique. Ils étudient le comportement et les caractéristiques de l'entrepreneur pour étudier son apport particulier dans le fonctionnement de l'économie.

3.1. L'entrepreneur chez DRUCKER

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

Pour DRUCKER, l'innovation peut se faire même par rapport au style du management « *le management constitue lui-même une innovation : le management, ce « savoir utile » qui permet pour la première fois à l'homme de faire travailler de façon productive des personnes de qualifications et de discipline très différentes au sein d'une organisation, est une innovation de ce siècle* »[22]. Alors DRUCKER insiste sur l'innovation et le considère comme un élément essentiel dans la fonction entrepreneuriale.

[20] TOUNES A., « *L'intention entrepreneuriale* », Thèse de doctorat en Sciences de gestion, France, 2003, p79.
[21] BOUTILLER S., UZUNIDIS D., « *L'entrepreneur, une analyse socio-économique* », éd. Economica, Paris, 1995.
[22] DRUCKER P., « *Les entrepreneurs* », édition Lattés, 1985, p58.

3.2. L'entrepreneur : Leadership

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

A partir des années 1980 et suivant les travaux de K. LEWIN[24], W. BENNIS a réalisé de nombreuses investigations sur le leadership dans les organisations et il a pu tirer ces principaux résultats[25] :

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

Sa personnalité est orientée vers une capacité à relever des défis, à gérer des contradictions et aussi prendre des risques.

3.3. L'entrepreneur et la théorie de comportement

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

M. WEBER[26] est le premier auteur auquel nous pouvons rattacher l'approche comportementale dans le champ de l'entrepreneuriat. Cependant, selon plusieurs auteurs, celle-ci a été confirmée par la psychologie présente dans les travaux de Mc CLELLAND dans le début de la décennie 1960.

Mc CLELLAND (1960) est l'un des premiers à s'intéresser aux liens qui existent entre l'action des individus (les entrepreneurs) et leur environnement (les valeurs, les croyances et les motivations). Le fondement de son analyse est que le développement économique s'explique par l'esprit d'entreprise, qui lui trouve ses sources dans le besoin d'accomplissement. Les variables environnementales caractérisant les individus sont donc devenues des réels objets d'analyse.

---

[23] BALLAND S., Bouvier A-M., *« Management des entreprises »*, édition DUNOD, p9.

[24] Kurt LEWIN (1939), définit trois types de leadership : ***Le leadership autoritaire*** : direction du groupe par des ordres ; ***Le leadership par laisser-faire*** : direction du groupe sans implication émotionnelle ; ***Le leadership démocratique*** : direction du groupe avec prise en compte de ses remarques et de ses suggestions.

[25] PLANE J-M., « *Management des organisations théories, concept, cas* », édition DUNOD, Paris, 2003, p83.

[26] TOUNES A., « *L'intention entrepreneuriale* », Thèse de doctorat en Sciences de gestion, Université de Rouen, France, 2003.

Section 02 : Notions, typologies et caractéristiques de l'entrepreneur

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

1. Notion de l'entrepreneur

L'entrepreneur est le sujet, l'acteur, et la création d'entreprise, le résultat de son action. Aussi, l'entrepreneuriat ne peut-il être défini qu'en faisant référence à l'entrepreneur.

L'entrepreneur représente l'essence ou le cœur de l'entrepreneuriat. Il innove en fonction des opportunités qui se présentent, mais aussi organise les ressources pour produire et commercialiser, tout en cherchant son intérêt.

L'entrepreneur est celui qui dirige l'entreprise qu'il a créé, qui possède des qualités particulières, qui mettent en œuvre de nouvelles méthodes.

Au sens économique, l'entrepreneur est celui qui combine des ressources, de la main d'œuvre, des matières premières et d'autres actifs pour leur donner une valeur plus grande qu'auparavant, ou encore celui qui introduit des changements, des innovations et un ordre nouveau.

Plusieurs auteurs partagent la définition de ce terme :

Richard CANTILLON (1755), est le premier à faire rentrer le mot « entrepreneur » dans la théorie économique, désigne que « *l'entrepreneur est celui qui assume le risque de l'incertain, du non probabiliste, il s'engage de façon ferme vis-à-vis d'un tiers, sans garantie de ce qu'il peut en attendre* »[27], c'est donc quelqu'un qui affronte le risque, c'est-à-dire qu'il n'y-a aucune garantie de ce qu'il va recevoir d'après sa décision d'entreprendre.

Jean-Baptiste SAY, définit cet acteur comme *« celui qui entreprend de créer pour son compte, à son profit et à ses risques, un produit quelconque* ».

Joseph SCHUMPETER (1935), « *l'entrepreneur est celui qui introduit et conduit l'innovation* ». Selon E.M HERNANDEZ, cette innovation peut revêtir différents aspects : fabrication d'un bien nouveau, introduction d'une méthode de production nouvelle, conquête d'un nouveau débouché, conquête de nouvelle source de matières premières, réalisation d'une nouvelle organisation de la production. Donc l'entrepreneur est celui qui crée une combinaison des facteurs de production de manière à innover au sein du processus de développement économique.

Selon FILLON (1988), *« un entrepreneur est une imaginative, caractérisée par une capacité à se fixer et à atteindre des buts. Cette personne maintient un niveau élevé de sensibilité en vue de déceler des occasions d'affaire. Aussi longtemps qu'il ou elle continue d'apprendre au sujet d'occasions d'affaire possibles et qu'il ou elle continue à prendre des décisions*

[27] HERNANDEZ Emile Michel, « *Le processus entrepreneurial* », Le Harmattan, 1999.

modérément risquées qui visent à innover, il ou elle continue de joue un rôle entrepreneurial »[28].

L'école du management, les entrepreneurs sont des organisateurs de processus de création de richesses économiques. Ce sont des personnes qui organisent, qui gèrent et qui assument le risque.

L'école du leadership, l'entrepreneur est un leader qui sait animer des équipes et conduit les hommes vers l'atteinte des buts et objectifs assignés. Il a une capacité à adapter son style aux besoins des gens. L'entrepreneuriat joue un rôle dans la motivation, la direction et la conduite de son personnel.

Les résultats de la recherche montrent que l'entrepreneur apparaît, comme un individu doté de caractéristiques psychologiques uniques, ayant même une capacité intuitive à entreprendre. Il apparaît à d'autres plutôt comme un manager capable d'innover, d'organiser et d'agir et disposant d'une capacité de leadership.

2. Typologie d'entrepreneur

2.1. Les figures typologiques proposées dans la littérature entrepreneuriale

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

Nous commençons par Norman SMITH qui, en 1967, identifie deux types d'entrepreneurs.

- **L'entrepreneur-artisan :** défini comme ayant une éducation limitée, détenant une formation technique, ne peut pas composer avec son environnement, se méfiant des emprunts. Il adopte une attitude paternaliste au sein de son entreprise.
- **L'entrepreneur opportuniste :** possède plus d'éducation et ses expériences de travail sont diversifiées et nombreuses, mieux intégré dans son environnement, très bon communiquant, cherchant à développer l'affaire qu'il a créé.

J. LAUFER identifie quatre types d'entrepreneur selon « *les motivations psychologiques et les comportements économiques, et cela selon une étude qui portait sur soixante créations d'entreprise, entre 1955 à 1970* »[29].

- **L'entrepreneur manager et innovateur :** formé dans une grande école, et ayant une expérience dans de grandes entreprises, ce type est motivé par le besoin de création, de réalisation et de pouvoir, intéressé plutôt par une dynamique de croissance.
- **L'entrepreneur propriétaire :** la croissance et l'autonomie financière représente pour lui des objectifs importants, donc ses préoccupations permanentes sont la recherche d'équilibre entre la croissance et l'autonomie, généralement il crée son

[28] FILLON Luis Jacques, « *Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendance* », Vol 10, 1997.
[29] FAYOLLE Alain, « *Le métier de créateur d'entreprise* », édition d'organisation, 2003.

entreprise à la suite d'un parcours comme subordonné, et son niveau d'instruction n'est pas élevé.

- **L'entrepreneur technicien :** refuse de la croissance mais cherche l'efficacité, cet entrepreneur choisit un objectif d'indépendance et refuse la croissance qui pourrait l'amener à ne pas atteindre ce but prioritaire. Les besoins de pouvoir et d'autorité sont ses principales motivations. Très fréquemment, l'orientation technologique de l'entrepreneur et de l'entreprise est présente.
- **L'entrepreneur artisan :** recherche en priorité de positions protégées sur le marché, de l'indépendance personnelle et d'un avantage financier, survie. Ainsi il accorde de l'importance à l'autonomie, mais seulement afin de garder son entreprise dans le sérail familial.

KNIGHT 1983, à observer trois types d'entrepreneurs :

- **L'artisan-inventeur :** motivé par l'innovation, et voulant développer un nouveau produit ;
- **Le promoteur :** ses compétences relèvent du domaine commercial, marketing et vente ;
- **Le gérant-général :** coordinateur, réunissant des éléments et des connaissances extérieures pour réaliser sa création.

2.2. Les typologies d'entrepreneurs en Algérie

Mohamed MADAOUI, s'appuie sur une récente recherche conduite auprès de cinquante entrepreneurs de la région d'Alger et de Kabylie, travaillant dans divers secteur d'activité. Quatre types principaux d'entrepreneur se distinguant par leur trajectoire socioprofessionnelle, leurs motivations à créer et à diriger une entreprise sont ainsi dégagées[30].

- **Les entrepreneurs reconvertis :** cette catégorie regroupe les anciens fonctionnaires et cadres du secteur public (directeurs, gestionnaires, ingénieurs…etc.), qui se sont reconvertis par opportunité dans les années quatre-vingt-dix dans le secteur privé en créant leur entreprise soit seuls ou en s'associant à des porteurs de capitaux (amis ou membre de la famille). Ce type d'entrepreneur âgé de plus de cinquante ans et ont un niveau d'instruction initial élevé égal ou supérieur au baccalauréat obtenu généralement dans des filières techniques bénéficiant de formations continues de haut niveau et d'un réseau de relations qui constituent un atout dans leur décision d'entreprendre. Leurs motifs avancés relèvent le plus souvent de l'opportunité nouvelle de « faire de l'argent » et d'échapper au monde « routinier » et « trop hiérarchisé » de la fonction publique.

[30] MADAOUI M., « *Les nouvelles figures de l'entrepreneuriat en Algérie : un essai de typologie* », cahier du CREAD, n°85-86, 2008.

- **Les entrepreneurs contraints :** ce type d'entrepreneur voient la création d'entreprise comme un moyen d'échapper au chômage et à la précarité due à la crise liée au contexte de transition vers l'économie de marché.
- **Les entrepreneurs migrants :** ce sont des entrepreneurs qui, de par leurs trajectoires, ont connu une longue période d'immigration en France où ils disent avoir acquis une longue expérience professionnelle soit en qualité de commerçants, soit en tant que salariés et ouvriers dans des usines françaises. C'est dans le registre de « l'opportunité » que sont explicitées les raisons à rentrer en Algérie et à créer une entreprise : l'opportunité des nouvelles lois du secteur privé, ouverture et remise en cause de la gestion socialiste.
- **Les entrepreneurs héritiers :** se caractérisent par la présence dans la famille d'une longue tradition commerçante et entrepreneuriale qui remonte parfois à plusieurs générations. Ces héritiers sont motivés par un seul objectif : poursuivre le métier du père et perpétuer les traditions du travail familial.

3. Les caractéristiques de l'entrepreneur

Difficile de dire s'il existe un profil-type de l'entrepreneur, mais de nombreuses études font état de l'existence des caractéristiques et des traits de personnalités, des traits de comportement dans l'action qui sont le lot commun des entrepreneurs qui réussissent sont :

- **Energie et dynamisme**

On ne devient pas entrepreneur et, surtout, on ne réussit pas dans cette fonction si le temps de travail est celui des accords professionnels. On n'est pas entrepreneur à temps partiel ! Créer une entreprise représente un effort important, mobilisateur de temps, d'énergie, la développer de même.

- **Confiance en soi**

Un investisseur n'acceptera pas de placer des fonds dans une affaire gérée par quelqu'un qui n'aurait pas confiance en soi. Confiance en soi, mais pas confiance qu'en soi. Détermination, mais pas obstination. Rester sourd aux avertissements qui donnent les traits est l'une des causes fréquentes de faillite.

- **Capacité à intégrer le long terme**

Créer une entreprise, une organisation, suppose, dans le présent, développer un ensemble d'actions qui n'auront un sens que plus tard. Il n'y a pas de création d'entreprise réussie sans capacité à imaginer demain, sans perception de la durée, sans vision du moyen et du long terme. Les objectifs de l'entrepreneur sont situés dans le futur. Tout ce qu'il fait dans le présent aura une conséquence demain.

- **Capacité à résoudre de multiples problèmes**

Lorsqu'on crée une entreprise, on doit s'attendre et être prêt à surmonter des difficultés de tous ordres, traiter plusieurs problèmes en même temps. Il ne suffit pas de les résoudre théoriquement, mais en plus de mettre les solutions en œuvre.

- **Acceptation de l'échec**

L'échec fait partie de la réussite. Il n'existe pas d'œuvre humaine sans revers ou déconvenues. Pour le vrai entrepreneur, l'échec, l'erreur, le revers est source de remise en question, de détention de nouvelles opportunités et donc de réussite ultérieure.

- **Mesure dans la prise du risque**

L'entrepreneur n'est pas un joueur qui s'enrichit en faisant un coup. Il prend des risques longuement appréciés, calculés, qui sont dans une perspective à moyen ou long terme.

- **Ouverture à l'innovation et à la création**

Pour qu'une entreprise survive, elle doit évoluer : dans ses produits, dans ses structure, sur le plan social. D'où la nécessité d'une ouverture généralisée à l'innovation.

Plusieurs chercheurs ont essayé d'identifier les caractéristiques qui différencient les entrepreneurs des autres individus. Ils ont cherché à déterminer d'une manière exhaustive les caractéristiques du modèle type d'entrepreneur.

Figure n°01 : Caractéristiques le plus souvent attribuées aux entrepreneurs par les spécialistes en comportement[31]

Innovateurs	Besoin de réalisation
Leaders	Internalisé
Preneurs de risque modérés	Confiance en soi
Indépendants	Implication à long terme
Créateurs	Tolérance à l'ambiguïté et à l'incertitude
Energétique	Initiative
Persévérants	Apprentissage
Originaux	Utilisation des ressources
Optimistes	Sensibilité envers les autres
Orientés vers les résultats	Agressivité
Flexibles	Tendance à faire confiance
Débrouillards	Argent comme mesure de performance

[31] WTTERWULGHE R., « *La PME : une entreprise humaine* », Boeck Université, 1998, p132.

Conclusion :

Plusieurs études ont démontré que les fondateurs d'entreprise « les entrepreneurs » possèdent certaines caractéristiques particulières qui contribuent au déclanchement du processus de la création d'entreprise.

Ces caractéristiques sont liées à l'origine de l'entrepreneur et à son histoire qui regroupent des caractéristiques propres à l'individu (telles que l'âge et le sexe), des variables propres à son passé (son éducation ou son expérience professionnelle), l'entourage entrepreneurial et des éléments relationnels ayant pu l'influencer dans ses choix (tissu relationnel et familial).

Chapitre II :

Motivations à la création des entreprises : cas de la wilaya de Bejaia

Chapitre II : Motivations à la création des entreprises : cas de la wilaya de Bejaia

Introduction :

Les motivations entrepreneuriales des entrepreneurs proviennent d'une combinaison complexe de facteurs qui sont interdépendant, c'est un processus qui ne saurait se réduire à un phénomène constant. La création est annoncée par les différents déterminants, les facteurs motivationnels déterminent le comportement.

Plusieurs motivations peuvent mener à la création de l'entreprise. Le défi est un caractère motivationnel, c'est d'avoir l'amour du risque.

Section 01 : Généralités sur les motivations

1. Comprendre l'acte entrepreneurial

Plusieurs théories ont été élaborées pour expliquer les raisons de l'esprit d'entreprendre, nous présentons dans cette partie celles qui nous paressent plus pertinentes.

1.1. Les approches par les caractéristiques et les besoins des entrepreneurs

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

L'entrepreneur est considérer comme un acteur essentiel dans l'acte entrepreneurial qu'il faut découvrir ses motivations, ses caractéristiques psychologiques et ses traits de personnalités, ses caractéristiques sociodémographiques, qui lui incitent à entreprendre.

En effet, certaines recherches réalisées dans le cadre de ces approches n'ont pas réussi à générer une liste complète des caractéristiques entrepreneuriales. Autrement dit, certains chercheurs ont rencontré des difficultés à classer les entrepreneurs selon leurs traits de personnalité. Par ailleurs, GARTNER (1988) a montré l'impossibilité de définir les caractéristiques permettant de distinguer les entrepreneurs dans une population[32].

Les limites de l'approche par les traits ont conduit à des recherches sur les besoins auxquels les individus veulent répondre lorsqu'ils s'engagent dans une démarche entrepreneuriale.

Les théories psychologiques de l'entrepreneur prennent leur base du besoin d'accomplissement de McCLELLAND. Pour cet auteur, il existe des facteurs endogènes tels que les valeurs humaines et les motivations qui poussent les individus à exploiter les opportunités économiques, et d'autres facteurs exogènes (opportunités économiques, climat social).

[32] HERNANDEZ E-M., « *L'entrepreneuriat, approche théorique* », édition l'Harmattan, France, 2001, p89.

Le besoin d'accomplissement selon McCLELLAND, apparaît comme le premier des motivations, et se définit par le souhait de mieux faire, non pas pour le prestige, la reconnaissance sociale ou l'argent, mais pour répondre à un besoin de réalisation personnelle.

1.2. Les approches comportementales de l'entrepreneur

L'approche comportementale considère la création d'une entreprise comme un événement contextuel, le résultat d'influences multiples. L'entrepreneur est un élément d'un processus complexe de la création d'une nouvelle entité. L'organisation est conçue en tant que premier niveau d'analyse et l'individu est perçu en termes d'activités à mener afin qu'émerge l'organisation.

1.2.1. Le modèle de la formation organisationnelle

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

- La propension à créer : certains individus ont une combinaison de caractéristiques psychologiques et un passé professionnel qui les rendent plus susceptibles de créer une entreprise.
- L'intention de créer : parmi ceux-ci certains rencontrent des situations qui augmentent leur probabilité de s'engager dans des comportements de création.
- La structuration des informations : cette étape consiste à rechercher et à trouver dans l'environnement des informations pertinentes.

La décision d'entreprendre peut s'expliquer par l'environnement. Si l'environnement est favorable au créateur (capacité de trouver les ressources nécessaires, marché absorbant), il décidera à se lancer dans son projet.

1.2.2. Le modèle de l'intention entrepreneuriale

Le modèle de l'intention couvre une combinaison des facteurs personnels et contextuels qui prédisposent les individus à avoir l'intention de créer une entreprise. *« L'intention de créer une entreprise est supposée dépendre de trois éléments : l'attrait perçu de la création d'entreprise ; le degré d'incitation à entreprendre perçu dans l'environnement social ; la confiance qu'à l'individu en sa capacité à mener à bien le processus entrepreneurial »*[33].

L'intention entrepreneuriale est présentée par les deux modèles suivants :

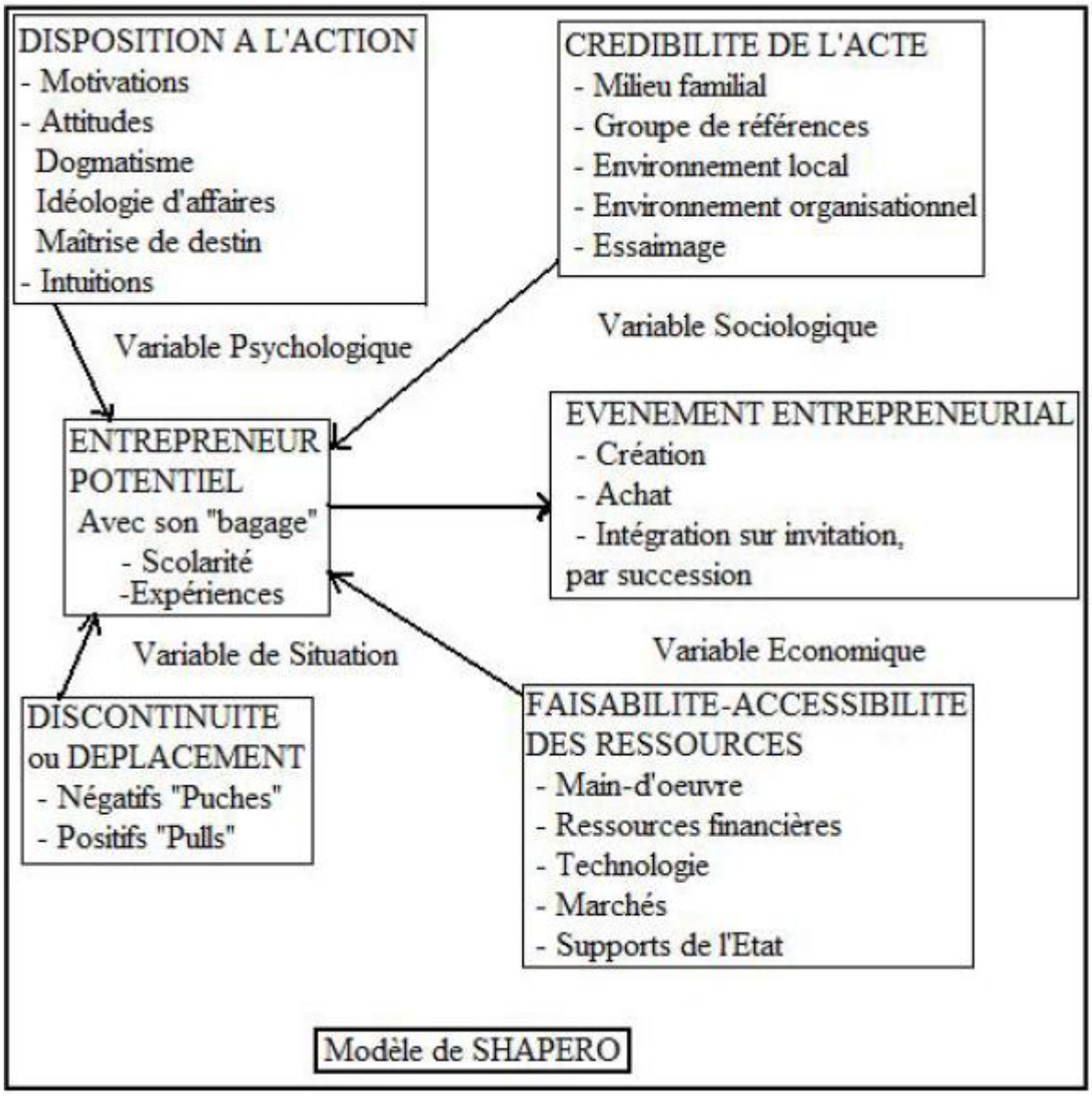
1.2.2.1. Le modèle de l'évènement entrepreneurial

Les travaux de SHAPERO sont basés sur un modèle général de création d'entreprise qui date de 1975 et qui a connu un grand succès parmi les chercheurs qui s'intéressent à ce

[33] BOISSIN J-P, CHOLLET. B, EMIN. S, *« Le faible attrait des étudiants pour l'entrepreneuriat : éléments d'analyse pour l'action »*, XIVème Conférence International de Management stratégique, pays de la Loire, Angers, 2005.

domaine. Selon cet auteur, la création d'entreprise est un phénomène multidimensionnel[34], il faut pour l'analyse prendre en compte des caractéristiques psychologiques du créateur et un certain nombre de facteurs contextuels.

Figure n°02 : Le modèle de l'évènement entrepreneurial de SHAPERO[35]



Source : Emin. S, « *La création d'entreprise en contexte universitaire : les facteurs de l'engagement* ».

[34] HERNANDEZ E-M, « *Le processus entrepreneurial : vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat* », L'Harmattan, 1999, p35.
[35] EMIN. S, « *La création d'entreprise en contexte universitaire : les facteurs de l'engagement* », L'Association International de Management Stratégique, Université Laval, Québec, p3.

Ce modèle se base sur quatre variables :

- **La disposition à l'action, variable psychologique :** SHAPERO insiste sur le fait que les entrepreneurs ont un grand désir d'indépendance et de contrôle de leur environnement. Des motivations et des qualités attribuées aux individus et qui leur permettent d'avoir une disposition favorisée à l'action entrepreneuriale.
- **La crédibilité de l'acte, variable sociologique :** pour SHAPERO, elle constitue une condition essentielle de la création de l'entreprise : « *La plus puissante variable que l'on puisse trouver associée à l'acte de création d'une entreprise est la crédibilité de l'acte d'entreprendre. L'individu doit être capable de s'imaginer lui-même faisant démarrer et dirigeant une entreprise* »[36]. L'attrait de la personne pour la création d'organisation se construit par l'influence de la famille, des groupes de références, des milieux professionnels, des contextes scolaires et de la culture.
- **La faisabilité de l'acte, variable économique :** SHAPERO la distingue comme 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) afin de créer son entreprise.
- **La discontinuité ou déplacement, variable de situation :** selon SHAPERO, il existe deux types de situations ; des situations perçues comme négatives par le créateur potentiel et qualifiées de ***Pushes*** et des situations perçus comme positives et qualifiées de ***Pulls*** :

- Situations négatives : d'après SHAPERO, elles représentent 65% dans son étude[37]. Il s'agit de situations liées à l'emploi, par exemple : insatisfaction dans le travail, mauvaise relation avec la hiérarchie, absence de possibilité de promotion. Comme, il peut s'agir de discontinuité diverses, par exemple : fin d'études, la fin du service militaire ou encore la sortie de prison.
- Situation positives : elles sont rares par rapport aux situations négatives, seulement 28% dans l'étude de SHAPERO. Elles résultent de la découverte d'un nouveau produit, la rencontre d'un partenaire, d'un futur associé.

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

1.2.2.2. Le modèle de l'action raisonnée

Le modèle de l'action raisonnée (AJZEN et FISHBEIN, 1980)[38] 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.

---

[36] EMIN S., « *L'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : Le cas français* », Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Pierre Mendès, France, Novembre 2003, P120.
[37] Ibid. EMIN Sandrine, p5.
[38] DIF A., « *L'entrepreneuriat féminin, cas de la wilaya d'Oran* », mémoire de magister en sciences commerciales, Université d'Oran, 2010, p45.

Ce modèle suppose que la réalisation d'un comportement est liée à l'attitude de l'individu envers ce comportement et aux normes subjectives associées au fait de le réaliser.

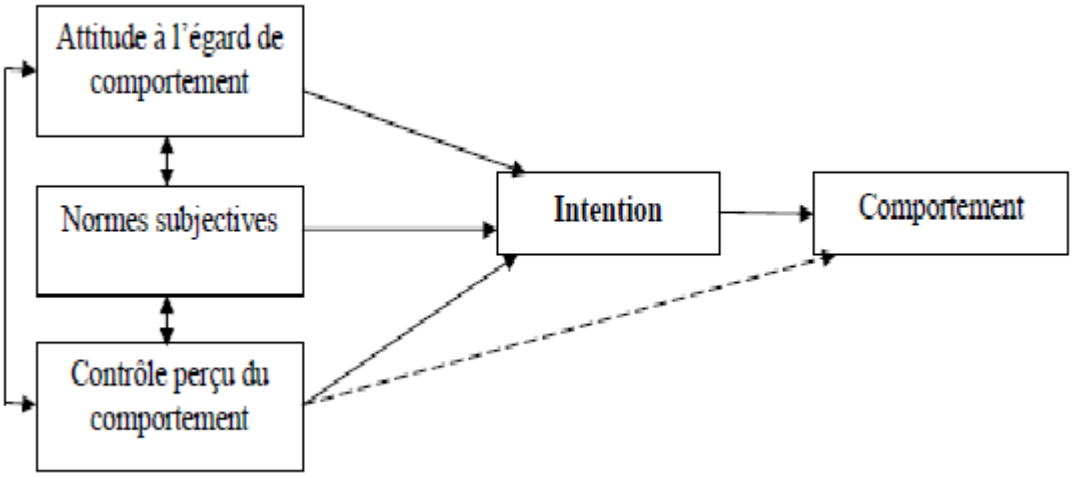
L'attitude : est formée de deux éléments : les croyances relatives à l'engagement dans un comportement et par l'évaluation des conséquences de cet engagement.

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

La théorie de comportement planifiée d'AJZEN est venue compléter la théorie de l'action raisonnée, en ajoutant un troisième élément qui est :

Le contrôle sur le comportement : c'est la perception d'un individu de la facilité ou de la difficulté d'accomplir un comportement donné.

Figure n°03 : La théorie du comportement planifiée[39]



Source : AJZEN (1991) selon DIF A., « *L'entrepreneuriat féminin, cas de la wilaya d'Oran* ».

Pour le modèle du comportement planifié, le contrôle sur le comportement est l'élément principal lié à l'engagement dans un comportement donné. L'intention est caractérisée par l'attitude, les normes subjectives et la perception de contrôle.

1.3. 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.

[39] BOISSIN J-P, CHOLLET B, EMIN S, « *Le faible attrait des étudiants pour l'entrepreneuriat : éléments d'analyse pour l'action* », XIVème Conférence International de Management Stratégique, pays de la Loire, Angers, 2005.

BOUCHIKHI 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 réunir seul et isolément, mais il appartient à un milieu qui le fait évoluer, en lui fournissant tous les moyens matériels et immatériels nécessaire aux nouvelles entreprises.

Les environnements socioéconomique, institutionnel et culturel constituent des facteurs importants qui facilitent l'activité entrepreneuriale. La croissance économique, la dimension marchée (marché de travail, marché des biens et des services, matières première), 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.

Ainsi, trois ensembles de caractéristiques culturelles sont retenus : les dimensions économiques et démographiques, les raisons socioculturelles et les motifs politiques.

1.3.1. Les dimensions économiques et démographiques

Les recherches 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* (GEM)[40].

Autres recherches ont montré que l'entrepreneuriat dépend fortement de la masse démographique. Parmi celle-ci, nous citons les recherches de Mc MILAN qui démontre que le dynamisme entrepreneurial est fortement lié à la densité de population des entreprises et aux relations entretenue entre elles, mais en même temps ils doivent faire face à une intensité concurrentielle très forte[41].

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.

1.3.2. Les raisons socioculturelles

Le concept de capital social est utilisé par BOUTILLIER et UZUNIDIS 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,…etc. difficilement accessibles sans l'existence de relations interpersonnelles.

---

[40] « ***G**lobal **E**ntrepreneurship **M**onitor* » (GEM) ou projet de suivi global de l'entrepreneuriat a pour but de réunir les meilleurs experts mondiaux pour étudier les relations complexes entre l'entrepreneuriat et la croissance économique.

[41] DANJOU I., « *L'entrepreneuriat : un champ fertile à la recherche de son unité* », Revue française de gestion, n°138, 2002, p112.

1.3.3. 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[42]. Les Etats accordent des aides spécifiques aux entrepreneurs sous forme d'avantage financiers, formation, conseil et d'assistance aux personnes en difficultés.

Le système est créée dans le but de soutenir l'emploi et de diminuer la disparition d'entreprises individuelles[43].

2. Définition de la motivation

Selon de dictionnaire de DICO du manager (2009), la motivation désigne « *L'ensemble des raisons rationnelles, émotionnelles, personnelles ou l'intérêt général, physiques et/ou psychologiques, qui pousse un acteur à l'action (déclenchement d'une conduite ou d'un comportement) et/ou à l'adoption d'une attitude particulière et/ou à l'expression d'une opinion* ». Un deuxième sens est : « *ensemble des forces internes qui poussent l'individu à agir* »[44].

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

2.1. Les principales motivations des entrepreneurs

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

Alain FAYOLLE (2004) manifeste sur l'existence d'une motivation principale parmi d'autres motivations personnelles pour lesquelles les individus décident de créer ou de reprendre une entreprise. La question posée par cet auteur est la suivante : Est-ce que l'entrepreneur est motivé principalement par l'argent ?[45]

---

[42] L'introduction des systèmes d'appui et d'accompagnement en Algérie à partir des années 90 pour la promotion de l'entrepreneuriat.
[43] Cette dernière représente une part importante dans le tissu économique, elle représente 90% du tissu algérien selon l'office national des statistiques.
[44] Selon le dictionnaire Larousse de l'éducation.
[45] FAYOLLE A., « *Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre* », édition DUNOD, Paris, 2004, p65.

P-A JULIEN et MARCHESNAY (1996)[46], disent que le bon choix des décisions de l'entrepreneur sera marqué par le profit, qui est l'un des grands objectifs de l'investisseur.

La théorie économique a toujours dit que le profit est rarement le premier objectif de l'entrepreneuriat. Ce profit peut être d'une part une contrainte pour compenser les coûts et surtout assurer la survie de l'entreprise et d'autre part il permet de faire face à de nouveaux défis pour soutenir la croissance et les nouveaux investissements.

Dans le même sens Alain FAYOLLE (2004)[47], précise que contrairement aux idées reçues, les entrepreneurs, quel que soit le pays considéré, mettent plus souvent en avant les motivations suivantes :

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

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

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

2.1.1. Motivations psychologiques

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

- **Besoin d'indépendance**

« *Etre son propre parton* » est l'explication donnée comme un motif de création d'entreprise. COLLINS et MOORE considèrent le besoin ou bien le désir d'autonomie comme un facteur de base dans la création d'une nouvelle entreprise[48]. 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.

[46] JULIEN P., et MARCHESNAY, « *L'entrepreneuriat* », édition Economica, Paris, 1996, p53-54.
[47] Op.cit., FAYOLLE A., (2004), p69.
[48] CACHON J., « *Entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi ?* », p19.

- **Besoin d'accomplissement**

Selon McCLELLAND, les personnes ayant un fort besoin d'accomplissement, ils 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.

- **La créativité et l'innovation**

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

Selon certains auteurs, les entrepreneurs ont un comportement particulièrement innovateur et créatif, alors que leur recherche du gain financier représente seulement une raison mineure pour devenir employés à leur compte. La gestion de l'innovation est également considérée comme le principal défi auquel les entrepreneurs font face afin de concurrencer leurs adversaires[49].

- **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 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'internalisé de contrôle**

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

2.1.2. Motivations sociologiques et culturels

Les facteurs sociologiques et culturels sont des éléments directement liées aux différents milieux de l'individu, et qui peuvent jouer un rôle sur leur propension à

[49] Op.cit. CACHON J., p18.

entreprendre. Ces milieux (famille, école, universités, société, entreprises, professions, territoires), exercent sur l'individu de nombreuses influences.

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

- **L'âge**

La jeunesse et les qualités qui y sont associées peuvent constituer un plus. La carrière d'entrepreneur commence dans la plupart des cas entre 22 et 55 ans. Sans doute, elle peut débuter plus tôt ou plus tard, mais la chose est moins probable puisqu'il faut à l'entrepreneur de l'expérience, du savoir-faire pertinent, une assise financière et beaucoup d'énergie pour lancer et gérer avec succès une nouvelle entreprise. Dans une recherche[50] faite sur les entrepreneurs naissants au Canada, ils ont observé que 57% de ceux-ci ont entre 25 et 44 ans et possèdent jusqu'à 10 ans d'expérience dans le domaine dans lequel évoluera la nouvelle entreprise.

- **La famille et les proches**

Les aspects de l'environnement familial de l'individu ont un impact sur la décision d'entreprendre, la profession et le statut social de son père ou de sa mère et ses relations avec ses parents. Pour certains économistes, la profession des parents est déterminante dans la vie des entrepreneurs, car la famille joue un rôle essentiel, les jeunes issus d'une famille d'entrepreneurs sont plus disposés à entreprendre. Les jeunes grandissant dans ce genre de famille ou d'entourage, considèrent leurs parents ou ses proches comme des modèles à imiter[51].

- **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 projet[52]. Le système éducatif permet donc de sensibiliser les étudiants, de valoriser l'image de l'entrepreneuriat[53] et apporte les connaissances et les compétences qui aident les individus à prendre les bonnes décisions, à élaborer des projets solides et à créer des entreprises dotées d'un potentiel important de croissance.

- **L'expérience professionnelle**

Les activités professionnelles antérieures jouent un rôle important dans la création, la croissance et la réussite de l'entreprise. La connaissance d'une technique et d'un secteur

[50] GASSE Y., « *L'influence du milieu dans la création d'entreprise* », Centre d'entrepreneuriat et de PME, Québec, Université Laval, 2003, p52.
[51] Ibid. GASSE Y., p55.
[52] Op.cit. CACHON J., p33.
[53] Ibid. GASSE Y., p58.

d'activité a une influence importante sur l'activité entrepreneuriale. De ce point de vue[54], certains domaines d'expérience ont une importance particulière, par exemple, l'obtention des financements auprès des banques, implantation des établissements industriels, création des réseaux de distribution et l'établissement des plans commerciaux d'attaque du marché. Il est généralement plus facile de lancer une deuxième, troisième ou une quatrième entreprise que de lancer la première.

- **Le territoire**

Le territoire dans lequel l'entrepreneur (ou celui qui se destine à l'entrepreneuriat) passe sa vie personnel ou professionnelle joue un rôle important qui ne peut être pas négligé. Un territoire peut, en effet, constituer un pôle d'attraction entrepreneuriale[55]. Il est considéré comme un déterminant grâce à la disponibilité d'atouts naturels et d'infrastructures de base tels (réseaux routières, aéroport, télécommunication, réseaux d'énergie, tissu économique), ainsi qu'aux ressources humaines, financières et technologiques.

2.1.3. Motivations économiques

Les facteurs économiques[56] 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'entrepreneur. Une région, où la main d'œuvre est le bon marché, son taux de création d'entreprise s'accroît.

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

- La demande de marché et son accessibilité : L'existence de marchés ouverts influence positivement la création d'entreprise. Cependant, il existe des marchés ouverts mais encombrés, d'autres sont fermés ou très réglementés, l'implantation d'une nouvelle entreprise y quasiment impossible. Les réseaux personnels et professionnels constituent des éléments facilitateurs qui permettent de gagner du temps et de l'efficacité face à la complexité des démarches et procédures. Aussi, les entreprises se localisent le plus près possible de la demande en vue de minimiser les 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 sont influencé par la proximité du marché[57].

---

[54] Op.cit. GASSE Y., p62.
[55] FAYOLLE A., « *Le métier de créateur* », édition d'Organisation, 2003, p66.
[56] Ibid. FAYOLLE A., p67.
[57] Capron HOLL, « *Entrepreneuriat et création d'entreprises, facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise* », édition de Boeck, Paris, 2009, p59.

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

Section 02 : Enquête porté sur les motivations à la création des entreprises : cas de la wilaya de Bejaia

La qualité et la diversité du territoire de la wilaya de Bejaia, son tissu urbain est caractérisé par une continuité ininterrompue d'occupation depuis l'antiquité. Cela est considérer comme un des atouts qui lui permettent d'offrir d'immenses possibilités d'investissement.

1. La présentation socio-économique de la wilaya de Bejaia

1.1. La situation géographique

La wilaya de Bejaia qui se situe au Nord-Est de la région centre de l'Algérie, occupe une superficie de 3 268 Km² et limitée par la mer méditerrané au Nord ; la wilaya de Jijel à l'Est ; les wilayas de Sétif et Bordj-Bou-Arreridj au Sud ; et les wilayas de Tizi Ouzou et Bouira à l'Ouest. La wilaya de Bejaia est composée de 19 Daïras et 52 Communes[58].

Son littorale peut se présenter comme une masse montagneuse, traversée par le couloir formé par la vallée de la Soummam qui se compose de trois ensembles de reliefs :

L'ensemble de montagnes : qui occupe 75 % de la superficie totale de la wilaya. Elle est représentée sous les chaines de Bibans, Babors et Djurdjura

L'ensemble de piémonts : il représente la zone intermédiaire entre la plaine et la montagne, constitué d'une succession de collines.

L'ensemble de plaine : à 80 Km de long sur une largeur maximale de 04 Km, se situe les plaines de la vallée de la Soummam qui apparait comme une bande sinueuse.

1.2. L'aspect démographique

La population total de la wilaya à la fin 2018, est estimée à 978 050 habitants d'où la densité de 276,6 habitants/Km² répartie en 190 766 individus dans la commun de Bejaia, 57 103 à Akbou, et 40 256 dans la commun d'Amizour. La distribution de la population fait ressortir que 61 % des habitants vivant dans les chefs-lieux, 26 % dans les agglomérations

[58] Bulletin d'information statistique de la PME, n°26, 2014, direction générale de la veille stratégique, des études et des systèmes d'information.

secondaires et le reste dans des hameaux et les zones éparses. Ainsi la population vivant en agglomération représente 87,6 %. 501 673 sont des hommes soit 51,29 % de total de la population et 543 250 sont âgée entre 19 ans et 44 ans soit 55,54 %, sachant que la population active est de 510 641[59].

1.3. Les potentialités économiques

1.3.1. Secteur de l'agriculture

Ses opportunités d'investissements

- Conditionnement de fruits et légumes ;
- Traitement et valorisation de grignon d'olives ;
- Collectes et transformation de lait ;
- Abattoirs avicoles ;
- Transformation et conditionnement des viandes ;
- Traitement de fientes de volaille ;
- Pépinières arboricoles.

1.3.2. Secteur de pêche et de l'aquaculture

Ses opportunités d'investissement

- Acquisition et réhabilitation des bateaux de pêche ;
- Appui aux activités liées à l'outil de production ;
- Acquisition de soutien à la production (chaines de froid, créations de fabrique d'aliments, création d'unités de fabrication d'emballage,…) ;
- Aquaculture (création d'établissements conchylicoles, création de fermes marines).

1.3.3. Secteur des mines

- **Les gisements :** le territoire de la wilaya recèle des gisements de substances minérales, métalliques importants : les gisements d'argile à R'mila, le gypse de Boudjellil, les grés siliceux de Taourirt Ighil,…etc.
- **Les agrégats :** avec une capacité de production annuelle de 1 660 300 tonnes, 21 carrières d'agrégats dont 04 de statut privé sont recensées et 08 nouvelles carrières.
- **L'Argile :** représente une capacité annuelle de 123 000 tonnes, R'mila, Oued Kintouche, Ighil Ouberouak sont les sites de localisation des gisements.
- **Le gypse :** sa capacité de production annuelle est de 29 800 tonnes, il se situe au niveau d'Ain El Bir commune de Boudjellil.

[59] Bulletin d'information statistique de la PME, n°26, 2014, direction générale de la veille stratégique, des études et des systèmes d'information.

1.3.4. Secteur de tourisme

Bejaia que certains qualifient de la perle de l'Afrique du nord, possède des potentialités naturelles et historiques qui font d'elle une destination touristique incontournable, elle est considérée comme une région de fascination, de savoir et de convoitise. Bejaia compte des richesses considérables notamment des montagnes denses de végétation, le Cap Carbon, le Pic des Singes, le Parc National de Gouraya et 46 plages dont 35 sont autorisées à la baignade.

L'exploitation de ces ressources pourra donner naissance à une économie touristique prospère génératrice de richesses et d'emplois. Mais avec un nombre de 50 hôtels qui contient 2120 chambres, l'offre hôtelière est insuffisante au regard de la demande exprimée surtout en été.

1.3.5. Fonciers industriels

Dans la wilaya de Bejaia, les zones industrielles se focalisent dans trois communes, Bejaia possède la zone la plus importante, avec une superficie totale de 109 hectares, dont 103 hectares est cessible, et un nombre de 88 pour chacun des lots crées et lots attribués. Ensuite vient la commune d'El-Kseur avec une superficie totale de 50 hectares dont 33 hectares est cessible, le nombre de lots crées et ceux attribuées est 57 pour chacun des deux. Enfin la commune d'Akbou dispose une zone industriel d'une superficie totale de 40 hectares dont 38 hectares est cessible et 3 hectares est disponible, pour le nombre de lots crées et attribués sont respectivement 6 et 5 hectares, ainsi qu'un lot vacant.

Tableau n°01 : Zone industrielles dans la wilaya de Bejaia

Commune	Propriétaire	Superficie total (Ha)	Superficie cessible (Ha)	Nombre de lots crées	Nombre de lots attribués	Nombre de lots vacants	Superficie disponible
Bejaia	URBAS	119	103	88	88	0	/
El-Kseur	Commune	50	33	57	57	0	/
Akbou	URBAS	40	38	6	5	1	3

Source : Agence National d'Intermédiation et de Régulation Foncière (ANIREF)

Tableau n°02 : Zone d'activité dans la wilaya de Bejaia

Commune	Dénomination	Superficie (Ha)	Lots crées	Lots attribués	Lots disponible
El-Kseur	El-Kseur	16	189	189	0
Fenaia	Ilmaten	10	58	50	8
Ouzellaguen	Hellouane	4	18	18	0
Timzrit	Iderken	4	28	28	0
Seddouk	Seddouk	3	16	16	0
Adekar	Adekar	4	43	43	0
Akbou	Taharachet	25	50	50	0
	Taharachet extension	23	45	41	4
Souk El Tennine	Souk El Tennine	9	93	93	0
Taskriout	Taskriout	2	15	15	0
Akfadou	Tiniri	3	21	0	21
Seddouk	2ème tranches	2	9	9	0
Aokas	Aokas	4	28	28	0
Oued-Ghir	Oued-Ghir	9	93	93	0
Toudja	Toudja	6	32	30	2
Tala Hamza	Tala Hamza	4	26	26	0
Amizour	Amizour	3	13	13	0

Source : Agence National d'Intermédiation et de Régulation Foncière (ANIREF)

Dans le tableau ci-dessus on remarque que les zones d'activités sont répartie sur 16 communes, avec des données globale de 131 hectares de superficie, 777 lots sont créés, 742 lots sont attribuées, et seulement 35 lots disponibles. Les communes qui ont les zones d'activités les plus importante sont essentiellement : El-Kseur, Fenaia, Ouzellaguen, Timezrit, Seddouk, Adekar et Akbou avec des nombres de lots crées sont respectivement 189, 58, 18, 28, 16, 43 et 50 lots.

- **Principale industries**

Il y a 220 unités en activité qui couvre presque toutes les branches d'activités, mais les plus dominantes sont manufacturières et la transformation agro-alimentaire (avec d'importantes capacités dans les corps gras, le sucre, les produits laitiers, les produits céréaliers), ce qui rend le tissu industriel important et diversifie.

2. Indicateurs de l'entrepreneuriat à Bejaia

On réfère aux statistiques de la création d'entreprise, pour présenter les principaux indicateurs de l'entrepreneuriat à travers ses différentes composantes.

2.1. La PME de Bejaia au niveau national

La wilaya de Bejaia occupe une place importante au niveau national en matière d'investissement et de création d'entreprise par rapport aux autres wilayas, en arrivant à la

3ème position avec 29 331 PME en premier semestre 2017, devancée seulement par Alger et Tizi Ouzou. Le tableau suivant représente la répartition spatiale des PME en Algérie.

Tableau n°03 : La répartition spatiale des PME en Algérie

Wilaya	Nombre de PME 2013	Nombre de PME 2014	Nombre de PME 2015	Nombre de PME 2016	Nombre de PME 2017	Population par wilaya (2008)	Taux de concentration
Alger	52 797	56 641	58 854	64 678	66 563	2 988 145	22
Tizi Ouzou	27 139	29 531	31 151	34 743	36 303	1 127 607	32
Bejaia	21 845	23 867	25 198	28 372	29 331	912 577	32
Oran	21 722	24 431	25 906	26 688	27 800	1 454 078	19
Sétif	20 606	22 090	23 127	25 816	26 738	1 489 979	18

Source : Bulletin d'information statistique de PME, édition novembre 2017, n°31

Alger occupe toujours la place de leader, avec 66 563 PME, vient par la suite les autres wilayas détenant les quatre places suivantes dont la wilaya de Bejaia affichant 29 331 PME, soit 4,92% de total général de PME.

La PME se concentrent ainsi là où il y a une concentration de la population qui constitue leur marché (main d'œuvre, les promoteurs) et dans la région du nord dans lesquels les infrastructures de base sont plus présentes et développées.

2.2. Données globales sur la création d'entreprises de la wilaya de Bejaia

2.2.1. La population des PME privées

Le tableau n°04 représente l'évolution de la PME privée dans la wilaya de Bejaia depuis la fin de l'année 2013 jusqu'à la fin de l'année 2017.

Tableau n°04 : La population des PME privée durant (2013-2017)

	PME privées	
	Nombres de PME	Nombres d'emplois
2013	17 164	50 718
2014	18 929	53 151
2015	21 026	56 849
2016	23 472	61 129
2017	25 036	63 484

Source : réalisé à partir des données de la direction des PME de Bejaia

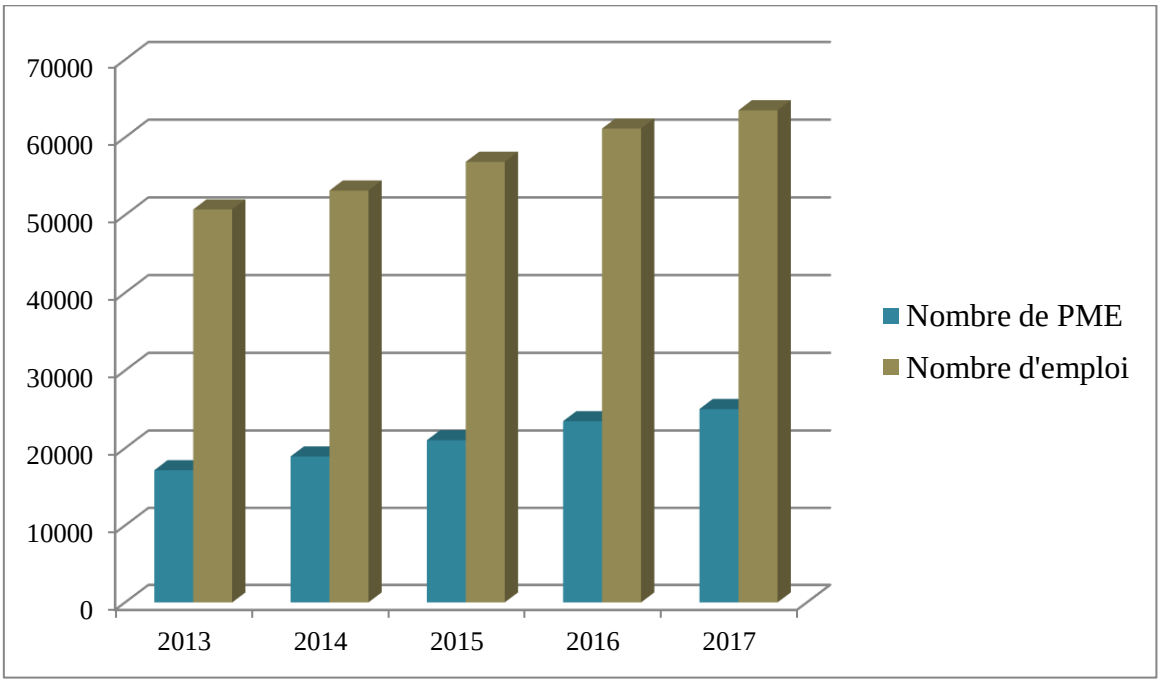
La création des entreprises privées a connu une croissance positive d'une année à une autre, ce qui engendre une évolution remarquable de nombre d'emploi.

En 2013, le nombre de PME privées était 17 164 entreprises et 50 718 postes d'emplois. Ces chiffres ont augmenté d'une année à une autre pour atteindre 25 036 entreprises et 63 484 postes à la fin de l'année 2017. Le nombre de PME privée représente 99,84% de la population globale des PME.

Cette évolution peut être expliquée par l'importance accordée à l'initiative des pouvoirs publics par les dispositifs d'aides à la création des entreprises et la loi favorisant la liberté d'investissement après le code des investissements de 1993. Ces nouvelles créations ont jouées un rôle très important en créant une forte intensité d'emplois.

La figure n°04 représente l'évolution de la PME privées dans la wilaya de Bejaia depuis la fin de l'année 2013 jusqu'à la fin de l'année 2017.

Figure n°04 : L'évolution de la population des PME privées (2013-2017)



Source : réalisé à partir des données de la direction des PME de Bejaia

2.2.2. La population des PME publiques

Après avoir représentée l'évolution des PME privées depuis 2013 jusqu'à 2017, il convient de rajouter l'évolution des PME publiques durant cette période. Comme le montre bien le tableau n°05 :

Tableau n°05 : La population des PME publiques (2013-2017)

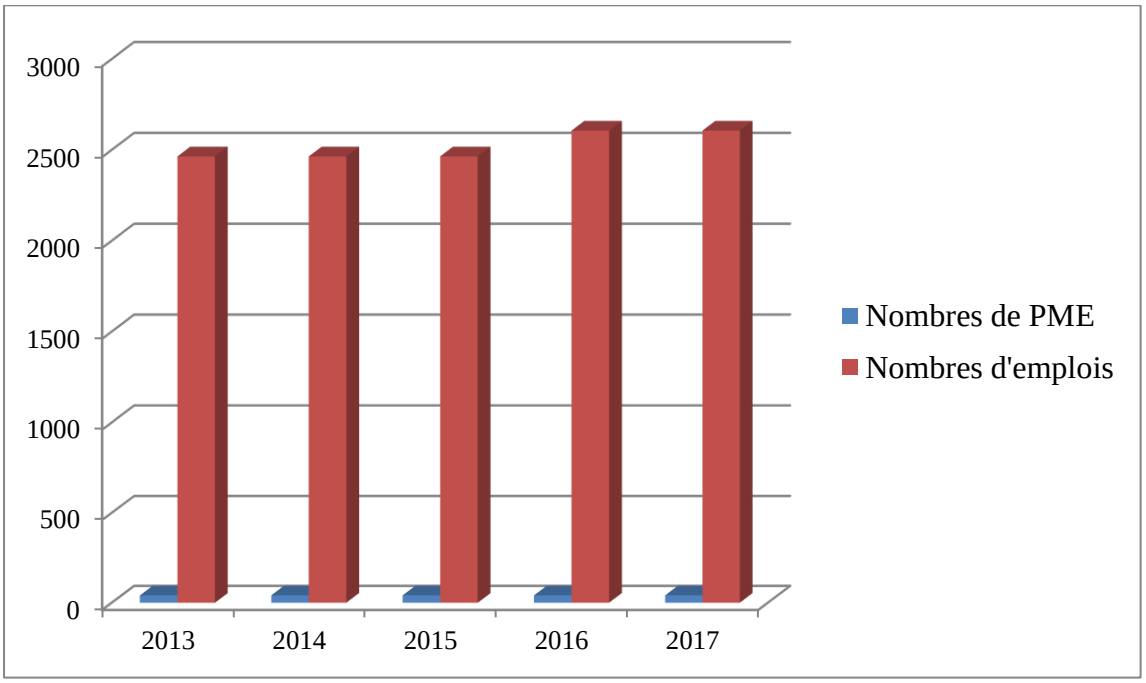
	PME publiques	
	Nombres de PME	Nombres d'emplois
2013	41	2 464
2014	41	2 464
2015	41	2 464
2016	41	2 606
2017	41	2 606

Source : réalisé à partir des données de la direction des PME de Bejaia

Aucune évolution dans le nombre des PME publiques depuis la fin de l'année 2013 jusqu'à la fin de l'année 2017 avec 41 entreprises, soit 0,16% du total des PME. Une stagnation en nombre causée par la restructuration et la réorganisation du secteur public et pour laisser la place à l'initiative privée. Sauf que le nombre d'emplois a connu une augmentation de 142 postes d'emplois entre l'année de 2015 et l'année 2016.

La figure suivante explique l'évolution des PME publiques durant (2013-2017).

Figure n°05 : La population des PME publiques (2013-2017)



Source : réalisé à partir des données de la direction des PME de Bejaia

3. L'étude sur les données empiriques

3.1. Méthodologie et organisation de la recherche

Pour le besoin de notre travail, nous avons mené une enquête sur le territoire de la wilaya de Bejaia à partir d'un échantillon de créateurs d'entreprises.

3.1.1. L'échantillon étudié

L'échantillonnage aléatoire simple est une méthode qui consiste à prélever au hasard et de façon indépendante les éléments d'une population. Alors pour des raisons de temps et faute de budget, nous avons choisi d'enquêté les entreprises installées dans la wilaya de Bejaia en prenant en compte tous les secteurs d'activités puisque notre travail de recherche est focalisé sur les motivations des entrepreneurs. De ce fait notre échantillon abrite plusieurs secteurs d'activités. La plus grande fréquence revient au secteur de l'industrie agroalimentaire.

Ce choix s'explique par la disponibilité des créateurs d'entreprises interrogé à répondre à notre questionnaire mais aussi l'accessibilité de ces derniers ainsi que leur degré de coopération à fournir des réponses.

3.1.2. Objectif de l'enquête

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

3.1.3. Questionnaire

Le questionnaire est l'un des deux méthodes : c'est une méthode (le questionnaire d'auto-administration) dans laquelle l'enquête est seule devant le questionnaire et c'est à lui de le remplir (qui est la méthode employée pour notre enquête). La deuxième s'applique par l'enquêteur, où il pose les questions, et note les réponses de l'enquête.

Notre questionnaire se compose d'une vingtaine de questions, il contient des questions fermées à réponse unique à savoir 14 questions, et 5 questions à choix multiple. Pour le répondant, il est plus facile et plus rapide de répondre à des questions dirigées.

Le questionnaire est divisé en trois parties :

Partie 01 : profil de l'entrepreneur : s'intéresse à l'identification des entrepreneurs, leurs origines et leurs antécédentes avant la création de leurs entreprises.

Partie 02 : les motivations entrepreneuriales : où on vise à faire ressortir les motivations et les facteurs qui poussent les enquêtées à se lancer dans une affaire.

Partie 03 : l'identification de l'entreprise : cet axe porte sur l'identification des caractéristiques générales des entreprises créées par ces entrepreneurs tel que ; la forme juridique, la structure de financement.

3.1.4. Le déroulement de l'enquête

L'enquête s'est déroulée sur une durée de 5 mois, démarrant le 01 mars 2020, se terminant le 06 août 2020. Pour la récolte des données, 100% de total de notre échantillon ont été opté pour un questionnaire envoyé à distance (traités par le biais d'internet, ils étaient remplis et envoyés par e-mail), pour des raisons sanitaires.

3.1.5. Traitements des guides d'entretien

Lors de l'analyse des données, il nous a semblé essentiel de traiter manuellement les données collectées par notre étude, afin de ne pas se perdre complétement lors de la présentation et des interprétations. De plus, les questionnaires ont été vérifiés et numéroté afin de faire un travail organisé.

Après avoir présenté la méthodologie de notre recherche, nous allons procéder à la présentation et l'analyse des résultats dans l'étape suivante.

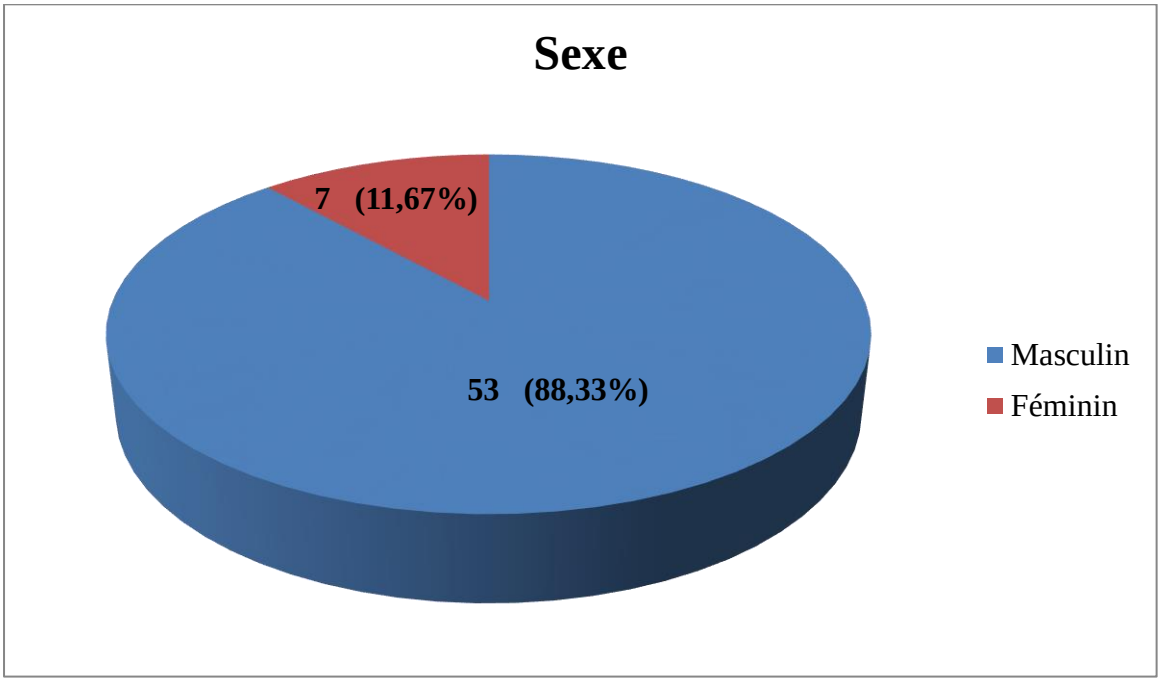
3.2. Présentation et interprétation des résultats de l'enquête

L'instrument de mesure du profil de l'entrepreneur, ses motivations, ainsi que l'identification de son entreprise, élaboré à partir du questionnaire, fait l'objet d'une analyse principales afin d'apprécier la qualité des représentations et les interprétations de chaque partie.

3.2.1. Identification de l'entrepreneur

3.2.1.1. Répartition des entrepreneurs par sexe

Figure n°06 : Répartition de l'échantillon par sexe

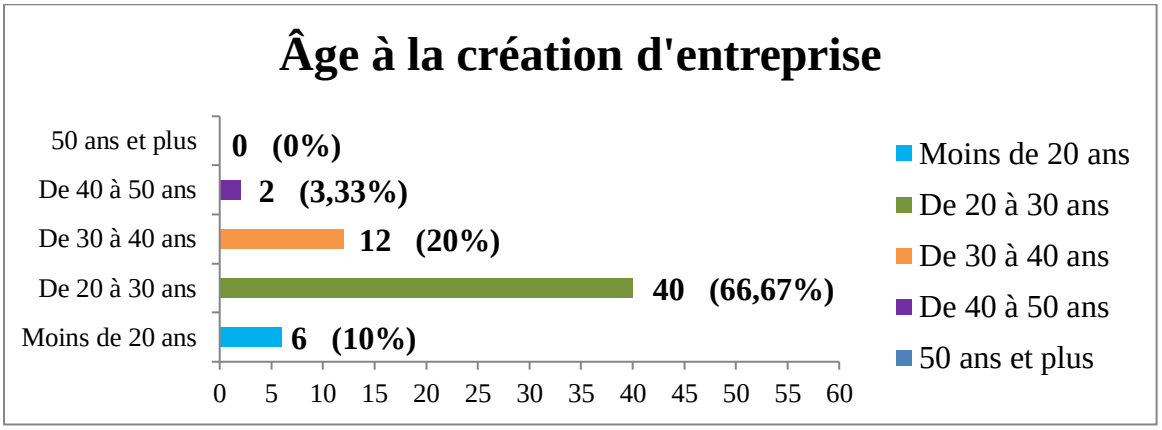


Source : établie par nous-même à partir des données de l'enquête.

La figure ci-dessus permet de déterminer la répartition des entrepreneurs constituant notre échantillon par genre. A la lecture de cette figure, nous pouvons dégager que les hommes représentent 88,33% de notre échantillon, soit 53 des 60 entrepreneurs interviewés. Le reste, soit 11,67% représente les femmes-entrepreneurs.

3.2.1.2. L'âge des créateurs d'entreprises

Figure n°07 : Répartition de l'échantillon en fonction de l'âge des entrepreneurs à la création de leurs entreprises

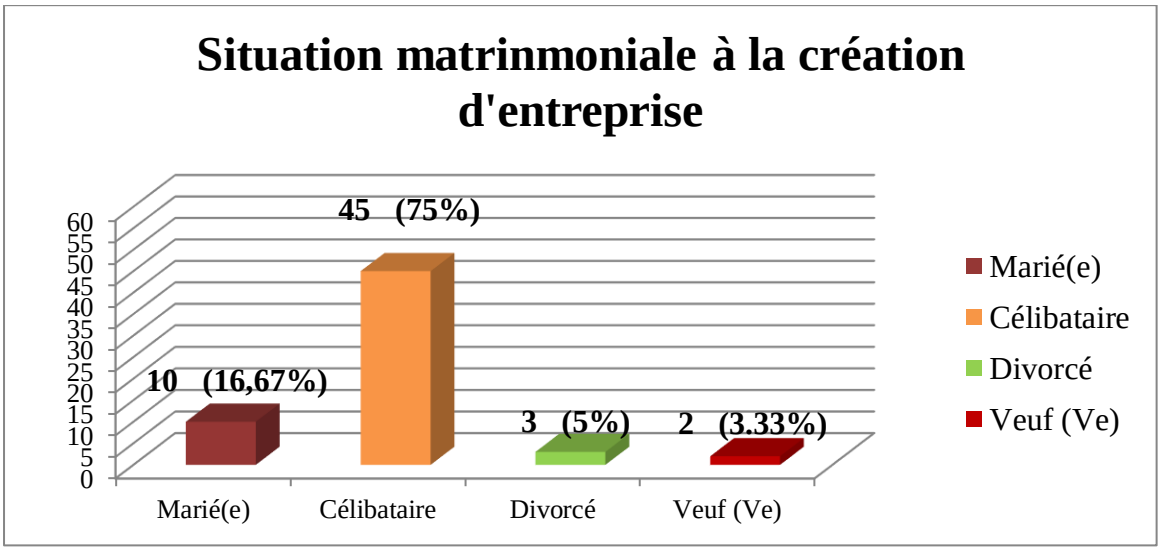


Source : établie par nous-même à partir des données de l'enquête.

La figure n°07 représente les tranches d'âge des entrepreneurs interviewés au moment de la création de leurs entreprises. Il n'est pas surprenant de constater que 86,67% des répondants étaient dans la tranche d'âge qui s'étend entre 20 ans et 30 ans. Puisque les plus jeunes manquent d'expérience et les plus âgés ont des obstacles familiaux et professionnels. Plus particulièrement, l'effectif d'âge qui varie entre 20 ans et 30 ans occupe la première place soit 66,67% des enquêtés suivis par la tranche d'âge variant entre 30 ans et 40 ans qui représente 20%, puis les segments d'âges de moins de 20 ans représente 10%, et celui variant entre 40 ans et 50 ans, constituent seulement 3,33%, et la tranche d'âge de 50 ans et plus est nulle.

3.2.1.3. Situation matrimoniale des entrepreneurs

Figure n°08 : Représentation graphique de la situation matrimoniale

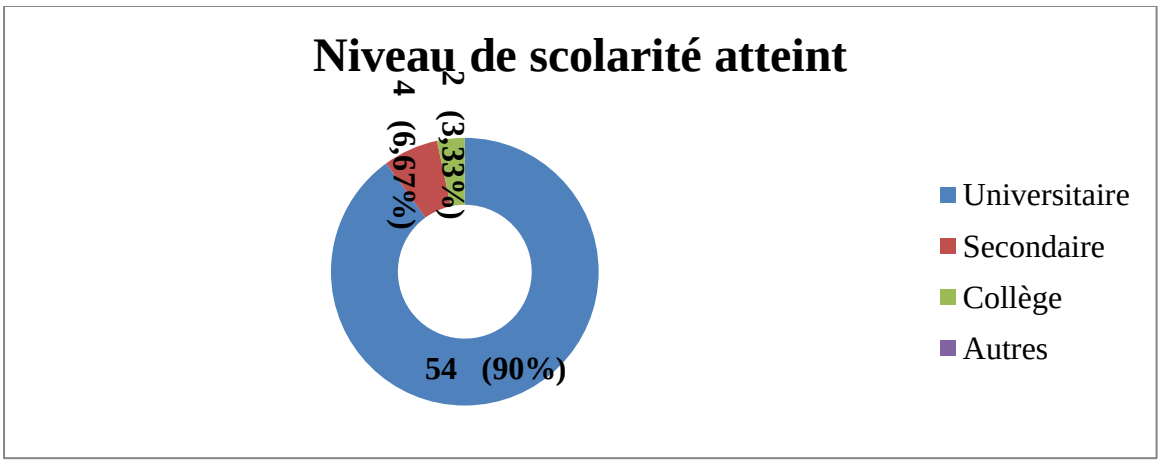


Source : établie par nous-même à partir des données de l'enquête.

La majorité des créateurs d'entreprises dans la wilaya de Bejaia que nous avons enquêtée sont célibataire soit 75% des effectifs (15 entrepreneurs dont 9 sont des jeunes de 20 ans et 30 ans). Les mariés quant à eux représentent 16,67%. On constante que les divorcés et les veufs représentent respectivement 5% et 3,33%.

3.2.1.4. Niveau d'instruction

Figure n°09 : Représentation graphique par niveau d'instruction



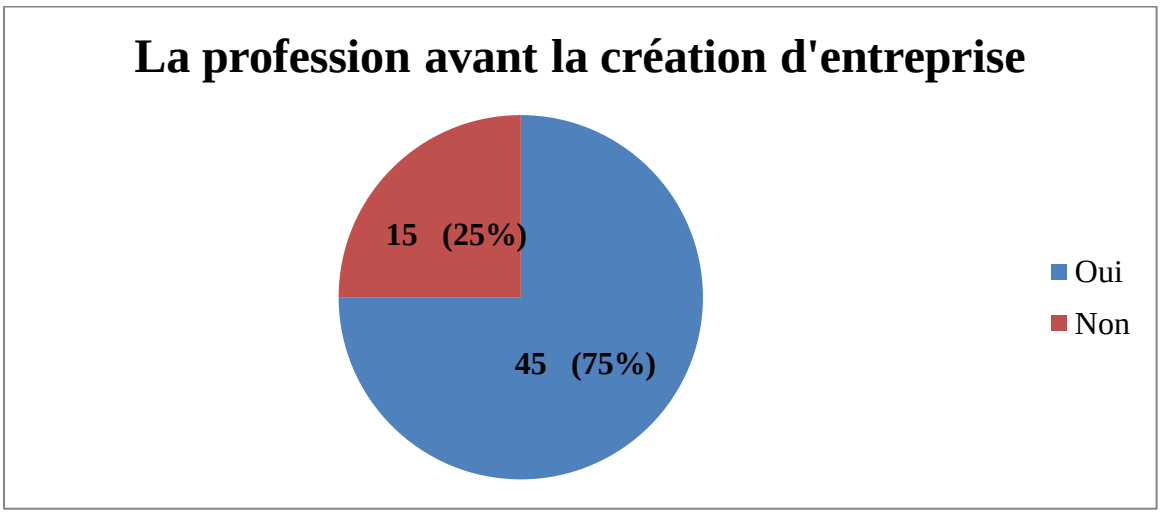
Source : établie par nous-même à partir des données de l'enquête.

Ont remarquent que la grande partie des répondants ont un niveau supérieur avec un taux de 90%, et pour le niveau secondaire qui représente un taux de 6,67% et le reste soit 3,33% de l'échantillon est occupé par ceux de niveau collège.

3.2.2. Origines et antécédents des entrepreneurs

3.2.2.1. La situation professionnelle avant la création d'entreprise

Figure n°10 : Représentation graphique de la répartition des entrepreneurs en fonction de l'expérience professionnelle comme employé



Source : établie par nous-même à partir des données de l'enquête.

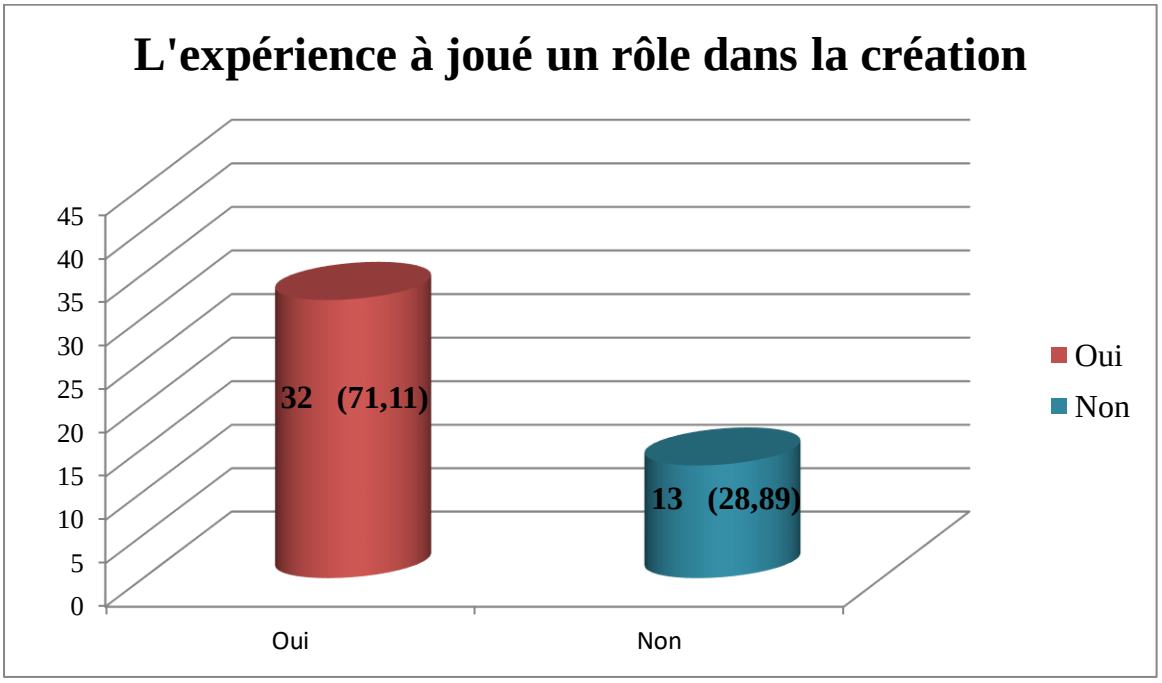
D'après les données recueillies et représentées dans la figure n°10, nous observent que 45 entrepreneurs enquêtées soit 75% ont répondus par oui, c'est-à-dire qu'ils avaient déjà une expérience professionnelle comme employé avant d'entamer le processus de création d'entreprise, et 25% (soit 15 entrepreneurs) ce sont directement lancés en affaires sans passer par la case (salarié). Avec des caractéristiques hétérogènes du niveau d'instruction.

3.2.2.2. L'expérience a-t-elle joué un rôle dans la volonté des entrepreneurs

Ont remarquent dans le graphe ci-dessous (**figure n°11**), que sur les 45 entrepreneurs qui ont eu une expérience professionnelle comme employé avant la création de leurs entreprises, 32 soit 71,11% des porteurs avec une expérience professionnelle disent que cette dernière a joué un rôle dans leur décision de création d'entreprise pour les motifs tout aussi différents tel que l'instabilité du poste occupé ou encors le fait de voloir être son propre patron. Le reste des entrepreneurs représentant 28,89% soit 13 entrepreneurs déclarent que cette expérience n'a aucun rôle dans leur décision d'entreprendre.

Ont remarquent que l'expérience professionnelle influence énormément sur la décision des répondants pour la création de leur propre entreprise. En effet, comme il est déjà cité, elle constitue le chemin de l'individu à l'entrepreneuriat.

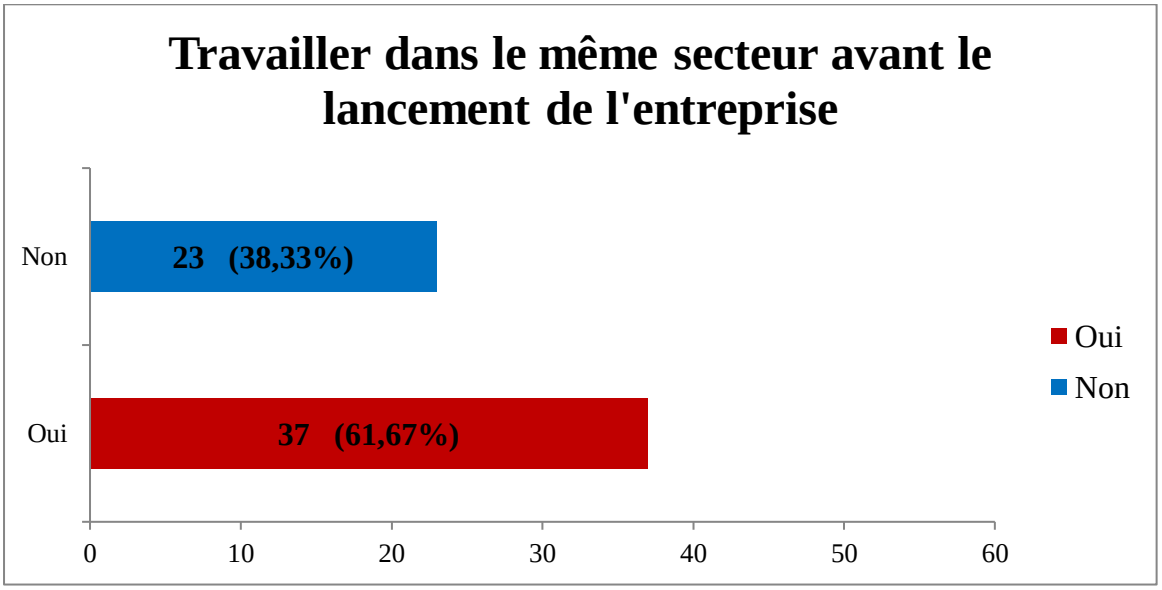
Figure n°11 : Représentation graphique du rôle de l'expérience professionnelle dans la décision d'entreprenedre



Source : établie par nous-même à partir des données de l'enquête.

3.2.2.3. L'experience professionnelle anterieure dans le même secteur d'activité

Figure n°12 : Representation graphique de l'expérience professionnelle antérieure dans le même secteur d'activité



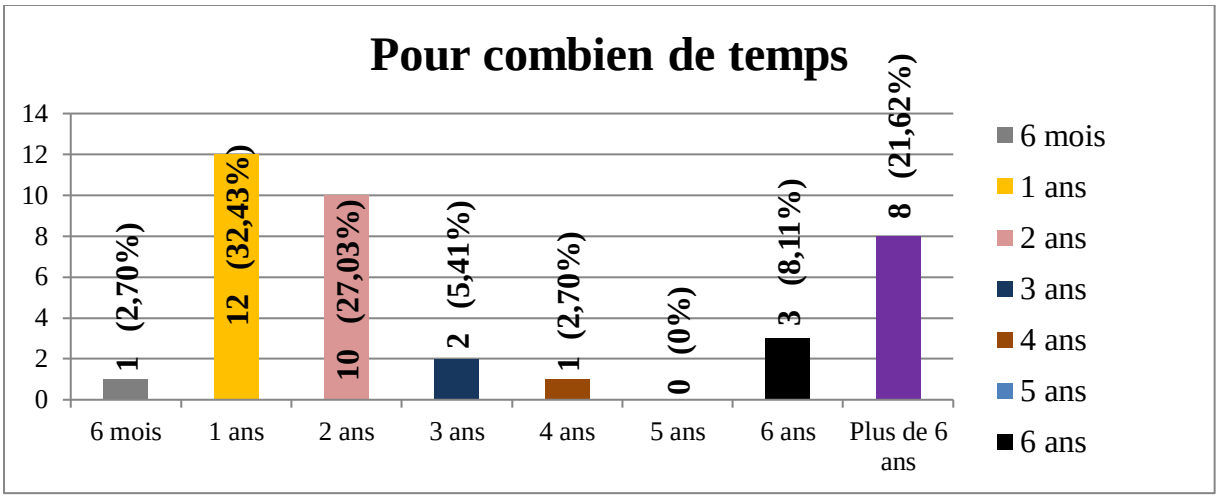
Source : établie par nous-même à partir des données de l'enquête.

Les resultats de notre enquête montrent que 56,25% soit 18 repondant de ceux qui ont acquis une expérience professionnelle avant de ce lancer en affaires, étaient dans un poste étant en relation direct avec le secteur d'activité dans lequel ils se sont lancés pour crées leur entreprise. Le reste, soit 43,75% ont invisti dans un secteur d'activité complètement différent de celui dans lequel ils ont travaillé.

L'expérience professionnelle et le savoir-faire accumulés peuvent jouer un rôle important dans la sélection du secteur d'activité dans lequel le porteur investit. Ce qui à pour effet de réduire le sentiment de peur de l'inconnu ressenti par le lancement dans un secteur nouveau.

3.2.2.4. La durée de l'expérience professionnelle

Figure n°13 : représentation graphique de la durée de l'expérience professionnelle



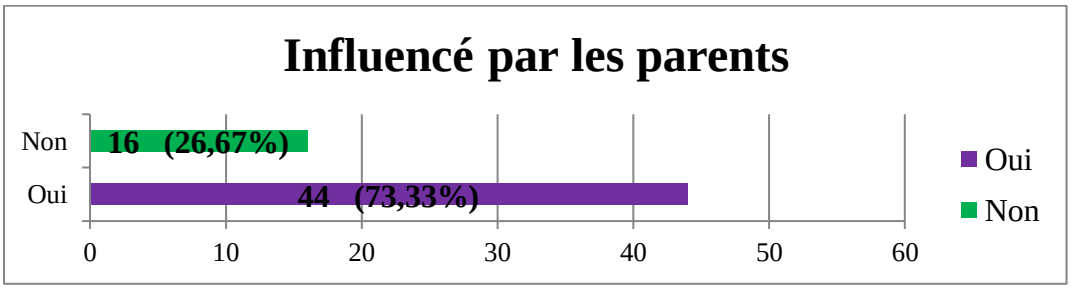
Source : établie par nous-même à partir des données de l'enquête.

Les informations fournies par la figure ci-dessus montrent qu'il est très important d'accumuler un capital d'expérience élevé avant des lancer en affaires. En termes d'années d'expérience, 2,70% ont eu une expérience de mois d'une année (6 mois), 32,43% des entrepreneurs interviewés ont eu une expérience de 1 an avant de se lancer en entrepreneuriat. Tandis que 27,03% ont eu une expérience de 2 ans. Et 5,41% pour ceux qui ont une expérience de 3 ans, et 2,70% pour ceux qui ont eu 4 ans d'expérience, et 8,11% ont eu 6 ans d'expérience, et enfin 21,62% possèdent une expérience de plus de 6 ans.

Les résultats obtenus peuvent être expliqués par le fait que le lancement dans la création de sa propre entreprise un risque. Risque que peu de personnes osent prendre en comparaison à la sécurité qu'un statut de salarié offre. Nous pouvons expliquer cela également par le fait que la décision de se lancer dans sa propre affaire peut être un processus long qui demande de la réflexion, un financement et un plan bien pensé. D'où l'orientation des porteurs de projets, d'abord vers des statuts de salariés puis vers des statuts des créateurs d'entreprises.

3.2.2.5. L'influence des parents

Figure n°14 : Représentation graphique de l'influence des parents



Source : établie par nous-même à partir des données de l'enquête.

L'influence des parents sur les répondants revêt également un caractère important pouvant définir les informations générales de notre échantillon.

Il ressort que la majorité des répondants soit 73,33% affirment avoir été influencé par leur parents et 26,67% assurent que leur choix n'a pas été influencé par les parents.

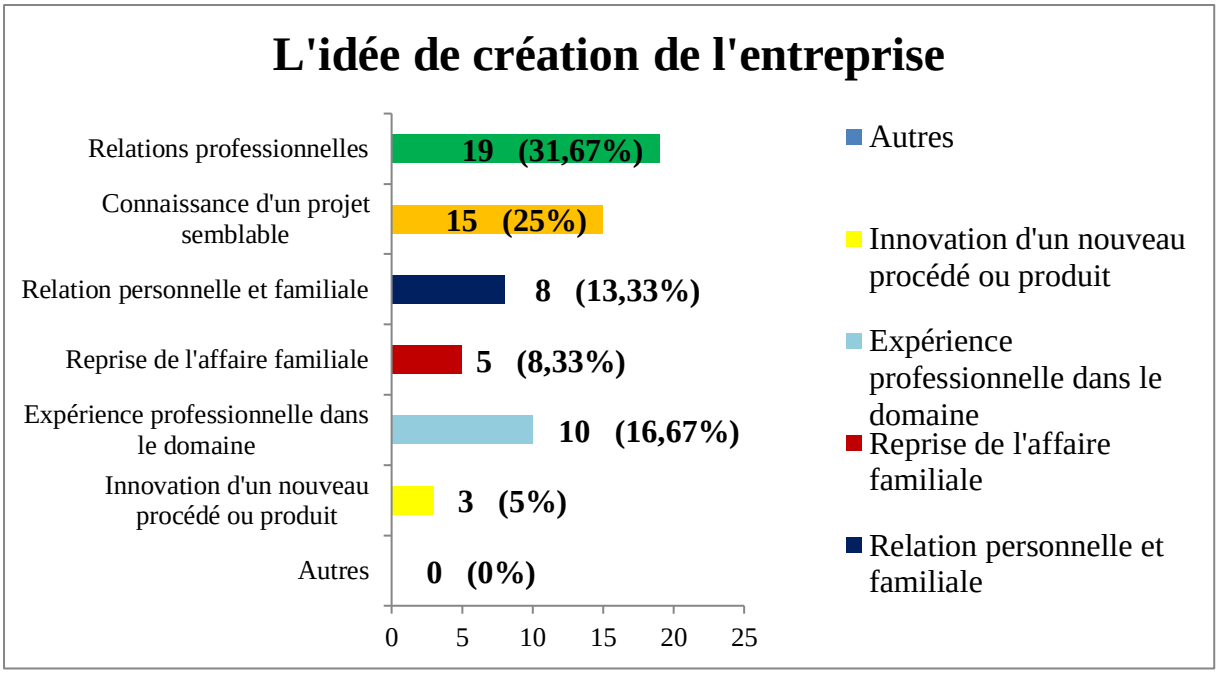
Les parents exercent une influence que ce soit par le fait de pousser leurs enfants sur la voie entrepreneuriale, ou bien par une aide financière conséquente pour le lancement de leur nouvelle entreprise.

3.2.3. Motivations entrepreneuriale

3.2.3.1. L'origine de l'idée de création

Dans le graphe ci-dessous, on remarque qu'il n'y a pas une seule raison qui est à l'origine de la création des entreprises des enquêtés. Ainsi, nous constatons que 31,67% ont des relations professionnelles, et 25% pour les connaissances d'un projet semblable, et 16,67% interviewés déclarent que l'expérience professionnelle est à l'origine de d'idée de lancement de projet. Et la relation personnelle et familiale, la reprise de l'affaire familiale, innovation d'un nouveau produit, ce sont des idées qui ont représentées respectivement 13,33%, 8,33% et 5%. La réponse « autres » n'a aucune réponse.

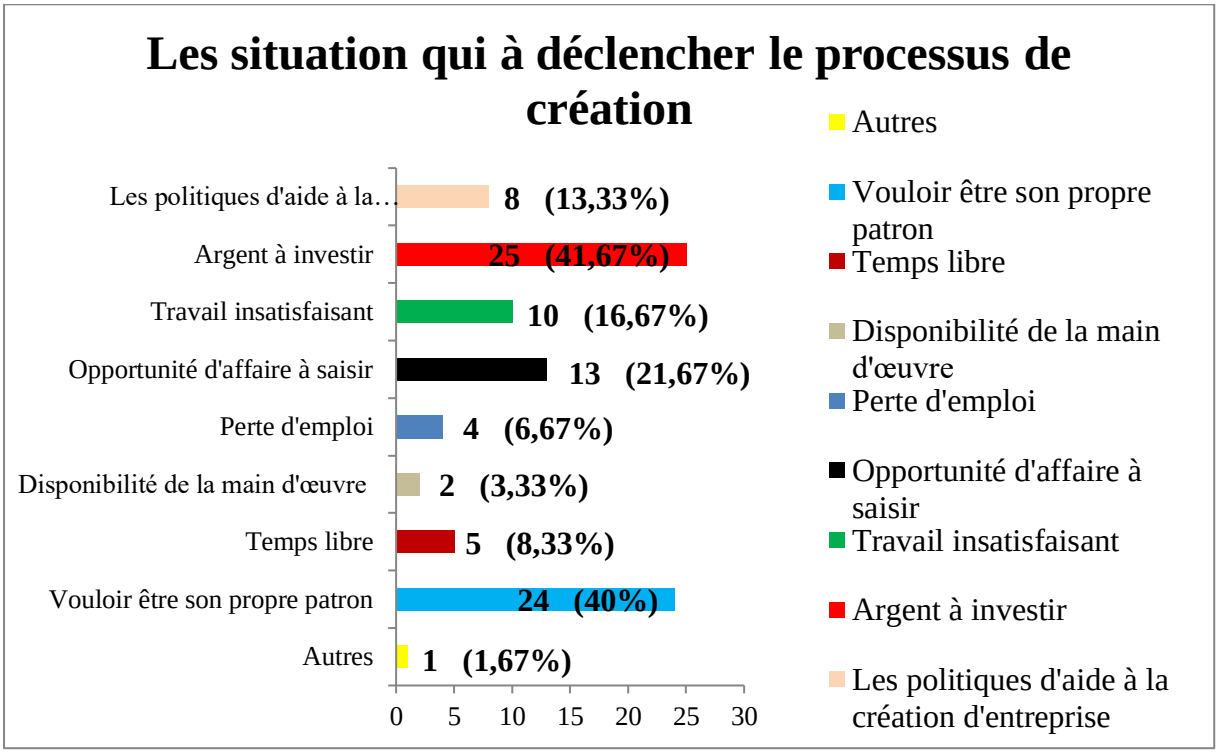
Figure n°15 : Représentation graphique de la répartition des entrepreneurs selon l'origine de l'idée de création



Source : établie par nous-même à partir des données de l'enquête.

3.2.3.2. Les situations qui ont déclenché le processus de création

Figure n°16 : Représentation graphique des situations qui ont déclenchés le processus de création

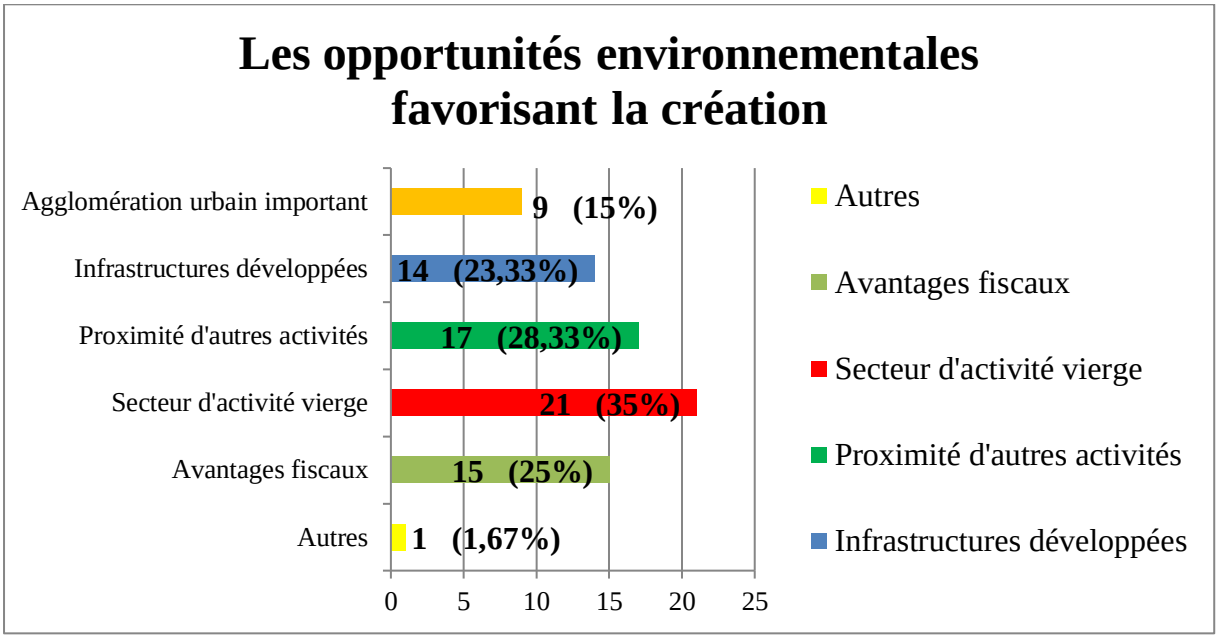


Source : établie par nous-même à partir des données de l'enquête.

Les informations fournies par la figure n°16, indique que 41,67% des enquêtés soit 25 entrepreneurs ont lancé leur entreprise parce qu'ils avaient de l'argent à investir, et d'autres veulent être son propre parton avec un taux de 40% soit 24 entrepreneurs, et 21,67% soit 13 entrepreneurs déclarent que le point de départ dans la création de leurs entreprises a été une opportunité d'affaire à saisir, 10 entrepreneurs soit un taux de 16,67% déclarent que le travail insatisfaisant, talonné de ceux qui se sont lancé dans les affaires car ils avaient du temps libre représente 8,33% soit 5 entrepreneurs, et 4 entrepreneurs soit 6,67 ont lancé leurs affaires puisqu'ils sont perdus leurs emplois.

3.2.3.3. Les opportunités environnementales favorisant la création

Figure n°17 : Représentation graphique des opportunités environnementales favorisant la création

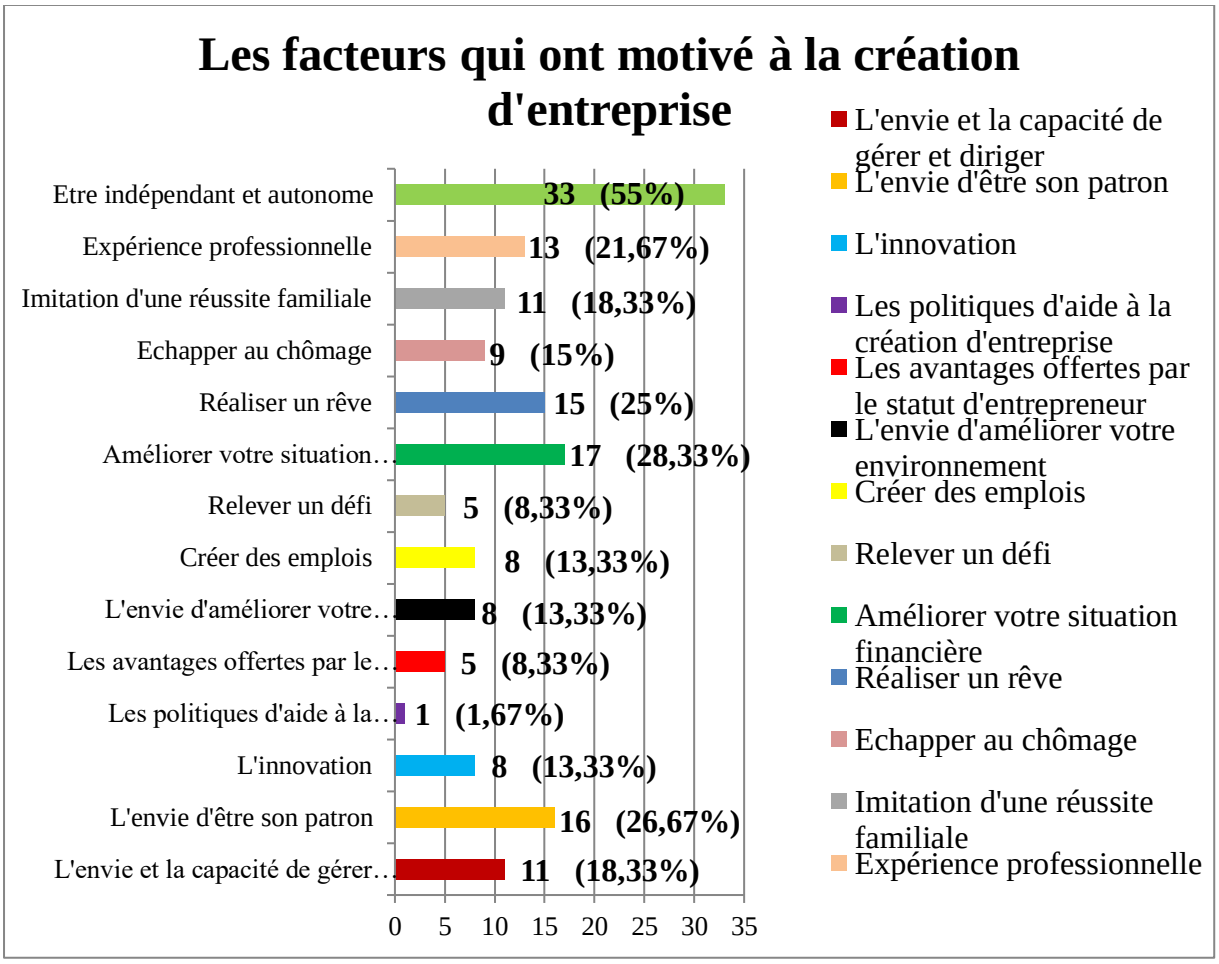


Source : établie par nous-même à partir des données de l'enquête.

Du point de vue environnemental, notre enquête se concentre autour des opportunités offertes. Les répondants évoluent le secteur d'activité vierge comme le facteur le plus dominant dans la création des entreprises enquêtés avec un taux de 35% soit 21 entrepreneurs. Quant à la proximité d'autres activités elle représente un taux de 28,33% (soit 17 entrepreneurs), et les avantages fiscaux représentent un taux de 25% (soit 15 entrepreneurs), les infrastructures développées avec un taux de 23,33% (soit 14 entrepreneurs), et l'agglomération urbaine important représente un taux de 15% soit 9 entrepreneurs enquêtés. Et enfin, un taux de 1,67% soit 1 entrepreneurs a eu une opportunité favorisant qui n'a pas en relation avec les autres opportunités citées auparavant (autres).

3.2.3.4. Les facteurs de motivation à la création d'entreprise

Figure n°18 : Représentation graphique des facteurs de motivation des entrepreneurs



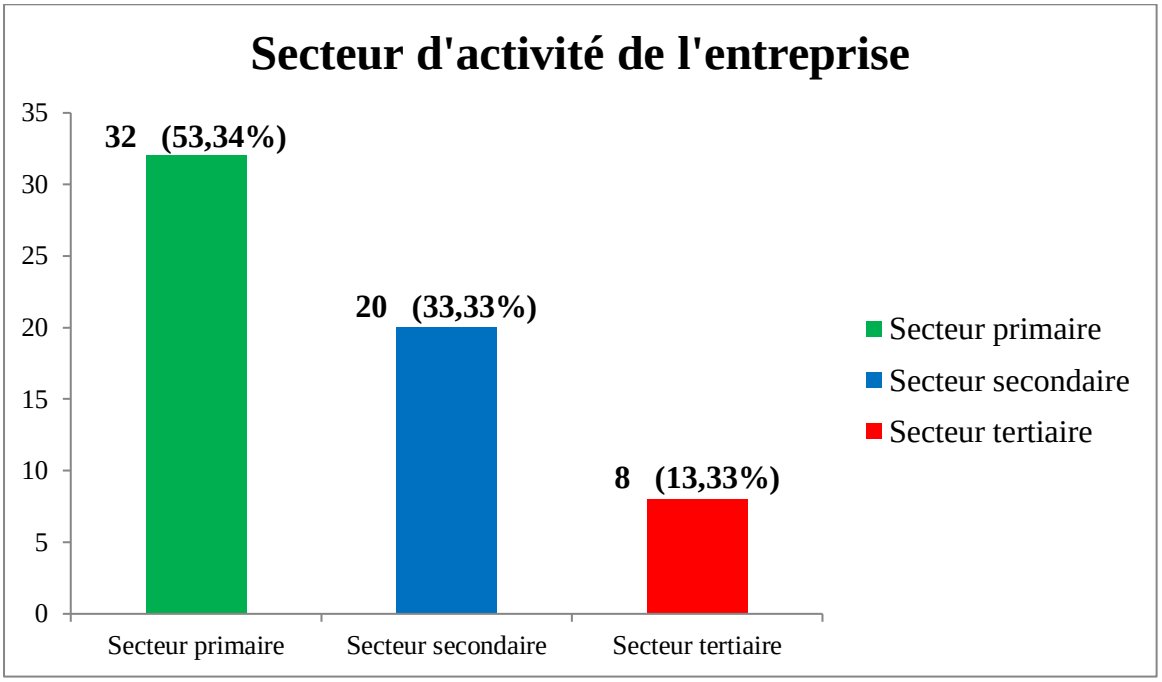
Source : établie par nous-même à partir des données de l'enquête.

D'après notre échantillon au vu des résultats obtenus, 55% soit 33 entrepreneurs ont affirmé avoir créé leur entreprise pour être indépendant et autonome, 28,33% soit 17 entrepreneurs ont affirmé avoir créé leur entreprise pour améliorer leur situation financière, talonné par l'envie d'être son patron qui représente un taux de 26,67% (soit 16 entrepreneurs enquêtés), suivie par la réalisation d'un rêve avec un taux de 25% soit 15 entrepreneurs, l'expérience professionnelle occupe elle aussi une place très importante dans la motivation à la création d'entreprise avec un taux de 21,67% enquêtés soit 13 entrepreneurs, « l'envie et la capacité et de gérer et diriger » et « l'imitation d'une réussite familiale » était le choix de11 entrepreneurs soit 18,33%. 9 entrepreneurs qui ont « échapper au chômage » soit 15%, « créer des emplois », « l'envie d'améliorer l'environnement » et « l'innovation » était le choix de 8 entrepreneurs avec un taux de réponse de 13,33%. Les motivations entrepreneuriales « relever un défi » ; « les avantages offertes par le statut d'entrepreneurs » et « les politiques d'aide à la création d'entreprise » représentent respectivement 8,33% ; 8,33% et 1,67%.

3.2.4. L'entreprise

3.2.4.1. Le secteur d'activité de l'entreprise

Figure n°19 : Représentation graphique selon le secteur d'activité de l'entreprise

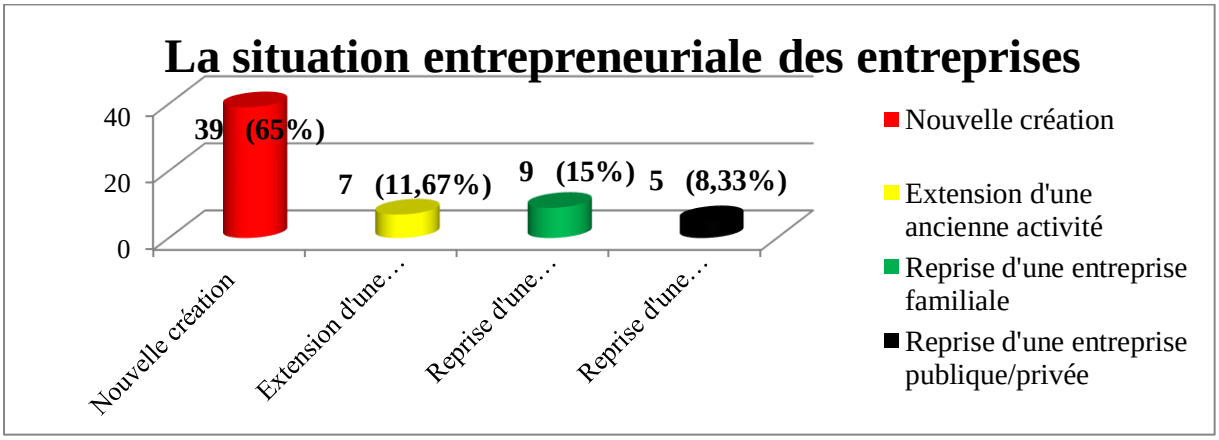


Source : établie par nous-même à partir des données de l'enquête.

Suivant notre enquête, le secteur dominant est le secteur primaire avec un taux de 53,34% soit 32 entrepreneurs enquêtes (agriculture, bois, pêches), suivie du secteur secondaire avec un taux de réponse de 33,33% soit 20 entrepreneurs (l'industrie agro-alimentaire, l'industrie textile). Enfin, le secteur tertiaire (transport, tourisme, assurances) qui représente 13,33% soit 8 entrepreneurs enquêtes.

3.2.4.2. La situation entrepreneuriale des entreprises enquêtées

Figure n°20 : Représentation graphique selon la situation entrepreneuriale

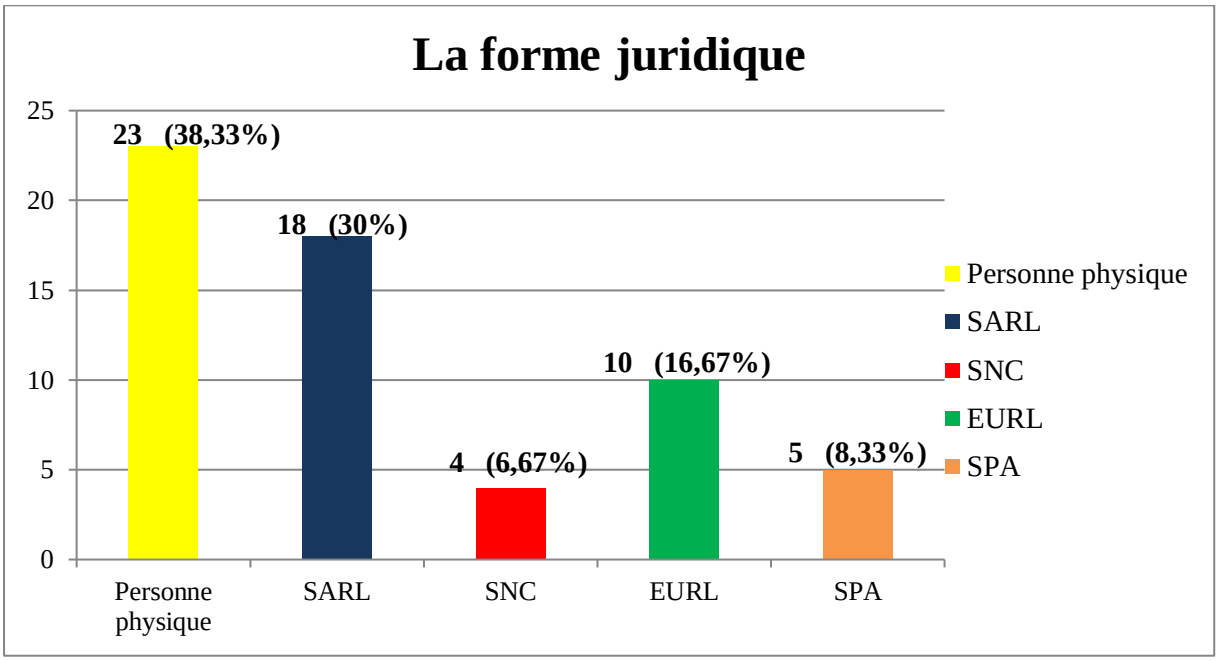


Source : établie par nous-même à partir des données de l'enquête.

La création d'entreprise recouvre généralement trois situations entrepreneuriales qui sont : la création ex nihilo (nouvelle création) qui constitue la principale voie d'entrée dans les affaires, la réactivation d'entreprise (la reprise d'entreprise) et le prolongement d'une activité déjà existante. Les résultats de notre enquêtes montrent que 65% de l'échantillon sont des entreprises nouvellement crées, cela et dû principalement au soutien présenté par l'Etat pour aider les jeunes pour se lancer dans leur propres affaires par les différents dispositifs mises en place. La deuxième place est réservée par l'entreprise familiale (15% sont des reprises d'une entreprise familiale), en effet, nous ne pouvons pas négliger la part des entreprises familiales dans le tissus économique Algérien et qui enregistre un succès et une pérennité. 11,67% des entreprises enquêtées sont des extensions d'une ancienne activité. Et enfin, les reprises des entreprises publiques/privées représentées par 8,33% du total enquêtées.

3.2.4.3. La forme juridique

Figure n°21 : Représentation graphique de la forme juridique



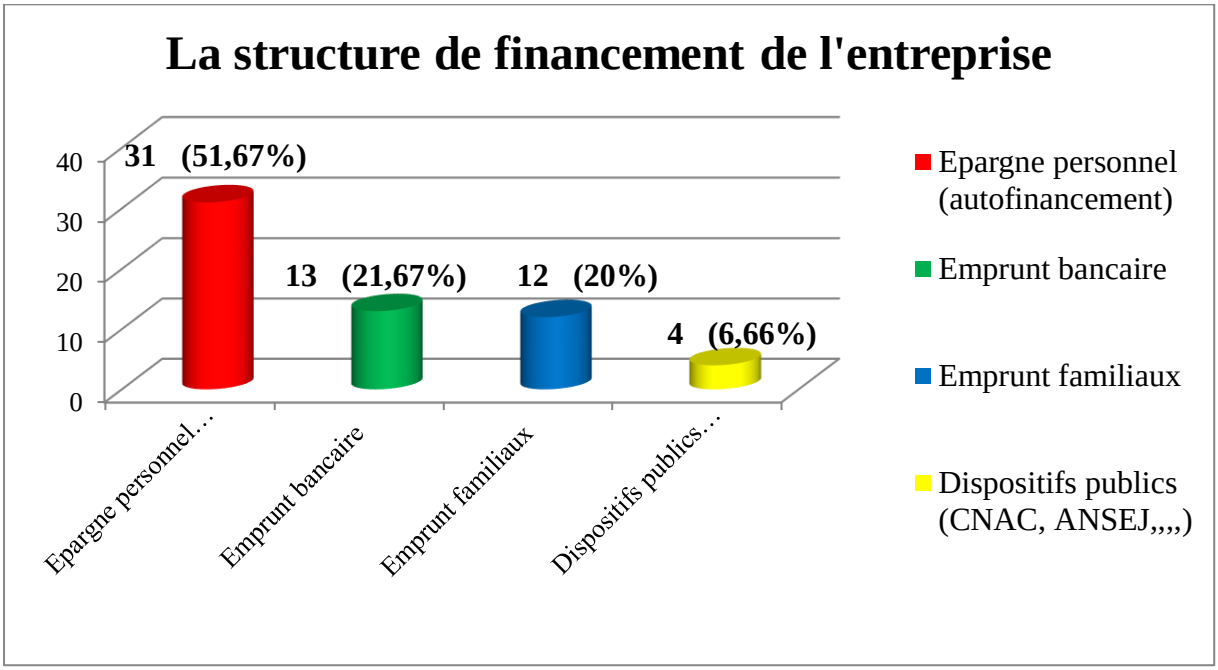
Source : établie par nous-même à partir des données de l'enquête.

Les résultats obtenus compilé dans la figure n°21 illustre que la majorité des entreprises enquêtées sont des entreprises individuel soit 38,33% cela renvoie à la facilitation de rentrée dans les affaires en créent des micros entreprises.

La forme SARL représente 30%, et la forme EURL représente 16,67%. Alors que les formes SPA et SNC sont faiblement représentées respectivement par 8,33% et 6,67% du total de l'échantillon.

3.2.4.4. La structure de financement initial des entreprises enquêtées

Figure n°22 : Représentation graphique de la structure de financement initial des entreprises enquêtées

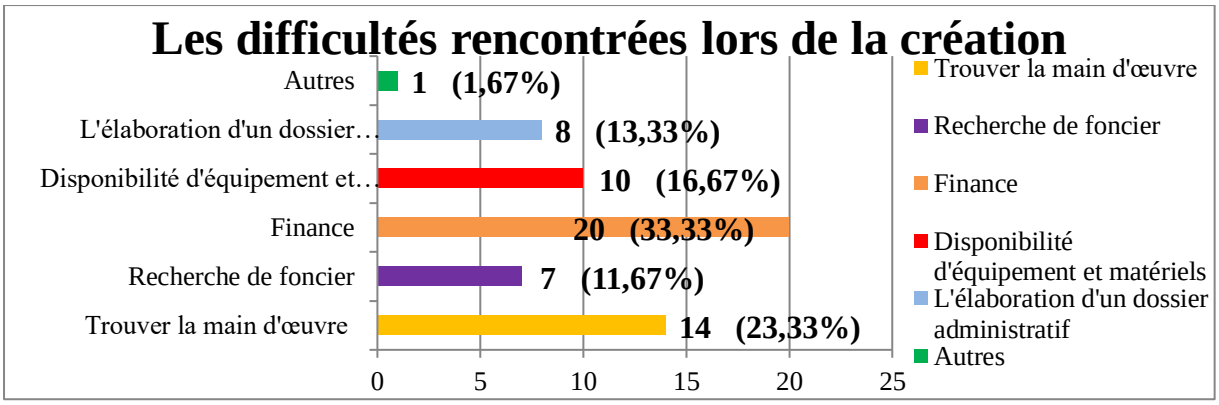


Source : établie par nous-même à partir des données de l'enquête.

D'une manière générale, les entrepreneurs enquêtés n'utilisent pas une seule source de financement pour réaliser leurs projets. La lecture de la lecture de la figure n°22 montre que la majorité, soit 51,67% des entrepreneurs ont eu recours à l'épargne personnelle (autofinancement) pour financer leur projet. En effet, les entrepreneurs ont plutôt reconnu au crédit bancaire 21,67%, soit 13 entrepreneurs, à l'aide familiale 20% soit 12 entrepreneurs, à un organisme public d'aide à la création (ANSEJ, CNAC,…etc.) avec une proportion de 6,66% soit 4 entrepreneurs.

3.2.4.5. Les difficultés rencontrées lors de la création

Figure n°23 : Représentation graphique des difficultés rencontrées lors de la création

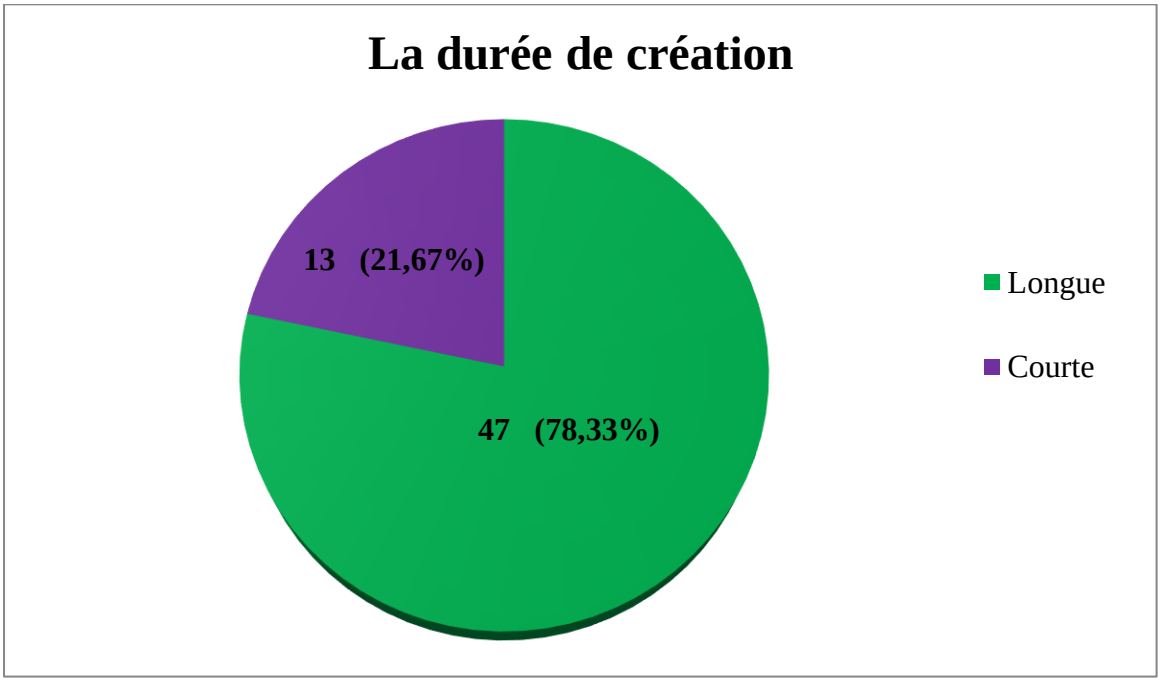


Source : établie par nous-même à partir des données de l'enquête.

Les résultats qu'ont à obtenu sur les difficultés rencontrées par les entrepreneurs enquêtés, illustrent que 20 entrepreneurs soit 33,33% ont rencontrés des difficultés majeurs qui concerne l'ordre financières, 14 entrepreneurs soit 23,33% ont estimées le manque de la main d'œuvre. D'autres entrepreneurs (10 entrepreneurs) soit 16,67% des enquêteurs ont rencontrées des difficultés de la disponibilité d'équipement et matériels. D'autres contraintes ont été avancées par nos entrepreneurs comme : l'élaboration du dossier administratif (8 entrepreneurs soit 13,33%), la recherche du foncier (7 entrepreneurs soit 11,67%), ainsi qu'un (1) entrepreneur soit 1,67% il rencontre d'autres difficultés qui ne sont pas citées auparavant.

3.2.4.6. La durée de création des entreprises

Figure n°24 : Représentation graphique de la durée de création



Source : établie par nous-même à partir des données de l'enquête.

Les résultats de notre enquête, présentées dans la figure n°24 montrent que la majorité des entrepreneurs enquêtés soit 78,33% (47 entrepreneurs) affirment que la durée de création de leurs entreprises était longue, dont 10 sont ceux ayant rencontrés des difficultés dans le financement de leurs entreprises. Alors que 21,67% (13 entrepreneurs) estiment que la durée de la création était courte.

Conclusion :

A travers les motivations, l'itinéraire professionnel, l'origine sociale, le type de création que l'entrepreneur fait, on pourrait voir les caractéristiques de l'entrepreneur de la wilaya de Bejaia, ce qui a contribué à la formation de la personnalité et de l'esprit d'entreprise de l'entrepreneur.

Les entrepreneurs enquêtés sont généralement de sexe masculin, d'âge mûr entre 20 ans et 40 ans. Dans la plupart des cas, ils sont à la fois propriétaires et gérants de leurs entreprises. Leur niveau d'étude est élevé pour la majorité. Leur forme juridique dominante est l'entreprise individuelle.

Il ressort de cette enquête, que la majorité des entrepreneurs ont un fort sentiment d'indépendance et d'autonomie et l'amélioration de la situation financière.

En ce qui concerne les contraintes auxquelles les entrepreneurs interrogés sont confrontés lors de leur création se sont les moyens de financement, trouver la main d'œuvre.

Conclusion générale

Conclusion générale :

Tout au long de ce travail, nous avons essayé d'apporter des réponses pour notre question principale à savoir : « Q*uels sont les déterminants de création de la PME privée pour l'entrepreneur algérien, cas de la wilaya de Bejaia ?* ». Tout d'abord, nous avons présenté la dynamique des PME privée en Algérie et dans la wilaya de Bejaia, dans quel cadre elle a évalué, ainsi que les secteurs d'activités et le rôle de la PME dans la création d'emplois et la contribution à la valeur ajoutée, puis nous avons identifié et caractérisé l'entrepreneur privé de la wilaya de Bejaia à partir des résultats d'une enquêtes que nous avons réalisé auprès d'un échantillon de 60 entrepreneurs privés de la région. Plus précisément, nous avons interrogé sur le profil personnel de l'entrepreneur, ses origines sociales, ses trajectoires professionnelles, les aspects cognitifs et affectifs susceptibles de conditionner son cheminement et sa prise de décision, ses motivations et les déterminants de son action et enfin les principales contraintes entravant son acte de création.

Pour ce faire, nous avons élaboré un éclairage théorique sur le concept entrepreneuriat et celui de l'entrepreneur dans le but d'expliquer la dynamique entrepreneuriale. L'entrepreneuriat est un phénomène qui s'articule autour d'un entrepreneur qui est un individu doté des caractéristiques spécifiques à lui, ayant des raisons qui lui motive à entreprendre ; et l'entreprise qui est le résultat du processus entrepreneurial.

La création d'entreprise est la manifestation la plus claire de l'entrepreneuriat, qui est le résultat des activités de l'entrepreneur. Ce processus de création renseigne sur la dynamique entrepreneuriale dans une région ou dans un pays. Le nombre de création, de développement et de disparition d'entreprises durant une période donnée sont les principales variables qui permettent d'évaluer l'activité entrepreneuriale ou de mesurer le degré de développement de l'entrepreneuriat dans un pays.

La dynamique entrepreneuriale est considérée comme un processus qui marque une évolution en termes de création et de développement d'entreprises. L'analyse de cette dynamique consiste dans le fait d'évaluer la dynamique des entreprises dans une économie donnée. Les données statistiques montrent que le secteur de la PME privée en Algérie a fait, ces dernières années, une avancée considérable par rapport aux années précédentes. Mais comparativement aux pays développés, cette dynamique reste relativement faible. De plus, la wilaya de Bejaia occupe la quatrième position au niveau national en matière de dynamisme entrepreneurial (en termes de présence et de création d'entreprises). En effet, elle dispose d'un tissu industriel important où toutes les branches d'activités sont présentes. La capacité de création d'entreprises est pour chaque pays, la résultante de nombreux facteurs liés aux opportunités et les potentialités individuelles, à l'environnement économique, aux interventions de l'Etat et aux aspects culturels de la création d'entreprise.

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

D'une manière générale, la plupart des entreprises de notre échantillon ont été créé à partir des années 2000. La forme juridique dominante est l'entreprise individuelle et la SARL. Leur financement initial provient majoritairement de l'apport personnel et des capitaux familiaux (fond propres). Elles sont majoritairement des micros et petites entreprises. De plus,

nous n'avons constaté que la plupart des entrepreneurs investie essentiellement dans les secteurs : dans lequel possèdent un savoir-faire et d'expérience antérieurs, et qui offrent des taux de rentabilité élevés (hypothèse vérifiée).

Il est à noter que le cadre familial dans lequel l'entrepreneur a été élevé forme un milieu qui semble constituer un élément important, voire décisif, dans l'émergence de l'idée d'entreprendre. En effet, la majorité des entrepreneurs ont affirmé que les relations familiales et personnelles sont à l'origine de l'idée de la création du projet. De plus, disposer d'un entourage entrepreneurial constitue des opportunités non négligeables de recevoir des conseils ou de s'imprégner du métier de dirigeant. A travers notre enquête, la plupart des entrepreneurs ont été influencé par leurs parents et sont issus d'un entourage entrepreneurial, ce qui confirme notre deuxième hypothèse : la plupart des entrepreneurs privés de la région, proviennent d'une famille où les parents ou autres personnes proches sont des entrepreneurs.

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

Cette dynamique du secteur privé, à travers notre échantillon, est due pour une large part à la disponibilité des moyens de financement (apport personnel et capitaux familiaux) qui permet aux entrepreneurs de se lancer en affaire (hypothèse vérifiée). Notre étude montre que les enquêtes sont motivées, principalement, dans leur acte entrepreneurial par la recherche d'autonomie, du profit 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 et ayant un réseau relationnel.

En ce qui concerne l'implantation géographique, l'échantillon révèle une forte concentration spatiale des entreprises enquêtées au niveau des agglomérations urbaines ou les infrastructures de base sont développés et à proximité des autres activités. Cette concentration se justifie par le fait que les potentialités territoriales favorisent la création d'entreprise et leur développement. La majorité des entreprises choisissent de s'installer près des entreprises clientes pour leur faciliter l'écoulement de la production. Ce qui renvoie à l'importance de la proximité géographique dans les choix de localisation.

Enfin, la création d'entreprise dans la wilaya de Bejaia est la synthèse d'un engagement individuel et d'un environnement qui peut être favorable à l'entrepreneuriat. Elle est la résultante d'un ensemble de facteurs liés à l'environnement immédiat de l'entrepreneur (relation familiales, amicales et professionnelles).

L'acte d'entreprendre n'est aussi simple, surtout ici en Algérie, d'après les entrevues menées avec les entrepreneurs, plusieurs contraintes entravent leur processus entrepreneurial qui rendent la durée de création de leur entreprise un peu longue, ces contraintes-là peuvent même freiner leur décision. Selon un rapport fait par la banque mondiale sur le doing business pour l'année 2011, concernant les procédures d'investissement dans les pays, l'Algérie est classé 136ème tandis que le Maroc est dans la 114ème place est la Tunisie dans la 55ème place. Ce classement prend en compte plusieurs indicateurs : création d'entreprise, octroi de permis de construire, transfert de propriété, obtention de prêts, paiement des impôts, exécution des

contrats ; car ce sont les critères qui font attirer de plus en plus d'investisseur dans un pays et inciter à la création d'entreprise.

La réalisation d'un projet d'investissement demeure difficile en Algérie vue la complexité du climat des affaires. Les principaux obstacles de l'entrepreneuriat privé, sont principalement d'ordre administratif (complexité et lenteur des procédures administratives) et financier (rigidité des banques). En effet, les mêmes contraintes ont été soulevées par les entrepreneurs privés de la wilaya de Bejaia. Les principales propositions avancées par les entrepreneurs enquêtes sont : la souplesse de l'administration et la lutte contre la bureaucratie ; les facilités d'accès aux ressources financières et une meilleur implication des banques.

Si le secteur privé et accepté comme acteur de croissance pour le pays, alors il faut mettre fin aux pratiques discriminatoires qui le concernent, qui existant dans l'accès aux ressources de production, financières et matérielles, sans oublier de citer la pression bureaucratique.

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

Quelle est la part de l'informel dans cette dynamique entrepreneurial privée ? Quels sont les déterminants à cet entrepreneuriat informel ? Et quels sont les mécanismes qui peuvent rendre cette part informel une constituante formelle ?

Annexes

Annexes n°01 : Les principales motivations :

Les motivations	Fréquence	Pourcentage (%)
Etre indépendant et autonome	33	55%
Expérience professionnelle	13	21,67%
Imitation d'une réussite familiale	11	18,33%
Echapper au chômage	9	15%
Réaliser un rêve	15	25%
Améliorer la situation financière	17	28,33%
Relever un défi	5	8,33%
Créer des emplois	8	13,33%
Améliorer son environnement	8	13,33%
Les avantages offertes par le statut d'entrepreneur	5	8,33%
Les politiques d'aide à la création d'entreprise	1	1,67%
Innovation	8	13,33%
Etre son patron	16	26,67%
Capacité de gérer et diriger	11	18,33%

Source : résultat de notre enquête.

Annexe n°02 : L'origine de l'idée de création :

L'origine de l'idée	Fréquence	Pourcentage (%)
Relations professionnelles	19	31,67%
Connaissance d'un projet semblable	15	25%
Relation personnelle et familiale	8	13,33%
Reprise de l'affaire familiale	5	8,33%
Expérience professionnelle dans le domaine	10	16,67%
Innovation d'un nouveau procédé ou produit	3	5%
Autres	0	0%

Source : résultat de notre enquête.

Annexe n°03 : Les situations qui ont déclenché le processus de création :

Les situations	Fréquence	Pourcentage (%)
Les politiques d'aide à la création d'entreprise	8	13,33%
Argent à investir	25	41,67%
Travail insatisfaisant	10	16,67%
Opportunité d'affaire à saisir	13	21,67%
Perte d'emploi	4	6,67%
Disponibilité de la main d'œuvre	2	3,33%
Temps libre	5	8,33%
Vouloir être son propre patron	24	40%
Autres	1	1,67%

Source : résultat de notre enquête.

Annexe n°04 : Les opportunités environnementales favorisant la création :

Les opportunités environnementales	Fréquence	Pourcentage (%)
Agglomération urbain importante	9	15%
Infrastructures développées	14	23,33%
Proximité d'autres activités	17	28,33%
Secteur d'activité vierge	21	35%
Avantage fiscaux	15	25%
Autres	1	1,67%

Source : résultat de notre enquête.

Annexe n°05 : Questionnaire destiné aux entrepreneurs des PME privées : wilaya de Bejaia.

Dans le cadre de la réalisation d'un mémoire de master en sciences de gestion, à la faculté des sciences de gestion de l'Université de Bejaia, concernant la problématique de l'activité entrepreneuriale dans la wilaya de Bejaia, nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire.

Les informations recueillies auront une finalité strictement scientifique et l'anonymat de l'entrepreneur et de l'entreprise sera sauvegardé. Mettez une croix dans la case appropriée ou remplissez les espaces ci-joints. Certaines questions admettent plusieurs possibilités de réponses.

Réalisée par : M. MIZZI et A. TALAOUIT

Encadré par : Mr. B. MELAKHESSOU

Partie I : L'entrepreneur

I.1. Identification de l'entrepreneur :

1. Sexe :

   ☐ Masculin
   ☐ Féminin

2. Age à la création de votre entreprise

   ☐ Moins de 20 ans
   ☐ De 20 à 30 ans
   ☐ De 30 à 40 ans
   ☐ De 40 à 50 ans
   ☐ 50 ans et plus

3. Situation matrimoniale à la création de votre entreprise

   ☐ Marié (e)
   ☐ Célibataire
   ☐ Divorcé
   ☐ Veuf (Ve)

4. Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous avez atteint ?

   ☐ Universitaire
   ☐ Secondaire
   ☐ Collège
   ☐ Autres, précisez……

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

5. Avez-vous auparavant occupé un poste de salarié dans une entreprise ?

   ☐ Oui
   ☐ Non

6. Si oui, cette expérience a-t-elle joué un rôle important dans votre volonté de créer votre entreprise ?

   ☐ Oui
   ☐ Non

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

   ☐ Oui
   ☐ Non

8. Si oui, pour combien de temps ?

   ……

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

   ☐ Oui
   ☐ Non

Partie II : Les motivations entrepreneuriale

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

   ☐ Relations professionnelles
   ☐ Connaissance d'un projet semblable
   ☐ Relation personnelle et familiale
   ☐ Reprise de l'affaire familiale
   ☐ Expérience professionnelle dans le domaine
   ☐ Innovation d'un nouveau procédé ou produit
   ☐ Autres, précisez……

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

   ☐ Les politiques d'aide à la création d'entreprise
   ☐ Argent à investir
   ☐ Travail insatisfaisant
   ☐ Opportunité d'affaire à saisir
   ☐ Perte d'emploi
   ☐ Disponibilité de la main d'œuvre
   ☐ Temps libre
   ☐ Vouloir être son propre patron
   ☐ Autres, précisez……

3. Les opportunités environnementales favorisant la création ?

   ☐ Agglomération urbain important
   ☐ Infrastructures développées
   ☐ Proximité d'autres activités
   ☐ Secteur d'activité vierge
   ☐ Avantages fiscaux
   ☐ Autres, précisez……

4. Quel sont les facteurs qui vous ont motivé à la création de votre entreprise ?

- ☐ Etre indépendant et autonome
- ☐ Expérience professionnelle
- ☐ Imitation d'une réussite familiale
- ☐ Echapper au chômage
- ☐ Réaliser un rêve
- ☐ Améliorer votre situation financière
- ☐ Relever un défi
- ☐ Créer des emplois
- ☐ L'envie d'améliorer votre environnement
- ☐ Les avantages offertes par le statut d'entrepreneur
- ☐ Les politiques d'aide à la création d'entreprise
- ☐ L'innovation
- ☐ L'envie d'être son parton
- ☐ L'envie et la capacité de gérer et diriger

Partie III : L'entreprise

1. Secteur d'activité de votre entreprise ?

- ☐ Secteur primaire
- ☐ Secteur secondaire
- ☐ Secteur tertiaire

2. Quel est la nature de création de votre entreprise ?

- ☐ Nouvelle création
- ☐ Extension d'une ancienne activité
- ☐ Reprise d'une entreprise familiale
- ☐ Reprise d'une entreprise publique/privée

3. Forme juridique :

- ☐ Personne physique
- ☐ SARL
- ☐ SNC
- ☐ EURL
- ☐ SPA

4. Quelle est la structure de financement initiale de votre entreprise ?

   ☐ Epargne personnel (autofinancement)
   ☐ Emprunt bancaire
   ☐ Emprunt familiaux
   ☐ Dispositifs publics (CNAC, ANSEJ,…)

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

   ☐ Trouver de la main d'œuvre
   ☐ Recherche de foncier
   ☐ Finance
   ☐ Disponibilité d'équipement et matériels
   ☐ L'élaboration d'un dossier administratif
   ☐ Autres, précisez……

6. Est-ce que la durée de création était ?

   ☐ Longue
   ☐ Courte

Nous vous remercions pour votre collaboration

Bibliographie

Bibliographie

Ouvrage :

BALLAND S., BOUVIER. A-M., *« Management des entreprises »*, édition DUNOD, p9.

BOUTILLIER S., UZUNIDIS D., « *L'entrepreneur : une analyse socio-économique* », édition Economica, Paris, 1995, p15.

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

CAPRON H., « *Entrepreneuriat et création d'entreprises, facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise* », édition de Boeck, Paris, 2009, p59.

DRUCKER P., « *Les entrepreneurs* », édition Lattés, 1985, p58.

FAYOLLE A., « *Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre* », édition DUNOD, Paris, 2004, p65.

FAYOLLE A., « *Le métier de créateur* », édition d'Organisation, 2003, p66.

GASSE Y., « *L'influence du milieu dans la création d'entreprise* », Centre d'entrepreneuriat et de PME, Québec, Université Laval, 2003, p52.

HERNANDEZ E-M., « *L'entrepreneuriat, approche théorique* », édition l'Harmattan, France, 2001, p89.

HERNANDEZ E-M., *« Le processus entrepreneurial : vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat* », édition L'Harmattan, 1999, p35.

JULIEN P., et MARCHESNAY, « *L'entrepreneuriat* », édition Economica, Paris, 1996, p53-54.

PLANE J-M., « *Management des organisations théories, concept, cas* », édition DUNOD, Paris, 2003, p83.

SCHEID J-C., « *Les grands auteurs en organisation* », édition DUNOD, Paris, 2ème édition, 2005, p76.

TOUNES A., « *L'intention entrepreneuriale, théorie et modèles* », éd. SANABIL Med SA, Paris, 2007.

WTTERWULGHE R., « *La PME : une entreprise humaine* », Boeck Université, 1998, p132.

Articles :

BOISSIN J-P., CHOLLET B., EMIN S., *« Le faible attrait des étudiants pour l'entrepreneuriat : éléments d'analyse pour l'action* », XIVème Conférence International de Management stratégique, pays de la Loire, Angers, 2005.

Bibliographie

BOUTILLER S., « *L'entrepreneur dans la théorie économique* », Problème économiques, n°2482, 1996, p4.

DANJOU I., « *L'entrepreneuriat : un champ fertile à la recherche de son unité* », Revue française de gestion, n°138, 2002, p112.

EMIN S., « *La création d'entreprise en contexte universitaire : les facteurs de l'engagement* », L'Association International de Management Stratégique, Université Laval, Québec, p3.

FILLION L-J., « *Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendance* », Vol 10, 1997.

MADAOUI M., « *Les nouvelles figures de l'entrepreneuriat en Algérie : un essai de typologie* », cahier du CREAD, n°85-86, 2008.

TOUNES A., « *L'entrepreneur : l'odyssée d'un concept* », n°03-73, p.6.

VERSTRAETE T., « *Entrepreneuriat : modélisation du phénomène* », revue de l'entrepreneuriat, vol 1, n°1, 2001.

Thèses et mémoires :

DESCHAMPS B., « *Le processus de reprise d'entreprise par les entrepreneurs personnes phys*ique », Thèse de doctorat en Sciences de gestion, France, 2000, p.232.

DIF A., « *L'entrepreneuriat féminin, cas de la wilaya d'Oran* », mémoire de magister en sciences commerciales, Université d'Oran, 2010, p45.

EMIN S., « *L'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : Le cas français* », Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Pierre Mendès, France, Novembre 2003, P120.

TOUNES A., « *L'intention entrepreneuriale* », Thèse de doctorat en Sciences de gestion, Université de Rouen, France, 2003, p79.

Manuels et rapports :

Bulletin d'information statistique de la PME, n°26, 2014, direction générale de la veille stratégique, des études et des systèmes d'information.

Bibliographie

Site internet :

www.andi.dz

www.création-entreprise.fr

www.wikipedia.org

Liste des figures et tableaux

Liste des figures

Figure n°01 : Caractéristiques le plus souvent attribuées aux entrepreneurs par les spécialistes en comportement ……..16

Figure n°02 : Le modèle de l'évènement entrepreneurial de Shapero ……20

Figure n°03 : La théorie du comportement planifiée ……..22

Figure n°04 : L'évolution de la population des PME privées (2013-2017) ……...34

Figure n°05 : La population des PME publiques (2013-2017) ……...35

Figure n°06 : Répartition de l'échantillon par sexe ……37

Figure n°07 : Répartition de l'échantillon en fonction de l'âge des entrepreneurs à la création de leurs entreprises ……...38

Figure n°08 : Représentation graphique de la situation matrimoniale ……...38

Figure n°09 : Représentation graphique par niveau d'instruction ……..39

Figure n°10 : Représentation graphique de la répartition des entrepreneurs en fonction de l'expérience professionnelle comme employé ……39

Figure n°11 : Représentation graphique du rôle de l'expérience professionnelle dans la décision d'entreprendre ……40

Figure n°12 : Représentation graphique de l'expérience professionnelle antérieure dans le même secteur d'activité ……...41

Figure n°13 : Représentation graphique de la durée de l'expérience professionnelle ……42

Figure n°14 : Représentation graphique de l'influence des parents ……...42

Figure n°15 : Représentation graphique de la répartition des entrepreneurs selon l'origine de l'idée de création ……..43

Figure n°16 : Représentation graphique des situations qui ont déclenchés le processus de création ……44

Figure n°17 : Représentation graphique des opportunités environnementales favorisant la création ……45

Figure n°18 : Représentation graphique des facteurs de motivation des entrepreneurs …….46

Figure n°19 : Représentation graphique selon le secteur d'activité de l'entreprise ……...47

Figure n°20 : Représentation graphique selon la situation entrepreneuriale ……..47

Figure n°21 : Représentation graphique de la forme juridique ……...48

Liste des figures

Figure n°22 : Représentation graphique de la structure de financement initial des entreprises enquêtées ……..49

Figure n°23 : Représentation graphique des difficultés rencontrées lors de la création …….49

Figure n°24 : Représentation graphique de la durée de création ……50

Liste des tableaux

Tableau n°01 : Zone industrielles dans la wilaya de Bejaia ……...31

Tableau n°02 : Zone d'activité dans la wilaya de Bejaia ……...32

Tableau n°03 : La répartition spatiale des PME au niveau national ……...33

Tableau n°04 : La population des PME privée durant (2013-2017) ……..33

Tableau n°05 : La population des PME publiques (2013-2017) ……34

Table des matières

Table des matières

Dédicaces

Remerciements

Liste des abréviations

Sommaire

Introduction générale ……01

Chapitre I : L'entrepreneur : Principal acteur de l'entrepreneuriat ……...05

Introduction ……..05

Section 01 : Aperçu théorique de l'entrepreneur ……05

1. L'évolution du concept d'entrepreneur ……...05
   1.1. L'entrepreneur dans la pensée classique ……05
      1.1.1. L'entrepreneur chez Cantillon ……...06
      1.1.2. L'entrepreneur : Individu égoïste ……...06
      1.1.3. L'entrepreneur organisateur de Say ……...06
   1.2. L'approche managériale de l'entrepreneur ……07
      1.2.1. Entrepreneur-ingénieur ……..07
      1.2.2. L'entrepreneur : Une personne autoritaire ……07
      1.2.3. Entrepreneur-manager ……08
2. L'entrepreneur : Agent central de l'activité économique ……08
   2.1. L'entrepreneur Schumpetérien ……...08
   2.2. Le risque et l'incertitude : KNIGHT ……..09
   2.3. La théorie de l'efficience X de LEIBENSTEIN ……09
   2.4. La vigilance de l'entrepreneur : KIRZNER ……...10
3. L'entrepreneur dans la pensée contemporaine ……10
   3.1. L'entrepreneur chez DRUCKER ……...10
   3.2. L'entrepreneur : Leadership ……...11
   3.3. L'entrepreneur et la théorie de comportement ……...11

Section 02 : Notions, typologies et caractéristiques de l'entrepreneur ……...12

1. Notion de l'entrepreneur ……..12
2. Typologie d'entrepreneur ……13
   2.1. Les figures typologiques proposées dans la littérature entrepreneuriale ……...13
   2.2. Les typologies d'entrepreneurs en Algérie ……14
3. Les caractéristiques de l'entrepreneur ……15

Conclusion ……...17

Table des matières

Chapitre II : Motivations à la création des entreprises : cas de la wilaya de Bejaia …...18

Introduction ……..18

Section 01 : Généralités sur les motivations ……...18

1. Comprendre l'acte entrepreneurial ……...18
   1.1. Les approches par les caractéristiques et les besoins des entrepreneurs ……...18
   1.2. Les approches comportementales de l'entrepreneur ……19
      1.2.1. Le modèle de la formation organisationnelle ……19
      1.2.2. Le modèle de l'intention entrepreneuriale ……19
         1.2.2.1. Le modèle de l'évènement entrepreneurial ……19
         1.2.2.2. Le modèle de l'action raisonnée ……21
   1.3. Les principales dimensions environnementales favorisant la création ……22
      1.3.1. Les dimensions économiques et démographiques ……23
      1.3.2. Les raisons socioculturelles ……...23
      1.3.3. Les motifs politiques ……..24
2. Définition de la motivation ……..24
   2.1. Les principales motivations des entrepreneurs ……24
      2.1.1. Motivations psychologiques ……..25
      2.1.2. Motivations sociologiques et culturels ……...26
      2.1.3. Motivations économiques ……..28

Section 02 : Enquête porté sur les motivations à la création des entreprises : cas de la wilaya de Bejaia ……...29

1. La présentation socio-économique de la wilaya de Bejaia ……..29
1.1. La situation géographique ……...29
1.2. L'aspect démographique ……29
1.3. Les potentialités économiques ……30
1.3.1. Secteur de l'agriculture ……..30
1.3.2. Secteur de pêche et de l'aquaculture ……..30
1.3.3. Secteur des mines ……...30
1.3.4. Secteur de tourisme ……31
1.3.5. Fonciers industriels ……....31
2. Indicateurs de l'entrepreneuriat à Bejaia ……..32
2.1. La PME de Bejaia au niveau national ……32
2.2. Données globales sur la création d'entreprise de la wilaya de Bejaia 33
2.2.1. La population des PME privées ……33
2.2.2. La population des PME publiques ……34
3. L'étude sur les données empiriques ……35
3.1. Méthodologie et organisation de la recherche ……35
3.1.1. L'échantillon étudié ……...35
3.1.2. Objectif de l'enquête ……..36
3.1.3. Questionnaire ……36
3.1.4. Le déroulement de l'enquête …….....36

Table des matières

3.1.5. Traitements des guides d'entretien ……36
3.2. Présentation et interprétation des résultats de l'enquête …….37
3.2.1. Identification de l'entrepreneur ……..37
3.2.1.1. Répartition des entrepreneurs par sexe …….37
3.2.1.2. L'âge des créateurs d'entreprises ……..38
3.2.1.3. Situation matrimoniale des entrepreneurs …….38
3.2.1.4. Niveau d'instruction ……..39
3.2.2. Origines et antécédents des entrepreneurs …….39
3.2.2.1. La situation professionnelle avant la création d'entreprise ……...39
3.2.2.2. L'expérience a-t-elle joué un rôle dans la volonté des entrepreneurs ……...40
3.2.2.3. L'expérience professionnelle antérieure dans le même secteur d'activité ……41
3.2.2.4. La durée de l'expérience professionnelle ……..42
3.2.2.5. L'influence des parents …….42
3.2.3. Motivations entrepreneuriale …….43
3.2.3.1. L'origine de l'idée de création ……..43
3.2.3.2. Les situations qui ont déclenché le processus de création ……44
3.2.3.3. Les opportunités environnementales favorisant la création ……..45
3.2.3.4. Les facteurs de motivation à la création d'entreprise ……46
3.2.4. L'entreprise ……47
3.2.4.1. Le secteur d'activité de l'entreprise ……..47
3.2.4.2. La situation entrepreneuriale des entreprises enquêtées ……...47
3.2.4.3. La forme juridique ……48
3.2.4.4. La structure de financement initial des entreprises enquêtées ……..49
3.2.4.5. Les difficultés rencontrées lors de la création ……...49
3.2.4.6. La durée de création des entreprises …….50

Conclusion ……...51

Conclusion générale ……...52

Annexes

Bibliographie

Liste des figures

Liste des tableaux

Table des matières

Résumé :

L'entrepreneuriat est un moyen pour assurer la capacité d'innovation et la compétitivité des nations. Elle se caractérise principalement par l'acte de création d'entreprise initié par une volonté individuelle d'un futur entrepreneur doté d'un fort sentiment de prise de risque. De ce fait, la capacité de création d'entreprise est pour chaque pays, la résultante de nombreux facteurs liés aux opportunités et aux potentialités individuels, à l'environnement économique, aux interventions de l'Etat.

Le but de notre réflexion consiste à étudier un certain nombre de questions, pour la compréhension de l'initiative entrepreneurial dans la wilaya de Bejaia, 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 création des PME privées pour l'entrepreneur algérien ?*

Il ressort de notre étude 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 le motif le plus motivant pour se lancer en affaire. La création de PME privée dans la wilaya de Bejaia est beaucoup plus la résultante d'un ensemble de facteurs qui sont : la disponibilité des ressources financières provenant de l'apport personnel et des capitaux familiaux et de plus les expériences antérieures et savoir faire des entrepreneurs affectent le choix d'activité à entreprendre.

Mots clés : Entrepreneuriat, Entrepreneur, Création d'entreprise, PME privée, Motivation.

Abstract :

Entrepreneurship is a way to ensure the capacity for innovation and the competitiveness of nations. It is mainly characterized by the act of creating a business initiated by the individual will of a future entrepreneur with a strong sense of risk taking. Therefore, the capacity to create a business is for each country the result of many factors related to individual opportunities and potentials, the economic environment, state interventions.

The purpose of our reflection is to study a number of questions, for the understanding of entrepreneurial initiative in the wilaya of Bejaia, and this by paying particular attention to the various aspects surrounding this phenomenon. In such a context, our issue revolves around the central question: *What are the determinants of the creation of private SMEs for the Algerian entrepreneur?*

Our study shows that most entrepreneurs have a strong sense of independence and autonomy and the desire to be the leader of their business. This characteristic is the most motivating reason to start a business. The creation of private SMEs in the wilaya of Bejaia is much more the result of a set of factors which are: the availability of financial resources from personal contribution and family capital and more the previous experiences and know-how of entrepreneurs affect the choice of activity to be undertaken.

Key words : Entrepreneurship, Entrepreneur, Business creation, Private SME, Motivation.