

Université Abderrahmane Mira De Bejaia  
Faculté Des Sciences Humaines Et Sociales  
Département de psychologie et d'orthophonie



## *Mémoire de fin d'étude*

### Thème

# *Les antécédents socioculturels de la réussite entrepreneuriale*

*Cas pratique : petites entreprises familiale wilaya de Bejaïa*

En vue de l'obtention du diplôme de master en psychologie

**Spécialité :** Psychologie du travail d'organisation et gestion des ressources humaines

**Présenté par :**

**AMARANE Salima**

**ABDELOUHAB Zina**

**Encadré par :**

**M : HOCINI Amar**

*Année Universitaire : 2021/2022*

## Remerciements

*Ce mémoire n'aurait pu être possible sans le bon Dieu le tout puissant qui nous a donné du courage, et de la volonté pour pouvoir suivre notre étude et réaliser ce travail.*

*Et la collaboration d'un certain nombre de personnes que nous devons remercier :*

*Nous remercions notre promoteur monsieur HOCINI Amar pour sa simplicité, sa disponibilité et sa contribution à la réalisation de ce travail.*

*Nous remercions, nos parents qui jusque-là n'ont ménagé aucun effort pour le bon déroulement de notre cursus universitaire.*

*Remerciement aux membres des petites entreprises pour leur aide, leurs conseils et surtout leur ouverture d'esprits.*

*Nous tenons également à remercier tous les enseignants ayant contribué à notre formation.*

*Enfin nos remercions nos familles et nos amis, et toute personne qui a participé de près ou de loin à la réalisation de ce modeste travail.*

*Salima & Zina.*

## Dédicaces

*A ma très chère mère*

*Quoi que je fasse ou que je dise, je ne saurai point te remercier comme il se doit ; Ton affection me couvre, ta bienveillance me guide et ta présence à mes côtés a toujours été ma source de force Pour affronter les défèrent obstacles.*

*A mon très cher père*

*Tu as toujours été à mes côtés pour me soutenir et m'encourager. Que ce travail traduit ma gratitude et mon affection.*

*A mon chère marie pour son soutien tout au long de mon parcours universitaire Puis dieux vous donne santé, bonheurs, courage et surtout réussite vous aime.*

*A mes très chère frère & mes sœurs & mes tantes et son oublie mes copine zina et nawel*

*Salima.*

## *Dédicaces*

*Je dédie ce travail à ma famille qui m'a doté d'une éducation digne et qui m'a encouragé et soutenu, son amour et sa motivation ont fait de moi ce que je suis aujourd'hui.*

*À mes très chers parents*

*Mon frère Mourad*

*Mes chères sœurs Linda et Nawal et Fouzia*

*A ma chère cousine Fairouz*

*A tous mes amis et tout particulièrement ma collègue Salima.*

*Zina.*

## **Résumé de l'étude :**

Dans ce mémoire on a traité les antécédents socioculturels de la réussite de lacté entrepreneurial.

Dans le premier chapitre est réservé au cadre méthodologique de la recherche en exposant la problématique de l'étude.

Le deuxième chapitre est consacré à l'approche théorique du phénomène entrepreneurial.

On termine le cadre théorique par les facteurs socioculturels de la réussite de la petite entreprise famille

En passe à la pratique le quatrième chapitre réservé à la présentation de l'entreprise, lieu d'enquête et les étapes de la recherche sur le terrain.

Le cinquième chapitre : port sur l'analyse et l'interprétation des résultats des hypothèses de recherche .

# **Sommaire**

# Sommaire

Remerciement

Dédicace

Résumé de l'étude

Le Sommaire

Liste des tableaux

Liste des Schéma

Liste des abréviations

Introduction ..... 13

## Chapitre I : Le cadre général de la problématique

•Préambule ..... 16

1.1. La problématique ..... 16

1.2 Les hypothèses ..... 19

1.3 Définition des concepts à l'étude : ..... 20

1.4 Les objectifs et importance de la recherche : ..... 22

1.5 Etudes antérieures ..... 22

•Résumé de chapitre : ..... 29

## Chapitre II : Le processus entrepreneurial

•Préambule ..... 31

2.1. Le processus entrepreneurial : notions et définition : ..... 31

2.2. L'importance de l'entrepreneuriat : ..... 32

2.3. Aperçu historique de la PME : ..... 33

2.4. Ecoles de pensée dans l'étude de l'entrepreneuriat : ..... 34

2.5. Rôle de psychologie de travail dans la facilité de création de l'entreprise : ..... 40

2.6. Le diagnostic des capacités entrepreneuriales : ..... 41

2.7. Les Dimensions de l'organisation entrepreneuriale : ..... 43

2.8. Les diverses formes d'entrepreneuriat : ..... 44

2.9. Le modèle théorique de (Ajzen1991) : .....	46
•Résumé du chapitre : .....	48

### **Chapitre III : Les antécédents de la réussite entrepreneuriale**

•Préambule : .....	50
3.1. Définition de l'entrepreneur : .....	50
3.2. Caractéristiques de l'entrepreneur : .....	51
3.3. Les principes de motivation d'un entrepreneur : .....	53
3.4. Les éléments liés à l'environnement et réussite entrepreneuriale : .....	58
3.5. Les antécédents socio-culturelle de la réussite de l'entrepreneuriale : .....	60
3.6. Les antécédents psychologiques de la réussite de l'entrepreneuriale : .....	62
3.7. Les antécédents économiques de la réussite de l'entrepreneuriale : .....	63
3.8. Les facteurs d'influence : .....	64
•Résumé de chapitre : .....	65

### **Chapitre IV : Le cadre méthodologie de la recherche et vérification des concepts**

•Préambule : .....	67
4.1 Présentation du lieu d'enquête : .....	67
4.2. La pré-enquête et ses résultats : .....	70
4.3. La méthode de recherche utilisée : .....	71
4.4. La population et l'échantillon de l'étude : .....	71
4.5. L'instrument de collecte des données : .....	72
4.6. La collecte et l'analyse des données : .....	72
• Résumé du chapitre .....	73

### **Chapitre V : Analyse et interprétation des résultats de la recherche**

•Préambule : .....	75
5.1- présentation et analyse des résultats de la recherche : .....	75
5.1.1-Présentation des résultats des hypothèses de recherche : .....	75

5.1.1.1-Présentation des résultats socioprofessionnels : .....	75
5.2. Discussion générale des résultats de l'étude : .....	78
–Conclusion : .....	81
Liste bibliographique .....	84
Annexe	
Table des matières	

## Liste de tableaux

<b>N° : tableaux</b>	<b>Titres</b>	<b>Pages</b>
Tableau 1	synthèse des postulats des écoles (Cunningham et Lischeron, 1991)	39
Tableau 2	Exemple de facteur d'influence	64

## Liste des figures

<b>N° : figure</b>	<b>Titres</b>	<b>Pages</b>
Figure 1	Processus de développement des compétences entrepreneuriales	41
Figure 2	Un exemple des types d'organisation intéressant le gestionnaire	44
Figure 3	Le modèle de la théorie du comportement planifié, Ajzen (1991)	48

## Liste de abréviations

Abréviations	Signification
PEF	Petite entreprise familiale
PME	Petite & moyenne entreprise
ONS	l'Office National des Statistiques
PE	Petit entreprise
PTO	psychologie de travail et des organisations

# **Introduction**

### Introduction

Entreprendre est l'aptitude de réaliser une conception, d'élaborer un projet qui peut aboutir à la création d'entreprises,

L'entrepreneuriat est un facteur important pour une économie en plein croissance. En effet, la création de nouvelles entreprises permet de dynamiser le système économique.

L'entrepreneuriat peut être un moyen de lutter contre le chômage. Cette solution va réduire automatiquement la dépendance et la passivité ; à travers la création d'entreprises, les jeunes peuvent créer eux-mêmes leurs emplois.

« 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 entreprises »  
**(Stevenson)**

Aujourd'hui, l'entrepreneuriat est devenu un acteur principal dans la croissance économique, c'est une activité humaine exercée par une personne ou un groupe de personnes leur objectif essentiel est de construire une entreprise ou améliorer une entreprise qui existe déjà.

L'entrepreneur prend régulièrement des risques, et mobilise des ressources financières, humaines et matérielles pour effectuer des bénéfices et des gains.

Le début de ce troisième millénaire est marqué par le renouveau de l'esprit d'entreprendre et du comportement entrepreneurial, lesquels affectent tous les pays et tous les domaines de la vie économique et sociale : les créations et les reprises d'entreprises, les entreprises existantes, les associations et même le service public. Cet intérêt marqué pour l'entrepreneuriat concerne également tous les publics, jeunes, seniors, femmes, cadres en activité, demandeurs d'emploi, fonctionnaires. Pendant de nombreuses années on a pensé que l'esprit et la capacité d'entreprendre relevaient principalement, voire exclusivement, du goût du risque et de traits de personnalité particuliers, comme le besoin d'indépendance ou d'accomplissement. Depuis le début des années 1980, cette vision d'un entrepreneur inné est remise en question. Entreprendre aujourd'hui, c'est aussi et surtout une discipline, dont les règles et les principes peuvent s'apprendre et être systématiquement appliqués. Savoir entreprendre est, au moins partiellement, une technique, telle est la thèse avancée par Peter Drucker dans son ouvrage sur les entrepreneurs (Drucker, 1985). Il est probablement celui qui a, dans cette période, le plus contribué à diffuser cette idée

Si l'apprentissage du comportement entrepreneurial relève de questions liées à l'éducation et à la pédagogie (ou à l'andragogie), il en est d'autres qui portent sur la délimitation des objets d'enseignement et sur la définition des postures de l'éducateur et de l'apprenant. Vouloir enseigner l'esprit et l'acte d'entreprendre passe par une prise de position claire par rapport à ces différentes interrogations.

on a divisé notre mémoire en cinq chapitres et choisir le plan suivant :

Le premier chapitre est réservé au cadre méthodologique de la recherche en exposant la problématique de l'étude, les hypothèses de l'enquête et les différentes définitions des concepts clés, ainsi en expliquant la méthode adoptée, la technique utilisée et l'échantillon sélectionné.

Le deuxième chapitre est consacré à l'approche théorique du phénomène entrepreneurial, en donnant plus de sens au terme entrepreneuriat ; passant par son importance et les écoles qui a pensée dans l'étude de l'entrepreneuriat ; on a parlé aussi sur le rôle de psychologie de travail dans la facilite de création de l'entreprise.

On a terminé ce chapitre par la présentation des diverses conceptions théoriques qui ont essayé d'expliquer le phénomène entrepreneurial.

Le troisième chapitre on a donné la définition de l'entrepreneur On a abordé aussi les caractéristiques d'un entrepreneur et ces motivations ; nous verrons en suit les antécédents de la réussite de l'entrepreneuriat

On a achevé ce chapitre par la théorie du comportement planifié stipule que les décisions précédant un comportement donné résultent d'un processus cognitif et émotionnel dans lequel le comportement est indirectement influencé par l'attitude envers l'action, les normes subjectives et le contrôle comportemental perçu (**Ajzen, 1991**)

Le quatrième chapitre réservé à la présentation de l'entreprise, lieu d'enquête et les étapes de la recherche sur le terrain.

Le cinquième chapitre : port sur l'analyse et l'interprétation des résultats des hypothèses.

# **Chapitre I : Le cadre général de la problématique**

- **Préambule**

La méthodologie de recherche comporte une démarche et un ensemble d'outils indispensable pour la collecte de données. Donc le chercheur doit tracer les objectifs à atteindre ; pour cela, on définit un ensemble d'objectifs de recherche et présente l'approche méthodologique qu'on a retenue pour les atteindre.

On abordera dans un premier temps la problématique de notre présente étude et on formule les hypothèses de la recherche. Ensuite on expose les raisons du choix de thème et les objectifs de recherche et enfin l'analyse conceptuelle des concepts clés et les études antérieures.

### **1.1. La problématique**

La création des petites entreprises est devenue la source de développement et de croissance économique d'un pays. Elle se base sur deux éléments importants, l'entrepreneur et le milieu.

C'est ainsi l'entrepreneuriat est devenu aujourd'hui un enjeu majeur pour la quasi-totalité des pays. L'ensemble des avantages qu'il génère, justifie énormément l'intérêt croissant qu'il suscite. Par ailleurs, en plus de sa contribution dans la création d'emploi, dans l'innovation et le renouvellement du tissu économique, l'entrepreneuriat peut présenter de l'intérêt pour les individus qui peuvent trouver dans des situations entrepreneuriales et plus particulièrement dans la création d'entreprises des sources de satisfaction. Une des définitions les plus courantes de l'entrepreneuriat consiste à l'associer, parfois de façon synonymique, à la création d'entreprise. Comme le souligne **Verstraete** dans sa définition « l'entrepreneuriat est un phénomène conduisant à la création d'une organisation impulsée par un ou plusieurs individus s'étant associés pour l'occasion » (**Verstraete et Fayolle, 2005, p. 37**).

Jusqu'à 2001, il n'existait pas une définition officielle de la PME en Algérie et l'Office National des Statistiques (ONS) définissait la PME comme étant une entreprise de production de biens et de services employant de 1 à 250 personnes.

En décembre 2001, l'adoption de la loi (**N°01-18 du 12/12/2001**) d'orientation sur la petite et moyenne entreprise a conduit à une définition plus officielle inspirée de la définition adoptée par l'Union Européenne.

La définition de la PME adoptée par l'Algérie est basée sur les trois critères suivant : les effectifs, le chiffre d'affaires et le bilan annuel. La PME (**Journal officiel 2001.**) quel que soit son statut juridique, est définie comme étant une entreprise de production des biens et des

services employant de 1 à 250 personnes, dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 2 milliards de Dinars (DA), ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 500 millions de Dinars. Cette loi sur les PME distingue trois types d'entreprises :

La moyenne entreprise est une entreprise employant de 50 à 250 personnes et dont le chiffre d'affaires est compris entre 200 millions et 2 milliards de Dinars ou dont le total du bilan est compris entre 100 et 500 millions de Dinars.

La petite entreprise qui nous concerne dans cette étude de prêt est définie comme une entreprise employant de 10 à 49 personnes et le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 200 millions de Dinars ou dont le total du bilan n'excède pas 100 millions de Dinars.

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

Le but d'une entreprise est de faire une utilisation optimale de ses ressources disponibles pour générer des revenus, et de maximiser ses profits. Qu'il s'agisse ou non d'une entreprise est en mesure de faire un usage optimal de ses ressources disponibles dépend de nombreux facteurs internes et externes. Un de ces facteurs notables qui joue un rôle déterminant dans le fonctionnement d'une organisation est l'environnement socio-culturel de la région dans laquelle l'organisation est en marche. Les facteurs socio-culturels tels que les attitudes sociales, les systèmes de croyance, de l'éducation, le droit, la politique, etc, ont une incidence sur les perspectives de l'entreprise. Si une entreprise donne, ou ne parvient pas à identifier les effets des facteurs socio-culturels, il court le risque de s'aliéner avec son environnement immédiat. Parmi ces facteurs socio-culturels on trouve aussi d'autre facteur qui peut mène à la réussite ou bien à l'échec de la petite entreprise familiales nous trouvons le premier facteur qui peut influencer sur l'entrepreneuriat c'est « l'histoire de la famille » qui veut dire à ce que les premiers de la famille à travailler déjà dans le domaine entrepreneuriale ; on passe à le deuxième facteur « la taille de la famille » ça veut dire à ce que votre famille et nombreuse ou bien ta une petite famille ça aussi peut influencer positivement et négativement sur l'entreprise par ex : si la famille est grande et cohésive les unes dans les autres, cela nous aide à construire et à développer notre entreprise ; cela ne signifie pas que si la famille est nombreuse, elle nous

mène toujours au succès ;alors que nous constatons que la plupart des familles nombreuses ont des problèmes entre elles et cela nous amène à la perte .

On suite le troisième facteur c'est « l'environnement socio-culturelle » qui a un impact sur l'avenir d'une entreprise. Le nombre de personnes vivant dans une région, leur origine ethnique, l'âge, le sexe, la race, le sexe, etc, sont des facteurs importants à considérer pour toute entreprise. Une bonne compréhension de la démographie de la clientèle peut fournir une entreprise avec des pointeurs précieux vers le lancement de nouveaux et la religion et personnalisé sont deux des facteurs les plus importants affectant une entreprise. Chaque organisation doit s'adapter aux coutumes et traditions qui prévalent dans une région. une politique d'entreprise uniforme ne peut pas être mis en œuvre à travers le monde, que les allocations doivent être prises pour les sensibilités religieuses de la population locale.

En fin le dernier facteur c'est « le lien social » si y a une [cohésion sociale](#) , cela contribuera au développement de notre projet ; et si les membres de la société ont une rancune entre eux, cela ne nous a pas aidés dans le succès de notre entreprise . l'entrepreneur qui a établi son établissement ne doit pas rester à l'écart de son réseau de connaissances et d'amis, car ils peuvent lui faire profiter de leurs sages décisions. À cet égard, le chercheur (**FAYOLLE .A**) souligne l'importance de la famille personnelle et des relations avec les amis pour déterminer le succès de l'entrepreneur ; il est important que tout le monde fournisse un soutien psychologique. et la morale, surtout au début du projet, où cette phase est marquée par une quasi-absence. L'entrepreneur est physiologiquement et psychologiquement sur la famille et les amis, et cette phase est caractérisée par la colère et l'anticipation. et le stress, l'incertitude et l'incertitude dans la carrière et la recherche du confort psychologique. C'est un devoir de le faire. La famille comprend l'état psychologique de l'entrepreneur et il y a du travail pour atténuer la situation. si l'entrepreneur rencontre des difficultés et est inacceptable à la nouvelle situation par la famille en même temps que des difficultés professionnelles, il a besoin d'un effort mental considérable et de patience (**A.FAYOLLE,2004, p :201**).

Nous visons a travers ce theme de recherché a comprendre le rôle des antécédents socioculturels dans le développement de la petite entreprise familiale nous nous sommes tournés vers plusieurs petites entreprise familiale pour renseigner sur notre recherche parmi elles : la 1 er entreprise familiale c'est abid food spécialisée dans les préparations de flans, « Nawal » est la marque originaire créée en 1988. La 2em entreprise c'est kherbouche matériel frigorifique a été cree en 2015 a irssan – ighrem

A la lumière de ce qui vient d'être présenté, notre question de départ ce résume comme suit :

- Les facteurs socioculturels de la famille Algérienne contribuent-ils à la réussite de la PEF ?

Autrement dit :

- L'histoire familiale contribue-t-elle à la réussite de la (P.E.F) ?
- La taille de la famille contribue-t-elle à la réussite de la (P.E.F) ?
- L'environnement socioculturelle contribue-t-il à la réussite de la (P.E.F) ?

## **1.2 Les hypothèses**

Afin de mieux cerner notre sujet, nous sommes amenés à formuler des hypothèses qui sont définies comme suit :

Selon Raymond Quivy l'hypothèse est une proposition qui anticipe une relation entre deux termes, qui selon les cas peuvent être des concepts ou des phénomènes, une hypothèse est donc une proposition provisoire, une présomption qui demande à être vérifiée. (**Raymond Quivy, Paris, 1995, p126**)

Pour répondre aux questions que nous avons posées dans la problématique, nous proposons les hypothèses suivantes :

### **Hypothèse n°1 :**

La réussite de la petite entreprise familiale (P.E.F) est fonction de l'ancrage du métier (domaine) dans l'histoire familiale.

### **Hypothèse n°2 :**

La réussite de la petite entreprise familiale (P.E.F) est fonction de la taille de la famille.

### **Hypothèse n°3 :**

La réussite des PEF est fonction des facteurs socioculturels environnants.

---

---

### 1.3 Définition des concepts à l'étude :

#### 1.3.1 L'histoire familiales :

##### a) Définition théorique

La famille est une institution qui contribue à façonner les attitudes et comportements de ses membres. Plusieurs recherches indiquent que les entrepreneurs proviennent le plus souvent de familles où les parents ou d'autres proches sont eux-mêmes dans les affaires. Les jeunes grandissant dans ce genre de famille ou d'entourage considèrent leurs parents ou leurs proches comme des modèles à imiter (Gasse, 2003, p. 51). très souvent, dans un pays où il y a beaucoup d'entreprises familiales ce phénomène est une source de création parce que le fils crée une entreprise comme le père (Sweeney, 1982). L'environnement le plus favorable pour un candidat créateur semble être un milieu familial qui associe une image positive à l'entreprise privée (Bragard et al., 1987).

##### b) Définition opérationnelle

Veut que ils ont travaillé déjà dans le domaine entrepreneuriale ; ils ont de l'expérience dans le domaine cela nous aidera a développé notre entreprise acquérir une expérience professionnelle dans une profession est un facteur clé de succès, car l'acquisition d'une expérience professionnelle peut L'entrepreneur peut facilement gagner la confiance des partenaires et des personnes avec qui il traite, qu'ils soient des travailleurs clients ou les dirigeants de la banque ou que l'expérience professionnelle se trouve de progresser rapidement et avec une grande confiance. Il est bon Faire des erreurs chez les autres et donc apprendre des leçons de ces erreurs et donc ne pas faire les mêmes erreurs dans votre organisation, les résultats ont montré que ceux qui ont réussi dans leurs projets ont une expérience professionnelle antérieure et connaissent à l'avance les divers problèmes qui peuvent les affronter et savent bien où les trouver.

#### 1.3.2 l'environnement socio-culturel :

##### a) Définition théorique

L'environnement socioculturel est composé des conditions extérieures à une organisation et relatives aux institutions et aux forces qui sont susceptibles d'influencer les croyances, les attitudes, les comportements et les valeurs d'une société.

Il comprend les modes de vie, les valeurs morales, les courants de pensées de la société qui influencent les besoins économiques de la clientèle de l'entreprise.

Les principaux facteurs influençant l'achat : De nombreux facteurs influencent les décisions d'achat d'un consommateur : \* Les facteurs socio-culturels : \* La culture : Un individu assimile le système de valeurs caractéristiques de sa culture, qui résulte des efforts passés de la société pour s'adapter à son environnement, et qui lui est transmis par différents groupes et institutions (famille, école, etc...). \* Les affiliations socio-culturels qui permettent à leurs membres de s'identifier de façon plus précise à un modèle de comportement donné. On distingue : les groupes de générations, les groupes de nationalités, les groupes religieux, les groupes ethniques, les groupes régionaux. \* La classe sociale : Toute société humaine met en place un système de stratification sociale. Celui-ci prend la forme d'un système de castes dans lequel les individus ne peuvent échapper à leur destin ou de classes sociales entre lesquelles une certaine mobilité est possible. (<https://www.etudier.com/>)

**Selon Carrier (2001)**, la notion de culture renvoie à l'art, à ce qui peut représenter un peuple, et la créativité accompagne la création de valeur, l'innovation, l'imagination et l'originalité. En effet, au-delà de la sphère économique, le but de ce type d'entrepreneuriat est de contribuer « au bien commun qu'est l'art, la culture ».

### **b) Définition opérationnelle**

Un nombre important de facteurs extérieurs sont susceptibles d'influencer l'évolution d'une entreprise. Ces éléments extérieurs constituent son environnement. Chaque élément a un effet plus ou moins direct et plus ou moins important sur l'activité économique et sur l'entreprise. Un événement peut être très localisé et avoir un impact restreint en ne touchant que quelques entreprises. Ou au contraire, avoir une influence plus large sur tout un secteur d'activité économique. Les activités de l'entreprise se développent en interdépendance avec l'environnement qui lui impose des contraintes et offre des opportunités. L'entreprise adopte des comportements et utilise des moyens afin de s'adapter aux conditions de son environnement, ce qui suppose une bonne connaissance de ses diverses composantes.

L'environnement socio-culturel influence positivement et négativement sur l'entreprise bien que cela puisse conduire au succès de notre entreprise ou bien le contraire par ex : nous avons été élevés sur des principes que nous ne pouvons pas changer. Nous sommes musulmans. Il y a beaucoup de choses que Dieu nous a interdites, comme l'alcool. Donc automatiquement qui va créer une entreprise de l'alcool dans notre milieu il va pas réussir

**1.3.3 la taille de la famille :****a) Définition théorique**

Taille de la famille désigne le nombre de personnes dans la famille.

**b) Définition opérationnelle**

La taille de la famille peut nous aider dans la réussite de notre entreprise et peut nous conduire à une perte où la majorité des familles nombreuses peuvent se serrer les coudes pour bâtir leur entreprise ; il y a aussi des familles nombreuses quand le parent de famille décède. Chaque personne il prendra son droit de la propriété cela conduit à la désintégration de l'entreprise

**1.3.4. Lien social****a) Définition théorique :**

Le lien social désigne l'ensemble des relations qui unissent des individus faisant partie d'un même groupe social et/ou qui établissent des règles sociales entre individus ou groupes sociaux différents. Quand on utilise l'expression au pluriel, on pense aux relations sociales concrètes dont le lien social est tissé. les liens sociaux permettent d'assurer la cohésion sociale et l'intégration des individus, soit par le partage de valeurs communes soit par la reconnaissance sociale des différences lors de l'établissement des règles sociales.( <https://ses.webclass.fr/>)

**1.4 Les objectifs et importance de la recherche :**

- a) Comprendre et obtenir des connaissances fiables concernant le phénomène entrepreneurial.
- b) Montrer l'importance des antécédents socioculturels dans la réussite de la PEF.
- c) Comprendre le rôle des antécédents socioculturels dans le développement de la petite entreprise familiale.
- d) Découvrir les facteurs qui mènent à la réussite ou l'échec de la création de la PEF.

**1.5 Etudes antérieures**

Depuis longtemps, le concept entrepreneurial a attiré l'attention des chercheurs comme essence de la création et la promotion d'emploi, de dynamisme socio-économique et des valeurs culturelles. On recense plusieurs économistes qui s'intéressent à ce concept d'entrepreneuriat comme, (Smith 1776), (Mill 1848), (Knight 1921), (Boumol 1968), (Kizner1976), (Broehel

1978). Le développement de l'esprit d'entreprise s'explique largement par le fait que les régions disposent énormément de potentialités et des activités entrepreneuriales nécessaires à la création et la promotion de l'emploi.

Malgré cela, les activités entrepreneuriales rencontrent plusieurs obstacles qui freinent leur développement comme : l'aversion au risque, un manque de formation ou d'éducation entrepreneuriale, motivation individuelle, contraintes familiales qui poussent les chômeurs à chercher un travail rentable à très court terme, comportement plus défavorable à l'entrepreneuriat chez les jeunes qui préfèrent les grandes entreprises et les établissements publics, etc. (Marchesnay M, 2002)

La recherche en entrepreneuriat s'est fortement intéressée aux caractéristiques et motivations personnelles de l'entrepreneur, en mettant en évidence que ces traits sont liés à la culture, aux valeurs, aux croyances et aux normes prévalant dans son milieu social et culturel (Audet, Riverin et Tremblay, 2005 ; Borges, Simard et Filion, 2005 ; Busenitz et Lau, 1996 ; Chabaud et Sammut, 2014). L'environnement apparaît donc comme un facteur influençant l'intention entrepreneuriale. la plupart des études en entrepreneuriat concernent un contexte environnemental précis. La comparaison entre les pays en développement et les pays développés demeure donc faible alors que de nombreux programmes ces derniers essayent de soutenir l'entrepreneuriat dans les pays en développement dont l'Afrique (par exemple l'Union Européenne a financée au travers de divers instruments comme les Tempus-Meda des projets d'appui à l'entrepreneuriat en Tunisie et au Maroc). Or une meilleure compréhension de l'environnement entrepreneurial, lequel influence les croyances, les perceptions, ainsi que les comportements des entrepreneurs potentiels ou actifs, est nécessaire afin de rendre les programmes d'appui à l'entrepreneuriat plus efficaces (Nyock Ilouga et al., 2014 ; Sahut et al., 2015).

Un nombre important de facteurs extérieurs sont susceptibles d'influencer l'évolution d'une entreprise. Ces éléments extérieurs constituent son environnement. Chaque élément a un effet plus ou moins direct et plus ou moins important sur l'activité économique et sur l'entreprise. Un événement peut être très localisé et avoir un impact restreint en ne touchant que quelques entreprises. Ou au contraire, avoir une influence plus large sur tout un secteur d'activité économique. Les activités de l'entreprise se développent en interdépendance avec l'environnement qui lui impose des contraintes et offre des opportunités. L'entreprise adopte des comportements et utilise des moyens afin de s'adapter aux conditions de son environnement, ce qui suppose une bonne connaissance de ses diverses composantes.

La culture d'une communauté peut également influencer combien l'entrepreneuriat, il est en elle. Différents niveaux de l'entrepreneuriat peuvent provenir de différences culturelles qui font l'entrepreneuriat plus ou moins gratifiant personnellement. Une communauté qui accorde le statut le plus élevé pour ceux qui sont au sommet des organisations hiérarchiques ou ceux qui ont l'expertise professionnelle peut décourager l'entrepreneuriat. Une culture ou une politique qui accorde un statut élevé pour l'individu "self-made" est plus susceptible d'encourager l'entrepreneuriat.

### **1.5.1 Les facteurs sociaux et l'activité entrepreneurial :**

Comprendre l'entrepreneuriat comme un phénomène social nous permet de tirer sur la littérature bien développée, plus générale, sur le capital social et les réseaux sociaux. Le concept de capital social est sans doute l'un des «exportations» les plus réussies de la sociologie aux autres sciences sociales (**Portes A. (2000)**).

L'origine du terme «capital social», est créditée de Jacobs (1962) et Loury (1977) qui ont développé la conception individualiste et économique. Le capital social est défini comme les ressources matérielles et virtuelles qui facilitent la réalisation des objectifs des acteurs et qui reviennent à des acteurs à travers la structure sociale (**Portes A. (1999)**.) compte tenu de la proposition centrale que les réseaux de relations constituent une ressource précieuse (**Nahapiet J and Ghoshal S. (1998)**).

Un bon nombre des idées de la théorie du capital social par rapport à l'activité entrepreneuriale peut être trouvé dans la littérature de réseau social (**Casson M and Della Giusta M. (2007)**). Dans le domaine de l'entrepreneuriat de nombreuses études ont établi sur l'analyse de réseau social pour illustrer l'accès des entrepreneurs aux ressources qui ne sont pas possédés interne (**Bowey JL and Easton G. (2007)**). l'idée sous-jacente est que, bien que les entrepreneurs ont habituellement une partie des ressources nécessaires pour créer une entreprise (par exemple, les idées, les connaissances et les compétences pour diriger l'entreprise), en général, ils ont également besoin de ressources complémentaires qu'ils obtiennent grâce à leurs contacts (par exemple, de l'information, le capital financier, travail) pour produire et livrer leurs produits ou services (**Aldrich HE and Zimmer C (1986)**).

Dans la littérature du réseau de l'esprit d'entreprise, trois éléments des relations de réseau apparaissent comme critique à la recherche théorique et empirique sur le processus entrepreneurial (**Johannisson B. (1988)**). la nature du contenu qui est échangée entre les acteurs (par exemple, le capital social et incorporels ressources, telles que le soutien affectif) [**Bates T**

(1997) Race] les mécanismes de gouvernance dans les relations de réseau (par exemple la confiance entre les entrepreneurs et les partenaires qui s'aventurent) [Lorenzoni G and Lipparini A. (1999). et la structure du réseau créé par les relations transversales entre les acteurs (par exemple la possibilité d'utiliser la cohésion et trous structuraux pour découvrir et développer des rendements d'entreprise ) [Burt RS. (1992).

### 1.5.2 Les facteurs culturelles et l'activité entrepreneurial :

Parce que les sociétés sont dotées par la nature avec différents environnements physiques, les membres de la société doivent adopter des modes de comportement dans l'environnement pour réussir. Ces tendances dans l'environnement de comportement conduisent à la formation de différentes valeurs culturelles dans les différentes sociétés, dont certaines influent sur la décision de créer de nouvelles entreprises. Ainsi, la culture, à la différence de contextes politiques, sociaux, technologiques ou économiques, présente un intérêt pour le comportement économique et l'entrepreneuriat [Shane S. (1993).

Une des difficultés dans l'examen de la culture affects et effets par rapport à l'activité entrepreneuriale est l'absence d'une définition précise et communément compris de la culture (McGrath RG, Macmillan IC, Ai-Yuan Yang E and Tsai W. (1992).)

Les anthropologues suggèrent que la culture est liée à la façon dont les sociétés» organisent le comportement social et la connaissance [Hall ET. (1973.).

Les valeurs culturelles sont définies comme la programmation collective de l'esprit qui distingue les membres d'un groupe humain d'un autre et leurs réponses respectives à leurs environnements [Hofstede G. (1980) Plusieurs études ont souligné l'influence des facteurs culturels sur l'esprit d'entreprise à partir de différents points de vue. Hayton et al. (2002), dans leur revue de la littérature, de la culture de l'esprit d'entreprise et lien à trois grands courants de recherche. Le premier porte sur l'impact de la culture nationale sur les mesures globales de l'esprit d'entreprise telles que la production nationale d'innovation ou de nouvelles entreprises créées. Le deuxième courant traite de la relation entre la culture nationale et les caractéristiques des entrepreneurs individuels. la troisième examine l'impact de la culture nationale sur l'entrepreneuriat social.

Une grande partie de la recherche en entrepreneuriat qui considère les variables culturelles a suivi le travail séminal de Hofstede (1980, 2001) montrant comment la culture se manifeste sous diverses formes, et comment les valeurs culturelles au niveau individuel ou de la société

sont influencés par la culture nationale. Selon ce point de vue, les différences culturelles entre les sociétés peuvent être réduites à quatre dimensions quantifiables : l'incertitude, l'individualisme, la masculinité et la distance de puissance. La dimension de contrôle de l'incertitude représente la préférence pour la sécurité et l'inconfort des situations non structurées ou ambiguës. l'individualisme signifie une préférence pour agir dans l'intérêt de soi-même et sa famille immédiate, par opposition à la dimension du collectivisme, qui se tient pour agir dans l'intérêt d'un grand groupe en échange de leur loyauté et leur soutien. La distance de puissance représente l'acceptation de l'inégalité dans la position et l'autorité entre les gens. La masculinité représente une croyance dans le matérialisme et de décision plutôt que le service et l'intuition. L'utilisation du concept de la culture de **Hofstede (1980)**, les chercheurs ont en général l'hypothèse que l'esprit d'entreprise est facilité par les cultures qui sont riches en individualisme, faible contrôle de l'incertitude, de faible puissancedistance et de grande masculinité [**Hayton JC, George G and Zahra SA. (2002)**].

En somme, les approches centrales à la compréhension du rôle des facteurs sociaux et culturels s'articulent autour des concepts de « réseaux » et « encastrement » [**Granovetter MS. (1985)**], et le flux de recherche basés sur cadre culturel dimensions de Hofstede (1980, 2001). Bien que, en général, la recherche a montré variables culturelles à avoir une influence sur l'esprit d'entreprise, les variables culturelles dans de nombreux cas ont été théorisé et modélisé comme modérateur des résultats d'entreprise [**Hayton JC, George G and Zahra SA. (2002)**]. Cela suggère qu'une plus grande attention devrait être accordée aux interactions entre les dimensions culturelles et la conception de la culture qui permet une plus grande complexité par rapport à d'autres caractéristiques de l'environnement.

### **1.5.3 la famille et l'activité entrepreneuriale :**

L'individu reflète l'image d'une réalité sociale qui est en grande partie forgée par sa famille car celle-ci détermine ses comportements et lui transmet les valeurs qu'on voudrait qu'il partage (**Boudabbous, 2011**). Elle est le premier milieu de socialisation au sein duquel il commence à s'initier aux règles de la vie (**Ben Salem, 2002**). Elle joue le rôle d'un sculpteur qui conçoit et réalise la personnalité du jeune individu : « la famille contribue au développement de son individualité, de son système d'appréciation, de la perception de soi, du monde environnant et de sa créativité » (**Karbowniczek, 2010**)

Les facteurs contextuels déclencheurs du processus entrepreneurial, la famille (parents, frères, sœurs, oncles, cousins, etc.) comprenant un ou plusieurs entrepreneurs figure dans les écrits

académiques en tête de liste car il s'agit du vecteur primaire de la socialisation entrepreneuriale. Les enfants ayant tendance à reproduire les schémas et comportements de leurs plus proches parents, les jeunes issus d'une famille d'entrepreneurs seraient ainsi plus disposés à entreprendre (**Sénicourt et Verstraete, 2000**) : « en valorisant l'entrepreneuriat, la famille incite les jeunes à transformer leurs rêves en réalité ; dans ce cas et seulement dans ce cas, le lien entre l'arbre et le fruit est concrétisé » (Ruel, 2004). La propension de cette population à créer une entreprise serait élevée en raison du transfert de l'esprit d'entreprise, de la vocation entrepreneuriale, des qualités et des compétences requises pour accéder à la fonction d'entrepreneur (**Pailot, 2000**). Au-delà de la désirabilité entrepreneuriale transmise ou la volonté de « perpétuer la tradition familiale », la faisabilité simplifiée du projet du fait de l'intervention des parents accentue la disposition mentale et technique à créer une entreprise. À cet égard, **Ben Kahla (2006)** précise qu'un individu dont le père est entrepreneur peut bénéficier du statut de ce dernier sur trois niveaux : la transmission d'un capital matériel, la transmission d'un réseau social et d'affaires et la transmission d'un savoir-faire en matière de création et de gestion d'entreprise. Ces transmissions s'opèrent à travers deux grands registres obéissant à des lois porteuses de déterminations puissantes mais contradictoires : registre patrimonial (valeurs, mémoire, éducation, héritage matériel, mythes familiaux, positions sociales, etc.) et un registre psychique (désirs narcissiques, identifications conscientes et inconscientes, loyautés invisibles, etc.) (**Gaulejac, 1999**). Par ces processus de liaison, les parents transmettent à leur descendance leurs façons d'éprouver le monde et de le penser, leur vécu et leur récit de l'histoire familial. Il s'agit là d'un patrimoine implicite d'images et de croyances représentant les prémisses de la destinée entrepreneuriale.

Relativement au débat « inné-acquis », **Sénicourt et Verstraete (2000)** s'opposent à l'idée qu'un individu puisse naître entrepreneur, c'est-à-dire qu'il y aurait une inscription génétique de la pro - pension à entreprendre. Par contre, selon ces auteurs, la socialisation entrepreneuriale commence très tôt pour les jeunes issus d'une famille d'entrepreneurs. En effet, en tant qu'institution façonnant les attitudes et les comportements de ses membres (**Nabli, 2009**), ce type de famille oriente ces derniers vers la voie entrepreneuriale dès leur plus jeune âge. Le choix d'une carrière d'entrepreneur devient dès lors évident pour eux. Ils sont plus enclins à entreprendre non pas parce que leurs capacités entrepreneuriales sont supérieures, mais parce que le contact parental a rendu leur choix de devenir entrepreneur naturel et accessible. À ce sujet, Fayolle (2003a) précise que le taux de reproduction sociale est souvent supérieur à 50 % dans les milieux entrepreneuriaux. D'après cet auteur, les entrepreneurs sont le plus souvent

issus de familles dans lesquelles un des parents est de profession libérale, indé - pendant ou propriétaire d'une société. Il s'agit en quelque sorte de modèle à suivre.

En résumé, la famille d'entrepreneurs constitue le lieu privilégié de transfert de valeurs entrepreneuriales chez l'individu et donc de l'éclosion d'une vocation entrepreneuriale chez ce dernier. Elle facilite la décision entrepreneuriale grâce à ses apports matériels et immatériels, à l'instar de l'expérience professionnelle, les fonds propres fournis, le repérage d'opportunités d'affaires et la constitution d'un réseau de partenaires : « le milieu socio-économique de la famille influence le développement du capital social et du capital humain, qui à leur tour affectent la capacité d'un entrepreneur à identifier et à saisir les opportunités d'affaires » (Anderson et Miller, 2003). (Sarhan Abdennadher, Karim Trabelsi, Sami Boudabbous 2015)

### **1.6 Discussion des études antérieures :**

La croissance des PE a fait l'objet de plusieurs études. Plusieurs théories ont été développées pour tenter d'expliquer les causes et les conséquences de la croissance. Au niveau des petites entreprises, l'accent est mis sur les objectifs personnels de l'entrepreneur ou du propriétaire dirigeant. Ce dernier peut souvent choisir de maintenir son entreprise à une certaine taille pour plusieurs raisons comme la peur de perdre le contrôle de son entreprise avec, par exemple, l'arrivée de tierces personnes dans celle-ci. La théorie de la contingence a essayé d'expliquer la croissance à la fois par des facteurs tant internes qu'externes à l'entreprise. Et les théories culturalistes ont ajouté l'influence de l'appartenance à une communauté avec ses traditions spécifiques. S'il est vrai que plusieurs études ont porté sur la croissance de la PE, nous devons souligner que celles-ci se sont peu penchées, du moins explicitement, sur l'influence des facteurs socioculturels sur la croissance des petites entreprises. Comme nous l'avons vu, le propriétaire dirigeant d'une PE est central dans le développement de son entreprise. Cependant, les contraintes sociales et culturelles de la famille d'où il vient et de la communauté à laquelle il appartient et son degré d'attachement à celles-ci vont contribuer à façonner et à donner une orientation évolutive ou non de la petite unité. Mais, ces dernières valeurs varient avec le niveau de formation et l'expérience de l'entrepreneur

- **Résumé de chapitre :**

On a essayé à travers ce chapitre de présenter le problème de recherche de notre point de vue en s'appuyant sur la littérature et les études menées sur le sujet notre réflexion a guide à proposer 03 hypothèse qu'on cherche à tester à travers l'exploration de terrain .

# **Chapitre II : Le processus entrepreneurial**

- **Préambule**

Dans ce chapitre on essaye d'expliquer et de définir l'entrepreneuriat selon quelque fondateur ; ensuite on a donné l'importance de l'entrepreneuriat dans la société après nous mettrons en relief les écoles entrepreneuriales

### **2.1. Le processus entrepreneurial : notions et définition :**

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

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.

Selon Robert Hisrich, pour sa part, a préféré le terme d'entreprenance à celui d'entrepreneuriat : « l'entreprenance est le processus qui consiste à créer quelque chose de différent et possédant une valeur, en lui consacrant le temps et le travail nécessaires, en assumant les risques financiers psychologiques et sociaux correspondants et à en recevoir les fruits sous forme de satisfaction pécuniaire et personnelle». **(Robert D. Hisrich, Michael P. Peters, 1991, p11)**

Selon Thierry Verstraete T (2000) « l'entrepreneuriat est un phénomène combinant un individuel une organisation. L'un se définit par rapport à l'autre et vice versa ». **(Verstraete T, 2000 ,P12.)**

Selon Stevenson : « L'entrepreneuriat est le processus qui amène les personnes à envisager la propriété d'une entreprise comme une option ou solution de carrière viable, à arriver avec des projets d'entreprise à apprendre à devenir des entrepreneurs, à lancer et à développer une entreprises » **(Verstraete.T, 2001)**

Selon Gasse, l'entrepreneuriat s'entend comme « l'appropriation et la gestion des ressources humaines et matérielles, pour créer, développer et implanter des solutions permettant de répondre aux besoins des individus » **(Gasse Y ;P23.)**

Selon Julien et Marchesnay « l'entrepreneuriat constitue au premier chef la consécration directe de l'esprit d'entreprise, de la volonté d'entreprendre dans les affaires » **(Julien. P.A et Marchesnay ;1996, P11.)**

D'après Fayolle et Filion « l'entrepreneuriat c'est le processus par lequel des personnes prennent conscience que le fait de posséder leur propre entreprise constitue une option ou une

solution viable, ces personnes pensent à des entreprises qu'elles pourraient créer, prennent connaissance de la démarche à suivre pour devenir un entrepreneur et se lancer dans la création et le démarrage d'une entreprise »(Filion I-j ; Fayolle A, P254.)

En synthétisant que l'entrepreneuriat est un champ d'étude de l'entrepreneur et désigne aussi l'action d'entreprendre, de mener à bien un projet.

## **2.2. L'importance de l'entrepreneuriat :**

L'entrepreneuriat est l'un des facteurs les plus importants pour une économie en plein croissance, car l'importance qu'occupe l'entrepreneuriat dans les recherches et les politiques économiques revient essentiellement aux intérêts qu'il apporte à l'économie et à la société (Verstraete T, 2006, P 22.)

### **2.2.1. Entrepreneuriat et croissance économique :**

L'activité entrepreneuriale n'a pas peut être un effet direct sur la croissance économique mais l'accélère, grâce à la présence d'une population nombreuse d'individus entreprenants et ce résultat était prouvé par une étude de GEM : qui a proposé un modèle comparant entre différents pays sur diverses dimensions sociales et culturelles. Ce programme a montré que dans les pays à activité entrepreneuriale élevée, la proportion du PIB qui provient des projets entrepreneuriaux progresse chaque année.

### **2.2.2. Entrepreneuriat et création d'emploi :**

La création d'entreprise est considérée comme un des remèdes au chômage et la lutte contre la pauvreté, pour un grand nombre de créateurs, l'installation d'une entreprise représente avant tout la possibilité de sauver ou de créer son propre emploi, et d'avoir une stable situation. En effet l'entrepreneuriat constitue un moteur de création d'emploi.

### **2.2.3. Entrepreneuriat et renouvellement du parc d'entreprise :**

L'entrepreneuriat permet de renouveler et reconstruire le tissu économique par la création des entreprises ex-nihilo ou par la reprise des entreprises et même par réactivation et le redémarrage d'entreprise ce qui permet de constituer un contre poids et une compensation aux disparitions et l'échec d'autres entreprises existantes.

**2.2.4. Entrepreneuriat et innovation :**

La fonction d'innovation est importante, les entrepreneurs constituent le moteur de l'innovation en identifiant les opportunités que les autres acteurs ne voient pas et en développant les technologies et les concepts qui vont donner naissance à des nouvelles activités économiques.

En synthétisant ce centre d'intérêt s'explique par le fait que l'entrepreneuriat :

- Constitue un moteur très important du développement économique et social à travers le monde.
- Une source de la majorité des nouveaux emplois et stimule la croissance économique.
- Les nouvelles entreprises permettent d'améliorer la compétitivité des économies des pays industrialisés ou en voie de l'être.
- Favorise le développement local et restructure plusieurs régions.
- Contribue au renouvellement des économies contrairement à plusieurs grandes entreprises qui perdurent trop souvent à cause du support massif des gouvernements.

**2.3. Aperçu historique de la PME :**

L'importance accrue de l'évolution des PME dans le monde s'explique par le poids de celles-ci dans le développement économique et social. Ces choix sont encouragés par le rôle des PME dans la croissance économique et la création de l'emploi.

La relance des PME est enregistrée dans tous les pays qu'ils soient développés ou en développement. Elles sont une composante essentielle de l'économie dans tous les pays et ceci à plusieurs titres : comme outil de renouvellement permanent du tissu économique, comme instruments efficaces de développement local et de lutte contre le chômage.

Jusqu'au XVIII<sup>e</sup> siècle la petite entreprise était le mode de production quasi exclusif dans tous les pays du monde. A la fin du XVIII<sup>e</sup> et début XIX<sup>e</sup> siècle, période de la révolution industrielle qu'a connu la Grande Bretagne, avant de s'étendre aux autres pays européens puis aux Etats Unis au milieu du XIX<sup>e</sup> siècle et au Japon après 1870, les pays sont passés de la phase d'une entreprise familiale à une entreprise industrielle. Cette révolution était caractérisée par des transformations profondes dans les techniques de production et des rapports sociaux. Auparavant, la production « industrielle » s'effectuait grâce au travail artisanal réalisé dans de petites échoppes familiales, au filage et au tissage domestique effectué souvent dans les compagnes et dans les manufactures réunissant sur le même lieu de travail des ouvriers payés à la tâche. L'explosion de l'industrie lourde et de la production des biens intermédiaires, la mise

en place de technologies nouvelles et de moyens de transport beaucoup plus performant, les chemins de fer, l'accentuation de l'exode rural apportant une main d'œuvre plus abondante, en supprimant les entreprises artisanales, ont contribué largement à la croissance et à la concentration des firmes. (Aissani. N,2006, p40)

La reconnaissance de la phase des petites et moyennes entreprises dans l'économie intervient au cours des années soixante-dix, marquée par la récession des pays industrialisés et par une crise aigüe dans les pays en développement. La grande dimension n'est plus un objectif en soi. La renaissance des PME dans tous les pays industrialisés n'est plus à démontrer que ce soit du côté de création d'emplois, de la valeur ajoutée ou même des exportations. Le développement du phénomène de création de petites entreprises est à l'ordre du jour.

L'Italie semble avoir initié le mouvement au milieu des années 1960, suivie de la plupart des pays industrialisés, tels la France, en 1983 était encore plus affirmatif sur l'importance de la PME dans son économie : « seules, les petites unités, capables de s'adapter rapidement à la mouvance du marché aux hautes technologies, à l'aspect ponctuel de besoins nouveaux, peuvent être le fer de lance de l'économe, contrairement aux grands groupes qui en constituent l'assise » (Bizaguet ; A, 1993.) Malgré que l'économe japonaise soit concentrée sur de grandes firmes géantes qui dominent le marché interne et même les exportations. L'Etat japonais a adopté, dès les années quatre-vingt et quatre-vingt-dix une série de mesures ayant comme but de favoriser le développement des petites entreprises en vue de maintenir des emplois et surtout, d'en créer de nouveaux.

La création des petites et moyennes entreprises était même l'intérêt des pays en développement. Citons l'exemple de la Tunisie après avoir enregistré des faiblesses au niveau des grandes entreprises pour la plupart faisait partie du secteur public. Les actions du pouvoir accréditèrent l'entrepreneuriat privé par l'encouragement des PME par une mesure d'aide à partir des années 1970

#### **2.4. Ecoles de pensée dans l'étude de l'entrepreneuriat :**

Les difficultés rencontrées dans la définition de l'entrepreneuriat se retrouvent aussi dans les différentes approches de l'étude de l'entrepreneuriat. (Azzedine Tournés, 2006, p. 60.)

**2.4.1. L'école des « grands hommes » :**

‘ La première école voit dans l'entrepreneur un être extraordinaire, au sens étymologique est écrit comme un individu né avec un sixième sens, une capacité intuitive à entreprendre et à réaliser des actions spectaculaires. Alors que l'enseignement de l'entrepreneuriat se situe dans une phase de développement accélérer un peu partout dans le monde et qu'Equemouvement accrédite le fait qu'il est possible d'apprendre entreprendre, il peut sembler contradictoire que ce premier courant de pensée porte en lui la croyance en un entrepreneur inné et en l'existence d'un sixième sens, indispensable pour entreprendre. Mais, à y regarder de plus près, les journaux économiques continuent d'évoquer régulièrement les parcours et les réussites de grands entrepreneurs. L'image présentée est généralement chargée d'énergie, de puissance et de succès. De fréquentes biographies d'entrepreneurs soulignent la capacité instinctive de ces hommes hors du commun à reconnaître des opportunités inaccessibles à la majorité d'entre nous et à prendre les bonnes décisions. Cela implique que, sans cette faculté intuitive innée, ces individus ressembleraient au commun des mortels. Comme nous l'avons évoqué précédemment, des chercheurs s'attachent à démontrer que les gènes et l'hérédité peuvent permettre de caractériser l'entrepreneur et d'expliquer son comportement. Cette école, contrairement à ce que nous pourrions penser, reste très active. Pour montrer la vivacité de ce courant, au moins dans les médias et dans les représentations populaires, nous avons relevé le portrait suivant dans la presse française (Fayolle A, Degeorge J M, 2012, p. 25.)

**2.4.2. L'école des caractéristiques psychologiques :**

La deuxième école de pensée est celle des traits distinctifs et des caractéristiques psychologiques particulières. Il peut s'agir de valeurs (éthique, responsabilité...), d'attitudes (prise de risques, d'initiatives, autonomie...) ou de besoins (autonomie, accomplissement, reconnaissance...). Nombreuses sont les recherches qui ont essayé ou essaient encore d'apporter la démonstration que l'entrepreneur possède des caractéristiques psychologiques uniques que ne détiennent pas les non-entrepreneurs. Ces recherches ont permis de mettre en lumière de nombreux traits ou caractéristiques tels que : l'optimisme, l'atypisme, la flexibilité, la persévérance, la tolérance à l'ambiguïté et à l'incertitude, la confiance en soi, l'implication à long terme, le lieu de contrôle interne (le sentiment de contrôler directement le cours des choses), l'auto efficacité, la prise de risques modérés, etc. Si cette idée des traits discriminants semble aujourd'hui abandonnée, les recherches en psychologie, psychologie cognitive et psychosociologie ont été considérablement développées au cours des dernières années. Très souvent, les études empiriques qui utilisent les traits de personnalité de l'entrepreneur comme

facteurs explicatifs du comportement ou de la performance des entreprises retiennent à ce niveau le lieu de contrôle interne, le besoin d'accomplissement et la propension à la prise de risque (**Fayolle A, Degeorge J M, p 26.**)

#### **2.4.3. L'école classique :**

Cette école de pensée s'intéresse à l'innovation et à l'identification des opportunités d'affaires. Elle stipule que la fonction essentielle de l'entrepreneur est l'innovation et l'introduction, dans un environnement donné, de nouvelles combinaisons de facteurs de production. Dans ces conditions, l'innovation, la créativité et la découverte d'opportunités constituent des éléments clés du phénomène entrepreneurial. S'inscrivent donc dans ce courant des économistes qui ont travaillé sur l'innovation ou sur l'opportunité, et des spécialistes du management et des sciences de gestion, qui considèrent comme essentielle la faculté de reconnaissance d'opportunité. Dans ce courant, les conceptions peuvent différer et opposer ceux qui pensent que l'innovation, la reconnaissance d'opportunités ou encore la créativité relèvent de capacités individuelles très fortement ancrées dans des personnalités et des tempéraments, et ceux qui restent convaincus que ces aptitudes peuvent très largement être acquises et développées (**Fayolle A, Degeorge J M, p26**)

Elle s'intéresse principalement à la création de nouvelle organisation. Sa définition de l'entrepreneuriat inclut des éléments de créativité, d'innovation, de risque. L'approche est plus centrée sur l'action de faire (réaliser de nouvelles combinaisons) plutôt que de posséder une entreprise, et sur l'exploitation d'une opportunité. Cette école note aussi que la créativité est généralement associée à des comportements individualistes et que le créateur est motivé par des besoins très personnels. (**W. D. Bygrave & C. W. Hofer., 1991, pp. 13 -22**)

#### **2.4.4. L'école du leadership :**

Cette école proposée par Cunningham et Lisher s'intéresse au leadership. L'entrepreneur est souvent un leader, qui conduit les hommes vers l'atteinte des buts et objectifs qu'il a assignés. Il doit aider ses collaborateurs dans leur développement personnel et, de ce point de vue, l'entrepreneur est plus qu'un « manager », il est aussi un « leader of people ». Cunningham et Lisher pensent que ce courant théorique constitue l'aspect non technique de l'école précédente et que l'entrepreneur doit être également un « people manager » ou un « leader/mentor », qui joue un rôle dans la motivation, la direction et la conduite de son personnel. Ils citent, pour appuyer leur point de vue, Kao : « Thus, the entrepreneur must be a leader, able to define a vision of what is possible, and attract people to rally around that vision and

transformitinto reality. ». Ceci a, bien évidemment, des incidences sur l'éducation et la formation des entrepreneurs (**IBId, p 28.**)

Elle recommande, pour l'entrepreneur, des capacités à adapter leur style aux besoins des autres : ce sont des leaders, L'entrepreneur joue donc un rôle dans la motivation, la direction et la conduite de son personnel. Il sait animer ses équipes, s'adapter à leurs besoins et les conduire vers la réalisation des objectifs. (**Benata Mohamed ;2015, p20**)

#### **2.4.5. L'école du management :**

Cette école de pensée est centrée sur la poursuite et la concrétisation des opportunités d'affaires. De ce point de vue, certains auteurs cités précédemment (Stevenson, Gumpert, Bygrave, Hofer, Shane et Venkataraman) s'inscrivent également dans ce courant, tous se retrouvant, plus ou moins, dans cette définition de l'entrepreneur : « An entrepreneur is someone who perceives an opportunity and creates an organization to pursue it. ». Les approches qui s'intéressent aux processus s'insèrent aussi partiellement dans cette école, ainsi que les analyses de certains économistes, qui voient dans l'entrepreneur un coordinateur de ressources. La formation des entrepreneurs, leur préparation et leur appropriation d'outils de management spécifiques permettant, par exemple, de développer un plan d'affaires, d'évaluer des opportunités et d'acquérir des ressources dans un contexte de création d'activités apparaissent comme des étapes possibles et souhaitables de la démarche entrepreneuriale. Pour illustrer ce qu'est l'entrepreneur dans ce courant, nous proposons une brève synthèse des travaux de Stevenson. Ces derniers décrivent concrètement les modes de pensée et de comportement des entrepreneurs, les questions qu'ils se posent et les démarches de résolution des problèmes qu'ils mettent en œuvre. Ils explicitent leurs approches des opportunités et des ressources nécessaires pour les transformer, les options qu'ils prennent en matière de choix organisationnels et managériaux. Stevenson et Gumpert montrent que les comportements de l'entrepreneur s'opposent à ceux de l'administrateur, autre figure du manager dont les préoccupations s'attachent essentiellement à assurer un bon contrôle des ressources gérées et à réduire les risques. L'acte d'entreprendre correspond, d'après eux, à une approche particulière du management définie par la création ou la reconnaissance et la transformation d'une opportunité, indépendamment des ressources contrôlées directement. L'entrepreneur a des comportements spécifiques différents de ceux de l'administrateur. Stevenson et Gumpert montrent que ces différences portent sur, au moins, cinq dimensions clés. Dans l'encadré qui suit, nous reprenons chacune de ces dimensions et nous indiquons ce qui caractérise les comportements de l'entrepreneur et de l'administrateur dans l'approche de Stevenson et Gumpert. Ces travaux ont

longtemps été ignorés, en particulier depuis le début des années 2000, période qui légitime la conception de l'entrepreneuriat basée sur les opportunités (**Fayolle A, Degeorge J M, p 27**)

#### **2.4.6. L'école de l'intra-preneur :**

Dans cette dernière école de pensée apparaît l'intra preneur, c'est-dire un entrepreneur particulier qui agit dans des organisations existantes et pour le profit de ces dernières. L'intra preneur est un manager dont on voudrait qu'il soit à la fois peu différent des autres managers, mais aussi doté d'une capacité à entreprendre. Les entreprises souffrent d'un manque d'innovation et d'une insuffisante capacité de réaction, dans un monde où tout s'accélère. L'entrepreneuriat est vu comme une réponse à ces difficultés. Des comportements entrepreneuriaux, individuels ou collectifs, comme l'orientation vers les opportunités, la capacité d'innovation, la prise d'initiatives et de risques, la proactivité, le sens accru des responsabilités peuvent permettre à des entreprises d'innover, de se développer et de diversifier leurs activités dans d'autres domaines ont, par ailleurs, montré que l'entrepreneuriat pouvait concerner indifféremment le secteur privé et le secteur public, voire même le secteur associatif. Le développement de comportements entrepreneuriaux dans des organisations confère une certaine légitimité à l'existence d'une forme persistante d'entrepreneuriat qui s'opposerait, d'une certaine façon, au processus de bureaucratisation inéluctable des entreprises. Cette dernière école de pensée est actuellement très active, à en juger par les nombreux dossiers et numéros spéciaux qui ont été publiés au cours des dernières années(**Fayolle A, Degeorge J M, p.p. 25-29**)

L'entrepreneuriat, en tant que développement d'« unités indépendantes pour créer de nouveaux marchés et de nouveaux produits » permet aux entreprises d'innover, de se développer et de diversifier leurs activités dans d'autres domaines. Les compétences entrepreneuriales peuvent ainsi être utilisées avec profit dans les organisations (**Fayolle. A 2009**)

A partir de la présentation des différentes écoles de pensée sur l'entrepreneuriat, il n'existe pas une définition unique de l'entrepreneur ni une caractéristique principale. Chaque positionnement théorique fourni une information principale pour la compréhension de l'entrepreneur.

Le tableau ci-dessous résume les postulats de chaque école sur une échelle de valeur, allant de l'inné à l'acquis selon l'importance que chacune d'elle accorde à l'un des pôles de cette échelle

Tableau 1: synthèse des postulats des écoles (Cunningham et Lischeron, 1991)

Modèle entrepreneurial	Proposition Principale	Hypothèse en matière de formation et d'accompagnement	Comportement et qualités	situation
<b>Ecole des « grands hommes »</b>	L'entrepreneur possède une capacité intuitive, un sixième sens et des traits de caractère et d'instincts avec lequel il est né	Sans cette intuition innée, l'entrepreneur ressemblerait au commun des mortels	Intuition, vigueur, énergie, persistance	Start -up
<b>Ecole des caractéristiques psychologiques</b>	L'entrepreneur possède des valeurs, des attitudes et des besoins uniques qui le conduisent	Les personnes se comportent en accord avec leurs valeurs	Valeurs personnelles, prise de risques, réalisation de soi	Start -up
<b>Ecole classique</b>	La caractéristique principale du comportement entrepreneurial est l'innovation	L'aspect critique de l'entrepreneurship est les processus de faire plutôt que de posséder	Innovation, créativité et recherche	Start -up et croissance primaire
<b>Ecole du management</b>	Les entrepreneurs sont les organisateurs d'une nouvelle activité économique. Ce sont des personnes qui organisent du management et qui assument les risques	Les entrepreneurs peuvent être formés dans les fonctions techniques	Organisation, capitalisation, budgétisation	Croissance primaire et maturité
<b>Ecole du leadership</b>	Les entrepreneurs sont des leaders. Ils ont la capacité d'adapter leur style aux besoins des gens	Un entrepreneur ne peut pas atteindre ses buts tout seul, il dépend d'autres personnes	Motivation, directif, leader	Croissance primaire et maturité
<b>Ecole de l'entrepreneuriat</b>	les compétences entrepreneuriales peuvent être utiles dans une organisation existante. L'intrapreneurship est le développement	Les organisations ont besoin de s'adapter pour suivre : les activités entrepreneuriales mènent la croissance de l'organisation et les entrepreneurs	Détecteur d'opportunités	Maturité et changement

	d'unités Indépendantes créatrices de nouveaux marché	deviennent managers	des		
--	--	------------------------	-----	--	--

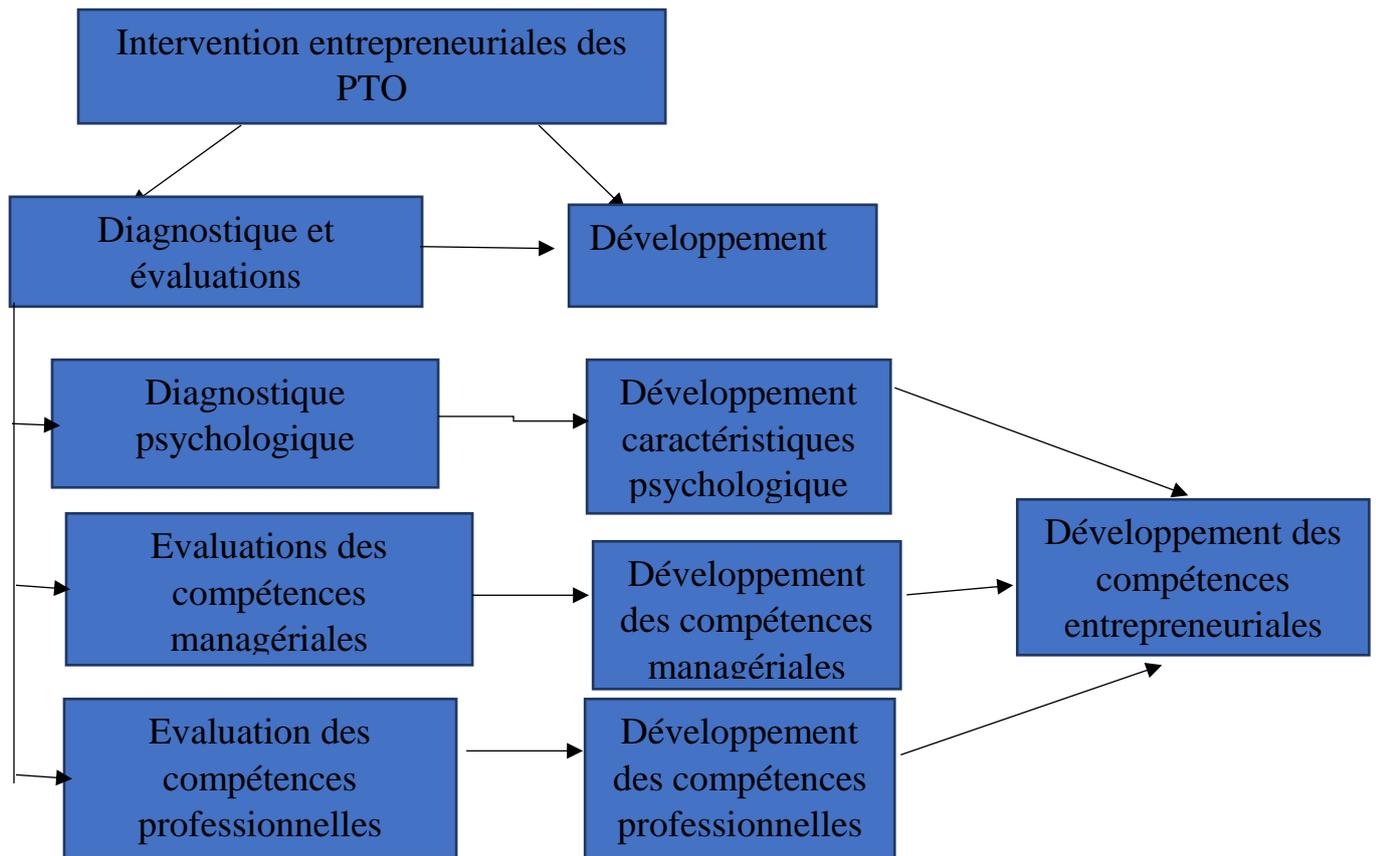
Nous pourrions conclure à partir de la présentation synthétisée de Cunningham et Lischeron (1991), (**Cunningham, Lischeron, (1991) p. 6.**) Quatre objets d'analyse peuvent se dégager constituant autant de perspectives grâce auxquelles la dynamique entrepreneuriale peut être observée. Chaque niveau d'analyse catégorise l'intérêt accordé par chaque école :

- L'individu : école des « grands hommes » et école des caractéristiques psychologiques
- Les opportunités (capacité à détecter et les exploiter) : école classique
- L'action et la gestion : école du management et école du leadership
- Le contexte d'action entrepreneuriale : école de l'entrepreneuriat.

### **2.5. Rôle de psychologie de travail dans la facilité de création de l'entreprise :**

Le rôle de psychologie du travail peut être résumé en trois tâches principales : la diagnostic psychologique évaluation des compétences et le développement de compétences la psychologie de travail et des organisations (PTO) peut intervenir en plusieurs étapes :

- Diagnostic psychologique.
- Evaluation des compétences.
- Evaluation des besoins de formation.
- Développement des caractéristiques psychologiques.
- Développement des compétences managériales.
- Formation et développement des compétences techniques et professionnelles.



**Figure 1: Processus de développement des compétences entrepreneuriales**

Si le diagnostic ; l'évaluation des compétences et la formation sont des domaines traditionnels des psychologues de travail et d'organisation, le développement des caractères psychologiques des jeunes entrepreneurs est une nouvelle activité, dictée par les changements de stratégies dans le domaines d'emploi de jeunes. (Boufeldja ghat, 2015. p 136- 137)

## 2.6. Le diagnostic des capacités entrepreneuriales :

Malgré la politique d'encourageant de l'État aux jeunes à créer leur propre entreprise, on constate beaucoup d'échec parmi eux, ce qui nécessite un diagnostic des causes de ces résultats. Afin de diagnostiquer les capacités entrepreneuriales, une(check-list) est établie avec tous les aspect psychologiques et compétences entrepreneuriat nécessaires à un entrepreneur.

La méthode et de cocher oui si le caractère où sa capacité existe, et par non si capacité n'existe pas cela aide un diagnostiquer les caractères les compétences des jeunes pour découvrir leurs besoins de formation. Car les connaissances de la réalité les compétences des jeunes est le premier pas dans le ressemblent les conditions de leur succès.

- **Positivité de confiance en soi :**
  - Optimisme
  - Ambition
  - Rêve d'un avenir meilleur
  - L'amour de travail positivité
  - Amour succès
  - Esprit Initiative
  - Confiance en soi
- **Capacité d'apprentissage et de créativité**
  - Apprentissage continu
  - Amélioration continue de préférence
  - La capacité de visualiser des événements
  - Capacité de conception des événements
  - Capacité de transformer l'échec en succès
  - Désir de rénovation
  - Avoir un choix d'alternatives pour résoudre des problèmes
  - Tirer profit des problèmes et des crises
- **Désir d'exceller et de défier les problèmes**
  - Concurrence
  - Amour d'aventure
  - La non acceptation de l'échec
  - Le non désespoir
  - Poursuite de l'excellence
  - Il n'y a pas des choses impossibles
  - Le plaisir de défier les problèmes
  - Confrontation des obstacles et des difficultés
- **Développement de compétences managériales et humaines**
  - Capacité de prendre des décisions
  - Oser les risques dans les situations critiques
  - Trouver des solutions aux problèmes qui se posent
  - Facilité de communication avec les autres
  - Planification pour l'avenir

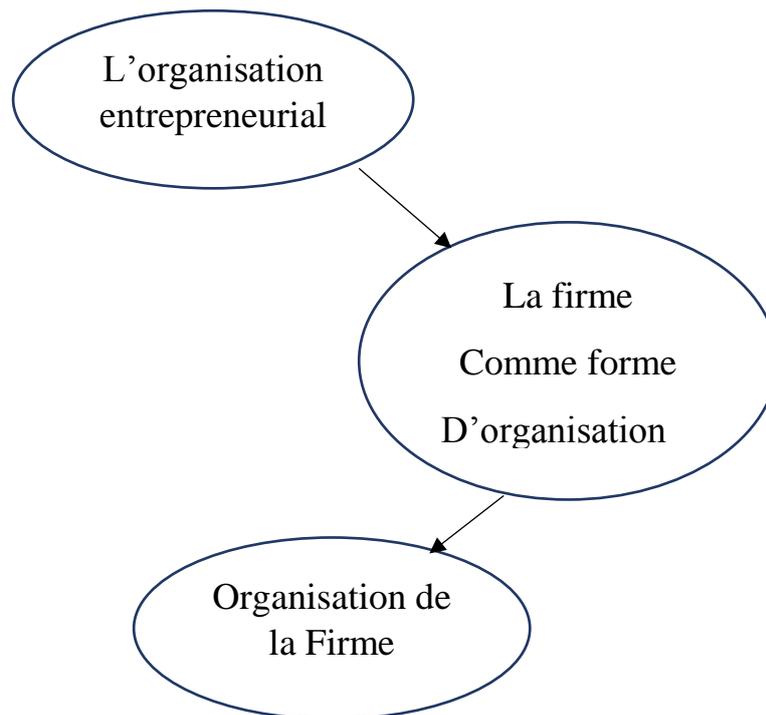
- Capacité à assumer les responsabilités
- Utilisation d'arguments pour la défense de mes idées
- Prédiction des risques avant qu'ils ne surviennent.
- **Discipline et rigueur au travail**
  - Patience et endurance
  - Persévérance
  - Discipline
  - Sens d'organisation
  - Rigueur
  - Le nom mépris des actes mineurs
  - Suivi en personne de la mise en œuvre des tâches. **(Boufeldja ghat, 2015. p 138-140)**

### **2.7. Les Dimensions de l'organisation entrepreneuriale :**

Avant de présenter les composantes du modèle il convient de préciser que nous considérons le phénomène entrepreneurial comme un type particulier d'organisation Le terme "organisation", on le sait, est polysémique (c'est-à-dire qu'il possède plusieurs sens). Cela devrait conduire les chercheurs à, peut-être, lui adjoindre un autre terme afin de typer l'utilisation qu'ils en font.

- **Pourquoi parler d'organisation entrepreneuriale ?**

Cette question rejoint l'interrogation relative à la définition De la connaissance dans une discipline (ce qu'on appelle en épistémologie : la question gnoséologique). Laissant de côté les problématiques posées par le couple sujet/objet dans les sciences sociales, définir la connaissance renvoie, pour ce qui nous intéresse, aux objets auxquels peut s'intéresser le gestionnaire que nous sommes. La réponse proposée à la question gnoséologique est forcément partielle, toute réponse totale étant illusoire. Elle se fait à travers une proposition relative aux objets intéressants le gestionnaire en ce sens que pour toute discipline la connaissance est intimement liée aux objets qui y sont étudiés. Le gestionnaire doit selon nous avant tout s'attacher aux problématiques posées par les entités ayant des objectifs socio-économiques, dont la firme est l'archétype. Cela le conduit à travailler sur quatre types génériques d'organisation, lesquels renvoient à des niveaux et angles d'analyse multiples. **(Thierry Verstraete ;1999 ; p 20-21)**



**Figure 2: un exemple des types d'organisation intéressant le gestionnaire.**

- Le gestionnaire peut s'intéresser : aux phénomènes organisationnels donnant lieu à la création de formes organisées ayant des objectifs socio-économiques. Ces phénomènes sont de nature diverse.
- Le gestionnaire s'intéresse à d'autres types de phénomènes organisationnels générant des formes organisées.
- À la forme née du phénomène, en fait à cette forme en tant qu'entité organisée (dans le graphique : la firme, mais cela peut être une division d'un groupe ou, plus largement, toute autre partie d'une entité ; il est loisible de considérer également d'autres formes que la firme, comme associations, les groupes de consommateurs, certaines institutions, etc. et, sur un autre plan, les marchés) ;
- À l'organisation de l'entité et donc aussi, pour reprendre le premier niveau, au phénomène conduisant à des formes organisées (deuxième niveau) au sein de l'entité organisationnelle

## **2.8. Les diverses formes d'entrepreneuriat :**

### **2.8.1. La création ex-nihilo :**

Ex nihilo est une expression latine signifiant « à partir de rien ». Créer une entreprise quand rien n'existe n'est pas une situation facile. Il faudra du temps pour arriver à implanter son

produit dans un marché, pour convaincre les utilisateurs et les chercheurs et ce, d'autant plus que le degré d'innovation sera élevé. Par voie de conséquence, il faudra soigneusement dimensionner les besoins financiers et obtenir les ressources suffisantes. La création ex-nihilo exige beaucoup de travail, de rigueur et de ténacité. Par ailleurs les risques doivent être évalués.

### **2.8.2. La création par essaimage :**

Créer une entreprise quand on est encore salarié et avec l'aide de son entreprise est certainement une démarche plus facile. Les grandes entreprises proposent des mesures et des dispositifs destinés à inciter et à accompagner leurs salariés dans des créations d'entreprise. Les projets peuvent être variés et concerner la création d'un commerce ou d'une entreprise industrielle, mais l'accompagnement (matériel, intellectuel, commercial et financier) d'une entreprise peut être de nature de réduire le niveau de risque de l'entrepreneur.

### **2.8.3. La création par franchise :**

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

### **2.8.4. La reprise d'entreprise :**

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

- La reprise d'entreprise ou d'activité en bonne santé : la principale difficulté est vraisemblablement d'avoir suffisamment tôt l'information qu'une entreprise de ce type est en vente. Ensuite il faut pouvoir disposer de ressources financières importantes, car le prix de marché de ces entreprises peut être élevé. Il est indispensable d'avoir, par

ailleurs, de bonnes compétences générales et une expérience de management réussie. Il convient, en effet, de ne pas perdre trop de temps dans l'apprentissage du métier de chef d'entreprise.

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

## **2.9. Le modèle théorique de (Ajzen1991) :**

Nous commençons par la présentation de la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991). Nous présentons succinctement les hypothèses de recherche.

### **2.9.1. La théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) :**

La théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) est une extension de la théorie de l'action raisonnée, dans laquelle une variable complémentaire a été ajoutée : Le contrôle comportemental perçu, « the theory of planned behavior differs from the theory of reasoned action in its addition of perceived behavioral control », (Ajzen, 1991).

La théorie du comportement planifié confère à l'intention de l'individu la place centrale de la genèse du comportement, (Tounès, 2003 ; Fayolle et al, 2006). Selon cette théorie, tout comportement qui nécessite une certaine planification (tel que la création d'une entreprise), peut être prédit par l'intention d'avoir ce comportement.

L'intérêt de cette théorie est de proposer un modèle théorique utilisable dans toutes les situations où le comportement est intentionnel puisqu'elle ne repose pas sur les variables externes comme déterminants immédiats du comportement, (Emin, 2003). Selon la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991), l'intention est le résultat de trois déterminants conceptuels. (Ajzen, I. 1991). Pp :179-211.)

- L'attitude vis-à-vis du comportement

- La norme sociale perçue
- Le contrôle comportemental perçu.

Le comportement est déterminé par l'intention et par le contrôle comportemental perçu.

### **2.9.1.1. L'attitude vis-à-vis du comportement :**

L'attitude vis-à-vis du comportement désigne le degré d'évaluation favorable ou défavorable qu'une personne a, du comportement concerné, (Ajzen, 1991). Cette variable représente l'attractivité du comportement, (Emin et al, 2005). Par exemple, l'attitude envers le risque, amène une personne à considérer de façon positive ou négative le fait de prendre des risques. De même l'attitude envers le succès et l'échec de création d'entreprise favorise ou défavorise la décision de créer une entreprise chez un individu

### **2.9.1.2. La norme sociale perçue :**

Elle désigne les pressions sociales perçues pour réaliser ou ne pas réaliser un comportement (Ajzen, 1991). En d'autre terme, la norme sociale perçue correspond à la perception de l'individu de la pression sociale, qui concerne ce que les personnes proches, la famille et les ami(e)s pensent de ce qu'il voudrait entreprendre, (Tounès, 2003 ; Fayolle et al, 2006).

Les attitudes vis-à-vis du comportement ainsi que la norme sociale perçue renvoient au concept de désirabilité proposé par Shapero et Sokol, (Tounès, 2003 ; Fayolle, 2005 ; Emin et al, 2005).

### **2.9.1.3. Le contrôle comportemental perçu :**

Selon Ajzen (1991), le contrôle comportemental perçu correspond à la facilité ou la difficulté perçue pour réaliser un comportement. Entre autre, il renvoie à la perception qu'une personne a, de la faisabilité personnelle du comportement concerné, (Emin et al, 2005). Le concept du contrôle comportemental perçu est très proche du concept de l'efficacité personnelle de Bandura (1977), (Ajzen, 1991) et du concept de faisabilité de Shapero et Sokol (1982), (Tounès, 2003 ; Emin et al, 2005). Les attitudes vis-à-vis du comportement, la norme sociale perçue et le contrôle comportemental perçu sont exprimées en terme de croyances. Ces dernières correspondent aux informations vraies ou fausses qu'une personne a sur le monde qui l'entoure. (Naima Mansour ; p 4)

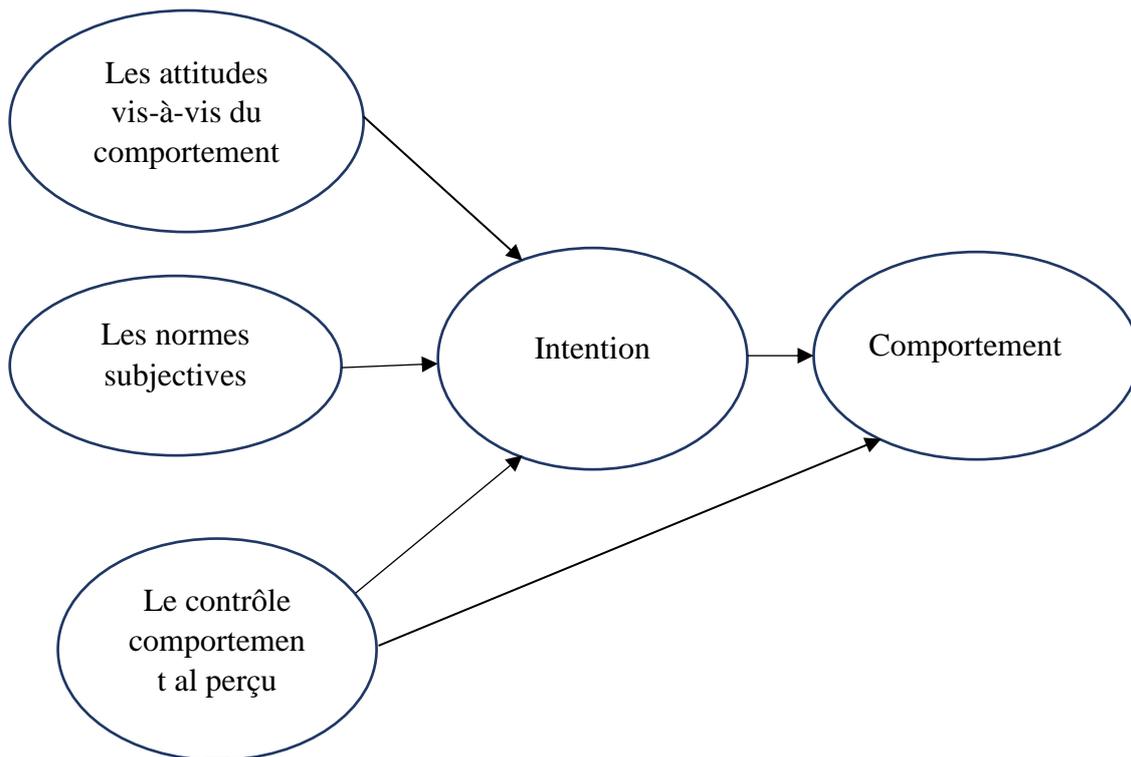


Figure 3: Le modèle de la théorie du comportement planifié, Ajzen (1991)

- **Résumé du chapitre :**

A l'issue de ce chapitre, nous avons pu mettre en relief différentes notions relatives à l'entrepreneuriat, permettant, à cet effet, de mieux comprendre ce concept encore nouveau. On conclue alors l'entrepreneuriat comme phénomène multidimensionnel et hétérogène plusieurs chercheurs ont en fait des études et ont essayé de l'expliquer. On définit donc l'entrepreneuriat comme une nouvelle création, action sur de nouvelles innovations pour bien développer l'économie. En revanche ce n'est pas reprendre une activité commerciale mais c'est la création pour cela il Ya tant de stratégie à suivre dans un concept d'organisateur et une coordination entre l'entrepreneur, l'entreprise et l'esprit d'entreprendre.

# **Chapitre III : Les antécédents de la réussite entrepreneuriale**

- **Préambule :**

Dans ce chapitre nous passerons en revue les principales définitions de l'entrepreneur et puis nous présenterons à ces caractéristiques et les principes de motivation d'un entrepreneur ; Nous verrons ensuite les antécédents ou bien le facteur socio-culturelle et psychologique et économique de la réussite de l'entrepreneuriat qui peuvent influencer l'entrepreneur, certains de façon positive, d'autres de façon négative.

### **3.1. Définition de l'entrepreneur :**

Il existe plusieurs définitions du concept d'entrepreneur que nous allons exposer dans ce qui suit.

Cantillon R. Est le premier à définir en 1755 l'entrepreneur et à intégrer la notion d'incertitude et de risque dans le processus entrepreneurial. Pour lui l'entrepreneur est celui qui assume le risque de l'incertain peu importe le secteur. Il s'engage de façon ferme vis-à-vis d'un tiers en faisant l'acquisition des moyens nécessaires à un prix certain sans garantie de ce qu'il peut attendre. C'est donc quelqu'un qui sait saisir une opportunité en vue de réaliser un profit, mais qui doit en assumer les risques. **(Cantillon, 2011, P19.)**

Le phénomène entrepreneurial est constitué de trois dimensions permanentes, à savoir l'organisation créée, l'environnement et l'entrepreneur. Ce dernier constitue le sujet et l'acteur du phénomène, c'est de son action et de ses caractéristiques et compétence que résulte l'émergence d'une organisation. **(Fayolle,A ,2009)**

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

Un entrepreneur en le définissant autrement est un individu qui a le courage de concrétiser ses rêves, d'ignorer les risques et d'utiliser son plein potentiel de créativité pour innover. **(Fayolle. A )**

L'entrepreneur est au cœur du phénomène Entrepreneurial et sa volonté d'entreprendre repose sur l'envie d'imaginer, réaliser et développer un projet en disposant d'une marge de manœuvre maximum pour mettre en œuvre sa "vision du monde" dans le système de valeurs qui est le sien. Le désir premier est donc d'imprimer le projet de sa marque afin qu'il se reconnaisse à travers l'entreprise née de son imagination, l'appropriation symbolique du projet est alors possible, le porteur trouve un sens à ses actions et pourra s'engager passionnément dans la réalisation

quotidienne de son "œuvre". Entreprendre est donc par essence un acte de création, et l'aventure créative est avant tout solitaire..., et intéressante si elle est "challengeant" donc risquée. Elle s'inscrit cependant dans un contexte économique qui soumet l'entreprise à des lois de pérennité rentabilité-développement qui vont souvent obliger l'entrepreneur à ouvrir son projet à d'autres en craignant fort de voir "sa création" lui échapper, entraînant éventuellement son désengagement total ou partiel. Une grande partie du comportement entrepreneurial d'un individu se joue dans sa

Capacité à résoudre le dilemme prise de risque/réduction de la tension/risque calculé matérialisée par le passage du "je" au "nous". C'est au prix de cet arbitrage conscient, harmonieux et accepté entre logique personnelle et logique économique qu'une personne construira une adéquation homme/projet et remplira sa fonction d'entrepreneur. **(Mythes et Réalités p 11)**

D'une manière trop simple c'est une personne qui passe à l'action.

Notons ici que devenir entrepreneur, c'est se donner la liberté de se dépasser. Il est encore quelqu'un qui sent un besoin dans le marché et veut apporter quelque chose de nouveau.

### **3.2. Caractéristiques de l'entrepreneur :**

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

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

#### **3.2.1 L'indépendance :**

Les entrepreneurs ont un sens d'autonomie particulièrement poussée.

**3.2.2 Une forte confiance en eux :**

Ils sont optimistes, il cherche à exercer un certain contrôle sur eux.

Même, et développer leur propre projet dans l'entreprise. Cette Confiance en soi permet de réduire l'incertitude et le niveau du risque, elle donne à l'entrepreneur la capacité à écouter sans être facilement désarçonné et intimidé, l'habilité à relever les défis.

**3.2.3. La persévérance :**

Le succès ne viendra pas tout de suite et la réussite nécessite du temps. Afin de surmonter les obstacles, la persévérance ne sera que le fruit de ses capacités individuelles. Son besoin de réalisation et ses talents à faire preuve de son existence.

**3.2.4 L'amour du risque :**

Qui sera acquis en ayant la volonte qu'il faut .la confiance en soi et puis par la suite bien sûr une fois qu'on a confiance en son projet.

**3.2.5 La prise de l'initiative :**

Viendra automatique par la suite, puisque le jeune créateur est animé par toutes les qualités (qualifiées par un ensemble de facteurs personnels) qu'on vient de voir précédemment, qui assez convaincant pour prendre la décision de devenir entrepreneur.

**3.2.6. Innovateur :** J.SCHUMPETER(1935) souligne que les individus capables d'innover méritent seuls l'appellation "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. **(Hernandez E-M, 2001, p64)**

C'est-à-dire que l'entrepreneur profite des connaissances des savants (inventions) pour créer des produits utiles (en innovant).

**3.2.7. Créateur de valeur :**

Il est considéré comme porteur de richesses et d'emplois pour la nation. Ainsi plusieurs études empiriques ont démontré les liens forts entre les Activités entrepreneuriales et la croissance économique.

**3.2.8 Ingénieux :**

Qui sait habilement organiser les ressources (nécessairement limitées) et met tout en œuvre pour développer et commercialiser son innovation.

**3.2.9 Joueur :**

Sujet à des intuitions, il aime les défis pour les défis, l'entrepreneust un aventurier qui agit dans un contexte d'incertitude, il se caractérise par un esprit particulier parce qu'il assume un risque économique, financier et commercial.

**3.2.10. Motivé :**

Par un besoin débordant de réalisations, ou le profit permet de compenser les premiers couts voire de financer le succès.

**3.3. Les principes de motivation d'un entrepreneur :**

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 (**Fayolle A ;2004, p65**)

P-A Julien et MAR Chesnay (1996), 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. (**Julien P et MAR Chesnay, 1996, p53-54**)

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) 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 auteurs ont affirmé qu'une personne qui présente un profil entrepreneurial est plus susceptible qu'une autre d'entreprendre un projet parce qu'elle a les habiletés et le comportement nécessaires. **(Ibid. Fayolle A (2004), p69,)**

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

### **3.3.1. Motivations psychologique :**

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

#### **➤ Besoin d'indépendance :**

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

indépendance. Ce sacrifice d'autonomie est acceptable tant qu'ils ne la perçoivent pas comme imposée par une autre personne. **(Cachon, p19)**

➤ **Besoin d'accomplissement :**

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

- a) La prise du risque basée sur la compétence et non sur la croyance au hasard.
- b) La prise de responsabilité personnelle en ce qui concerne les décisions.
- c) Une activité énergique et innovatrice.
- d) 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. Leur fonction principale est l'innovation et l'introduction, dans un environnement donné, de nouvelles combinaisons productives, cherchent de nouvelles idées, et introduisent de nouvelles manières de réaliser de nouveaux produits. L'innovation n'est pas nécessairement une innovation de rupture, elle peut s'envisager à travers des modifications marginales.

Selon certains auteurs, les entrepreneurs ont un comportement particulièrement innovateur et créatif, alors que leur recherche du gain financier représente seulement une raison mineure pour devenir employés à leur compte. La gestion de l'innovation est également considérée comme le principal défi auquel les entrepreneurs font face afin de concurrencer leurs adversaires. **(cachon J, P 18.)**

➤ **La prise de risque :**

L'action d'entreprendre est entourée d'incertitude. Des changements imprévus peuvent surgir au cours de l'investissement. Le risque est vu comme le risque de perdre, ce qui n'est pas sans conséquences sur le capital et sur le moral de l'entrepreneur (conséquences économiques et psychologiques). Quatre grands types de risques sont toutefois encourus par les créateurs d'entreprises : Le risque financier, Le risque de carrière, Le risque familial et le risque psychique. Tous ceux qui peuvent faire face à une prise de décision avec tous les risques que présente ont la possibilité de devenir des entrepreneurs. **(cachon J, P 20.21)**

➤ **L'Internalité de contrôle :**

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

**3.3.2. Motivations sociologiques et culturels :**

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

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

➤ **L'Age :**

La jeunesse et les qualités qui y sont associées peuvent constituer un plus. La carrière d'entrepreneur commence dans la plupart des cas entre 22 et 55 ans. Sans doute, elle peut débiter plus tôt ou plus tard, mais la chose est moins probable puisqu'il faut à l'entrepreneur de l'expérience, du savoir-faire pertinent, une assise financière et beaucoup d'énergie pour lancer et gérer avec succès une nouvelle entreprise. Dans une étude 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. (**Gasser Y, 2003, P52.**)

➤ **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 (**Ibid. Gasse Y, p55**)

➤ **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. **(Cachon J, P 33.)**

Le système éducatif permet donc de sensibiliser les étudiants, de valoriser l'image de l'entrepreneuriat 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. **(Ibid.Gasse Y, p58.)**

➤ **L'expérience professionnelle :**

Les activités professionnelles antérieures jouent un rôle important dans la création, la croissance et la réussite de l'entreprise. La connaissance d'une technique et d'un secteur d'activité a une influence importante sur l'activité entrepreneuriale. **(Ibid. Gasse Y, p62)**

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

➤ **Le territoire :**

Le territoire dans lequel l'entrepreneur (ou celui qui se destine à l'entrepreneuriat) passe sa vie personnelle ou professionnelle joue un rôle important qui ne peut être pas négligé. Un territoire peut, en effet, constituer un pôle d'attraction entrepreneuriale. **(Fayolle. A, 2003, P 66.)**

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

### **3.3.3. Motivations économiques :**

Les facteurs économiques 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. (Fayolle. A ;2003, P 67.)

- **Les ressources humaines :** la présence d'une main d'œuvre qualifiée dans la zone d'implantation favorise l'entrepreneuriat. Une région, où la main d'œuvre est de bon marché, son taux de création d'entreprise s'accroît.
- **Les ressources financières :** La disposition d'un capital financier de départ encourage l'entrepreneuriat. Par contre, un entrepreneur ne disposant pas des moyens financiers nécessaires rencontrera plusieurs difficultés.
- **La demande de marché et son accessibilité :** L'existence de marchés ouverts influence positivement la création d'entreprise. Cependant, il existe des marchés ouverts mais encombrés, d'autres sont fermés ou très réglementés, l'implantation d'une nouvelle entreprise y quasiment impossible. Les réseaux personnels et professionnels constituent des éléments facilitateurs qui permettent de gagner du temps et de l'efficacité face à la complexité des démarches et procédures. Aussi, les entreprises se localisent le plus près possible de la demande en vue de minimiser les coûts de transport. La demande locale exerce un impact positif sur la naissance d'entreprises dans la plupart des secteurs, surtout dans le secteur des services la création d'entreprise est influencée par la proximité du marché (Holl, 2004). (Capron. H, 2009, p 59

### **3.4. Les éléments liés à l'environnement et réussite entrepreneuriale :**

Pour certains auteurs comme Fafchamps et Minten (1998), le succès d'une entreprise dépend du capital social et des liens d'affaires. Dans cette perspective, plusieurs études s'intéressent à la relation entre le capital social et la réussite des entreprises.

#### **3.4.1. Capital social :**

Selon Baron, (2000), Le capital social des entrepreneurs se réfère à leur capacité à interagir efficacement avec les autres et à s'adapter avec des nouvelles situations dans le but de développer des relations stratégiques et de saisir les opportunités d'affaires. Dans la même perception, Baron et Markman (2003) affirment que le capital social de l'entrepreneur a un impact positif sur la réussite entrepreneuriale.

**3.4.2. Structure d'accompagnement :**

Dans la littérature, l'accompagnement aide les entrepreneurs à apprendre et à développer des qualités managériales (Bisk, 2002), à améliorer les connaissances et les compétences nécessaires pour réussir les projets d'entrepreneuriat (Sammut, 2003 ; Chabaud et al, 2010). (Chrisman et Mc Mullan, 2004 démontrent que l'accompagnement des entrepreneurs est d'autant plus déterminant et que les entreprises accompagnées semblent plus performantes que celles non accompagnées. Audretsch et Thurik (2004), Thorton et Flynne (2003) et Saxenian (1994) signalent que les réseaux sociaux, reliant les entrepreneurs individuels à des sources structurées d'apprentissage jouent un rôle fondamental dans la réussite des entreprises en démarrage. En effet, ces réseaux sociaux facilitent l'acquisition des ressources et l'identification des opportunités (Beckert, 2010).

Selon Aldrich et Zimmer, (1986), les entrepreneurs peuvent participer dans des structures d'accompagnement pour améliorer leurs compétences entrepreneuriales. Ces activités d'accompagnement, peuvent se réaliser avec d'autres entrepreneurs, des membres de la famille, des amis ou des connaissances (Birley, 1985). L'objectif de ces activités d'accompagnement est de fournir une assistance aux entrepreneurs sous forme d'avis d'experts et des conseils, de partager des expériences et des modèles, de faciliter le transfert des informations et des ressources, et d'appuyer le soutien et la motivation (Manning, Birley, & Norburn 1989) ; ( Granovetter , 1973; Burt , 1992) ; ( Lin , 1990) . D'autres travaux comme Butler & Hansen, 1991 ; Dubini& Aldrich, 1991;Uzzi , (1996) défendent le lien positif entre les structures de collaboration inter-organisationnels et le succès des entreprises. En outre, ces structures militent pour faciliter le processus entrepreneurial à toutes ces étapes (idée, production, développement, et positionnement stratégique). Audretsch et Thurik , 2004 soulignent que ces activités de collaboration peuvent inclure des alliances pour améliorer les mécanismes entrepreneuriales.

**3.4.3. Contexte environnemental :**

Certaines études défendent le lien entre le contexte environnemental et le succès entrepreneurial. Pour Covin et Slevin (1990), le contexte environnemental représente une force externe défavorable pour la réussite des entreprises (changement radicaux, charges réglementaires intensives, rivalités féroce entre les concurrents). Selon Morgan, 2006, le contexte entrepreneurial est un facteur qui influence la survie des entreprises ou, au contraire, leur disparition. En effet, même si l'entrepreneur possède les compétences nécessaires à la

réussite de son entreprise, face à un contexte environnemental défavorable, il s'avère difficile de réaliser ses objectifs de réussite (Baldwin et al., 2000). Pour Boutillier et Uzunidis 1999, l'entreprise ne peut réussir que si elle prend en considération son environnement économique, technique et social. En effet, l'entrepreneur doit tirer parti des conditions de son environnement et détecter les opportunités que lui offre le contexte Bouchikhi, Kimberly, (1994). Cela rejoint certaines études comme celles réalisées par Bhide, (1994) ; Guclu, Des, Anderson, (2002), qui expliquent que face aux changements continus de l'environnement, l'entrepreneur doit rester vigilant pour réagir rapidement dès qu'une nouvelle opportunité se présente sans se préoccuper de tout anticiper.

### **3.5. Les antécédents socio-culturelle de la réussite de l'entrepreneuriat :**

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 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 McCLELLAND) dans le début de la décennie 1960. ( **Toune, A , 2003.**)

McClelland (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. (Les principales théories comportementales seront citées dans la section qui suit).(BERBER; 2014 ; p 17)

Il s'agit de l'influence du milieu sur l'individu. Le milieu dans lequel vit l'individu joue un rôle important en matière de transmission ou d'inhibition des valeurs entrepreneuriales. Il peut y avoir plusieurs milieux :

- La famille.
- L'école.

- L'université.
- La société.
- Les régions.

Chacun de ces milieux exerce d'une manière ou d'une autre des influences sur les individus qui composent la société. Cependant, des études ont largement démontré que l'un des milieux les plus importants qui véhicule la culture entrepreneuriale est sans nul doute la famille. On a remarqué que souvent les entrepreneurs ont dans leur entourage très proche des entrepreneurs. Les enfants d'entrepreneurs ont plus de chance que les autres enfants d'être plus tard à leur tour des entrepreneurs. Les parents entrepreneurs représentent des modèles à suivre pour les enfants. Exemple de Laurence Parisot, petite fille de patron, fille de patron et patronne elle-même ! C'est ainsi que la reproduction sociale est assurée dans le milieu entrepreneurial. Les enfants qui voient tous les jours leurs parents s'occuper de leur entreprise avec dévouement, avec un goût prononcé pour la liberté et avec le sens des responsabilités, pourraient être intéressés par la voix entrepreneuriale. Ces jeunes sont déjà imprégnés de la culture entrepreneuriale et plus tard l'aventure et la prise de risque ne les effraieraient pas.

D'autre part, l'autre milieu qui joue également un rôle important est le milieu éducatif. En effet, ce dernier peut permettre au futur entrepreneur d'acquérir des compétences (gestion, comptabilité, management, commercial...) nécessaires au bon fonctionnement de l'entreprise. De plus, des stages inclus dans le cursus scolaire peuvent permettre aux étudiants de s'imprégner des réalités du monde de l'entreprise. Et peut-être éveillé chez eux le goût d'entreprendre, de créer leur propre entreprise. **(BERGER B, 1993)**

Des études ont mis en évidence la corrélation positive entre le niveau de formation du créateur et la réussite de l'entreprise. Le système éducatif peut donc contribuer dans certains cas aux succès des entreprises à travers les savoir-faire qu'il peut fournir aux étudiants. Il peut être un excellent moyen pour sensibiliser les jeunes à la création d'entreprise.

- Par ailleurs, en dehors de la famille et de l'école, le territoire peut aussi influencer les individus. Les personnes vivant à proximité d'un pôle d'attraction sont plus enclines à créer une entreprise que les autres vivants dans des régions ou des territoires moins dynamiques.

**3.6. Les antécédents psychologiques de la réussite de l'entrepreneuriat :**

Une des motivations du créateur, c'est la création de son propre emploi, sans subordination par rapport à un employeur. Il a la volonté farouche d'y parvenir. Par cette initiative, il montre son goût de l'indépendance et de l'aventure. Il faut faire attention à ce désir d'indépendance. Il faudrait s'assurer que cette motivation ne vous conduira pas à certaines erreurs comme par exemple, vous isoler, refuser l'aide et le conseil des professionnels. Dans certains types d'activités les diverses pressions qui s'exercent sur l'entrepreneur ont fortement altéré cette notion d'indépendance. Par ailleurs il y a aussi la recherche du désir d'acquiescer de plus hautes responsabilités et donc par la même occasion d'accéder au pouvoir. Il est maître de son entreprise et c'est à lui de prendre les décisions qu'il juge nécessaire pour mener à bien cette entité. Dans ce cas là aussi il doit se poser la question suivante : serais-je capable prendre seul des décisions stratégiques ?

Le créateur est ainsi poussé par la volonté d'entreprendre, de se réaliser. L'entrepreneuriat peut être un moyen pour concrétiser un rêve ou une passion. L'ambition est très importante dans toute initiative ou réalisation. C'est un atout non négligeable pour la création d'entreprise. Il faut que le créateur soit à la fois très ambitieux et motivé car l'aventure de la création est parsemée d'embûches. Celui qui s'engage dans l'aventure de la création dans cet état d'esprit force le respect, de par sa ténacité, de son engagement inébranlable. Il s'est fixé un objectif et il veut y parvenir d'une manière ou d'une autre. Cependant il faut bien se poser toutes les questions avant de se lancer dans la création et réfléchir sur ses motivations. Si votre principale motivation c'est de vouloir revenir dans votre petite ville natale au fin fond du pays pour y créer votre entreprise étant donné que cette ville est dépourvu d'emploi vous espérez par cette activité créer des emplois et lutter contre le chômage galopant, cela est estimable. Mais les bonnes intentions ne suffisent pas. Il faudrait au préalable étudier le marché local, déterminer son importance. Si ce marché n'est pas important, alors il n'est pas opportun de créer une entreprise dans cette région. Si vous voulez à tout prix implanter votre entreprise dans cette région alors il faudrait penser à mettre sur place une activité dont les clients ne seraient pas sur place (exemples : clientèle diffuse ou vente par correspondance). Autrement dit, les produits de l'activité seraient vendus ailleurs.

La situation de l'entrepreneur rappelle le dessin humoristique qui représente un flot de mouton qui se dirige calmement vers le bord de la falaise pour se jeter dans le vide. Mais parmi ces

moutons, il y en a un seul qui revient en contresens et s'efforce de se faire tout petit pour ne pas freiner la masse, et se fait tout humble pour ne pas déranger : « Excusez –moi, excusez – moi... ».

L'individu peut aussi se lancer dans la création pour exploiter ses compétences. En effet, cette dernière peut être l'occasion de montrer et de faire travailler un talent inexploité. Chacun d'entre nous possède un talent, une compétence ou un savoir-faire acquis d'une manière ou d'une autre : éducation, expériences professionnelles, talent inné (exemple : excellent négociateur). La qualification la plus adéquate pour un chef d'entreprise passe par la connaissance parfaite de trois disciplines : (la technique, le commercial et le management) (gestion au sens large et le leadership : gestion des ressources humaines). D'une activité à une autre on peut mettre plus l'accent sur une discipline que d'autres.

Ainsi, une des meilleures façons d'employer ces compétences serait de créer sa propre entreprise et de montrer ainsi aux autres qui vous êtes et de quel talent vous disposez.

L'entrepreneur peut aussi avoir d'autres motivations :

- Pour exploiter une opportunité.
- Pour accéder à un meilleur statut social, participé à la vie économique de la région.
- Pour accroître sa richesse ou son patrimoine : mais attention la recherche de profit ou d'argent ne doit pas écarter ou occulter toute analyse objective des potentialités.

### **3.7. Les antécédents économiques de la réussite de l'entrepreneuriat :**

Des facteurs d'ordre économique jouent également un rôle non négligeable dans l'acte d'entreprendre.

Il s'agit des ressources matérielles, technologiques, informatiques, humaines et financières qui sont indispensables pour tout projet viable. Il est impensable d'espérer créer une entreprise sans disposer au préalable de biens corporels et incorporels. L'entreprise a besoin de différentes ressources pour exister et pérenniser.

Les relations occupent une place importante dans la décision d'entreprendre. Des contacts personnels ou professionnels déjà établis par le créateur lui facilitent les choses. L'appartenance du créateur à un réseau lui sera d'une grande utilité dans le cadre de l'exercice de ses fonctions

d'entrepreneur. En effet il lui sera plus facile d'obtenir des ressources dont son entreprise a besoin pour se développer. Les anciens étudiants de grandes écoles ou de prestigieuses universités peuvent faire jouer leurs relations (anciens camarades, professeurs ou professionnels rencontrés dans le cadre de leur étude) pour les aider à mener à bien les projets.

**3.8. Les facteurs d'influence :**

On a essayé de lister quelques facteurs influençant l'entrepreneuriat. La liste n'est, évidemment pas exhaustive.

**Tableau 2: Exemple de facteur d'influence**

<b>Facteurs</b>	<b>Exemples</b>
Culture	Famille, propriété collective ou individuelle, Classes, castes, minorités  Attitudes religieuses par rapport à l'entreprise
Infrastructure	Matérielle, immatérielle, télécommunications, transport, distribution, sécurité publique, droit et justice, système éducatif
Economie	Opportunités, croissance intérieur ou extérieure,  Absence d'emploi (chômage)  Fiscalité, frais d'installation
Social	Pyramide des âges,  Reproduction sociale
Règlements	Barrières réglementaires, démarches administratives pour les nouvelles entreprises,  Droits de propriété, droit de constituer une société,  Sanction pour défaillance, traitements des faillites  Réglementation de certaines activités
Information	Accès à l'information sur les marchés, les technologies, les partenaires, les réglementations  Possibilité de faire de la publicité dans la presse
financement	Discriminations dans l'accès au financement (ex. les jeunes, les femmes),

	Utilisation des droits de propriété comme garantie Existence de financeurs (micro financement, actionnariat, capital-risque)
Technologie	Accès aux grandes entreprises, aux universités, aux centres de recherche pour les transferts de technologies Accès aux pépinières d'entreprises et à l'aide technologique
Formation et ressources humaines	Connaissances en Technologie de l'Information et de la Communication (TIC) Formation en entrepreneuriat à l'Ecole ou à l'Université
structures du marché	Réseaux existants ou grappes Flexibilité du marché du travail Incitations et subventions à certaines branches d'activité
Individuel	Personnalité et motivation du créateur Expériences et compétences personnelles

**• Résumé de chapitre :**

Dans ce chapitre, on a arrivé a comprendre le mot entrepreneur Solon certain fondateur, par la suite, on a découvert que les facteurs psychologiques et socioculturels ne suffisent pas à eux seuls pour assurer la réussite du projet d'entreprise, il y a bien sûr la dimension économique et les relations. La possession de ressources matérielles, financières, humaines ainsi que l'appartenance à des réseaux professionnels contribuent beaucoup à la viabilité du projet.

# **Chapitre IV : Le cadre méthodologie de la recherche et vérification des concepts**

**• Préambule :**

Pour vérifier les hypothèses que nous avons établies ci-dessus et dans le but de répondre aux questions posées, notre cadre opérationnel, ou étude de cas cerne plusieurs entreprises ; nous allons présenter dans ce présent chapitre le cadre méthodologique et les étapes de l'enquête sur le terrain. Nous commencerons par la présentation du lieu d'enquête, la préenquête, la méthode de recherche adoptée, l'échantillonnage, les instruments de mesures et en fin la collecte des données.

**4.1 Présentation du lieu d'enquête :****4.1.1- Présentation de AGRO-CEREALES ,SARL :**

C'est une petite entreprise familiale , localisée à Zone d'Activite Taharacht , Akbou, Algeria ; elle a été créée en 1999 ; elle est l'un des fleurons de l'industrie agroalimentaire en Algérie .

**4.1.2- Différents domaines d'activités :**

- ✓ Farines et semoules de céréales
- ✓ Farine de seigle
- ✓ Farine d'avoine
- ✓ Semoule de blé
- ✓ Farine de blé tendre
- ✓ Farine de blé dur
- ✓ Farine de blé boulgour
- ✓ Farine de sarrasin
- ✓ Farine d'épeautre
- ✓ Farine de blé contenant de la levure chimique
- ✓ Son, remoulages et gruaux
- ✓ Couscous
- ✓ Farines de produits non céréalières
- ✓ Farine d'arrow-root
- ✓ Farine de bananes
- ✓ Farine de fèves
- ✓ Farine de caroube
- ✓ Farine de châtaignes
- ✓ Farine de pois chiches

- ✓ Farine de noix de coco
- ✓ Farine de lentilles
- ✓ Farine de graines de lupin
- ✓ Pâtes alimentaires
- ✓ Pâtes alimentaires aux oeufs
- ✓ Pâtes alimentaires de farine de blé dur
- ✓ Pâtes alimentaires de semoule de blé dur
- ✓ Pâtes au blé entier
- ✓ Pâtes de maïs
- ✓ Pâtes de maïs et de blé
- ✓ Nouilles à cuisson instantanée
- ✓ Pâtes alimentaires enrichies de gluten
- ✓ Pâtes alimentaires au germe de blé
- ✓ Pâtes enrichies en vitamines
- ✓ Spaghettis
- ✓ Macaronis
- ✓ Vermicelles
- ✓ Nouilles

**4.1.2- Présentation de Eurl rizel condi :**

Entreprise spécialisée en conditionnement de produit alimentaire , sise a amalou w de Bejaia c'est un secteur prive cree en 2017 .

**4.1.3. Différents domaines d'activités :**

- ✓ Transport De Marchandises.
- ✓ conditionnement de produits alimentaires ( riz et légumes secs )

**4.1.4 Prestation de kherbouche materiel frigorifique :**

Cest une petite entreprise familiale crée en 2015 à irssan – ighrem Réalisation d'entrepôts frigorifiques et chambres froides. Vente d'équipement chaud, froid pièces de rechanges industrielles et materiels électriques.

**4.1.5 Différents domaines d'activités :**

- ✓ Travaux auxiliaires pour le bâtiment
- ✓ Construction de chambres froides

- ✓ Entrepôts frigorifiques
- ✓ Entrepôts avec installations de congélation par souffleries

**4.1.6 Présentation de l'entreprise ALMAG :**

Fondée en 1998, par les frères BOUKIR, ALMAG est devenue un acteur majeur dans le secteur agroalimentaire dans la wilaya de Bejaia, et aussi en Algérie. Elle est implantée dans la zone industrielle de Taharacht, Akbou, Bejaia, une zone considérée comme le fief de l'industrie agroalimentaire en Algérie. ALMAG offre des produits de qualité supérieure à des prix compétitifs, grâce à son savoir-faire, ses unités de production, son contrôle de qualité.

**4.1.7 Différents domaines d'activités :**

La mission principale d'ALMAG est d'apporter au consommateur des produits de qualité, à base d'huiles végétales non hydrogénées, pour une alimentation de qualité, savoureuse et saine. Elle confectionne comme elle a toujours su le faire, des margarines et des produits en poudres alimentaires en sélectionnant les meilleures matières premières, pour le bonheur des consommateurs. Attentive aux moindres besoins des consommateurs, elle œuvre à anticiper et à satisfaire les attentes de ces derniers en leur apportant un soin extrême à l'hygiène et au respect des normes régissant le secteur de l'agroalimentaire.

**4.1.8 Les produits de ALMAG :**

- ✓ Margarine de table
- ✓ Margarine pâtissière
- ✓ Margarine de feuilletage
- ✓ S'men
- ✓ Préparation alimentaire
- ✓ Margarine de table
- ✓ Margarine Pâtissière
- ✓ Margarine de feuilletage
- ✓ S'men

**4.1.9. Présentation de sarl ABIA FOOD :**

Initialement spécialisée dans les préparations de flans, « Nawal » est notre marque originale créée en 1988. Depuis 2019, nous diversifions cette gamme à travers de nouveaux produits pour que « Nawal » vous accompagne partout en cuisine.

**4.1.10 Différents domaines d'activités :**

- ✓ Fabrication De Produits De La Confiserie.
- ✓ Industrie De La Chocolaterie. Fabrication de chocolat et produits en chocolat et cacao, ...
- ✓ Biscuiterie, Pâtisserie Et Produits De Regime. ...
- ✓ Fabrication De Condiments Divers. ...
- ✓ Fabrication De Bouillons, Potage Et Aromes.

**4.1.11 Les produits de ABIA FOOD :**

- ✓ Crème Tiramisu.
- ✓ L'Original Flan goût Chocolat.
- ✓ Flan goût Vanille au coulis Caramel.
- ✓ Levure chimique

**4.1.12 Présentation de sarl AGRI LUXE :**

C'est une petite entreprise familiale créée en 2016 à Tidja- Ighrem – Bejaia ; vente en gros de produits liés à l'alimentation humaine .

**4.1.13 Différents domaines d'activités :**

- ✓ Importation des produits. Équipement et matériels liés au domaine de l'agriculture, leurs détaches et accessoires
- ✓ Importation de légumes secs et des produits de la minoterie
- ✓ Import des produits liés à l'alimentation

**4.1.14 Présentation de sarl snc Farah Condi Illoul et fils :**

C'est une petite entreprise familiale créée en 2015 à Guendouza – Cne Akbou ; et son secteur d'activité : conditionnement et emballage de produits et denrées alimentaires .

**4.2. La pré-enquête et ses résultats :**

La pré-enquête est une étape très importante et utile dans tout projet de recherche en science humaines et sociales. Elle a pour objet de collecter un maximum d'informations et elle permet au chercheur de découvrir son terrain de recherche. Cette étape nous a permis de mieux connaître le terrain d'investigation

Notre pré enquête s'est déroulée sur une période allant du .17/04/2022 au 01/05/2022 ; Cette phase nous a permis d'établir un bon contact avec les manager de ces petites entreprises. A travers l'observation et les entretiens libre à fin de connaitre notre population, ses caractéristiques sur toutes les dimensions et les données pertinentes existantes. Cette étape nous a permis de tracer un portrait du contexte ce qui nous a permis de mieux cibler notre sujet de recherche et surtout de cerner notre thématique.

Aussi, la pré-enquête nous a permis d'explorer le terrain d'étude pour mieux déterminer les objectifs de notre recherche. Pour la réalisation des entretiens nous l'avons réalisé par tranche vu la non disponibilité du temps des managers

La pré-enquête nous a beaucoup aidés à tester nos questions quant à l'élaboration finale de notre guide d'entretien, et cela en supprimant les questions jugé inutile tout en rajoutant d'autres questions en rapport direct avec nos hypothèses

### **4.3. La méthode de recherche utilisée :**

Toute recherche implique une méthode qui est définie comme : un ensemble organisé d'opérations en vue d'atteindre un objectif, elle est déterminée par le problème de recherche envisagé. Elle est souvent reconnue, comme étant la manière que le chercheur utilise pour arriver à la résolution de la problématique, qui est considérée comme « démarche organisée et rationnelle de l'esprit pour arriver à un certain résultat ». (le petit LAROUSSE, 2003)

Selon Angers Maurice : « la méthode est un ensemble de procédures, et de démarches adoptée pour en arriver à un résultat, en effet la méthode utilisé est déterminée par la nature du thème et ses spécificités et ses objectifs. » (Angers, 1997, p.9)

Nous avons donc opté pour la méthode qualitative, car notre étude s'inscrit dans une approche qualitative, dont le but est de rassembler les éléments qui ne sont pas déchiffrables directement par la population interrogée ou ciblée. Une étude qualitative est plutôt réalisée à travers des consultations en groupe ou par individu. Le but de cette démarche est de comprendre les véritables facteurs de la réussite de la petite entreprise familiale dans la circonscription de la wilaya de Bejaïa

### **4.4. La population et l'échantillon de l'étude :**

Le processus de sélection de l'échantillon est important dans un contexte de recherche, son impact reflétera la validité des faits qui nous seront rapportés. L'exactitude de l'analyse et de

l'interprétation des résultats sera influencée par le type d'échantillonnage. Le choix des unités qui constituent l'échantillon peut être effectué par différentes méthodes. Pour réaliser cette recherche, nous avons réalisé (08) entretiens semi-dirigés avec les dirigeants de PEF.

L'échantillon dont nous parlons est un échantillon de manager de différentes catégories d'âge, de niveau d'instruction, suivant une sélection à effet boule de neige. Nous rappelons ici, que nous avons contactés ces personnes pendant les heures de pauses.

#### **4.5. L'instrument de collecte des données :**

Nous avons choisi la méthode d'entretien, car elle nous permet d'avoir un véritable échange avec les enquêtés que nous avons rencontrés. Nous avons préparé un schéma d'entretien qui a été élaboré à la base de trois dimensions à l'étude. Des questions factuelles ont été insérées en première partie du guide d'entretien afin de préparer les enquêtés et de les mettre à l'aise sur le type de réponses que l'on attend d'eux, ces questions concernent l'âge, niveau d'instruction, statut professionnel, ancienneté. Cette première partie est suivie de (13) questions semi-directives formulées de telle manière que les employés puissent répondre ou de choisir la réponse ou les réponses selon les propositions offertes.

Elles sont réparties de la manière suivante : l'ancrage du domaine de spécialisation dans l'histoire familiale (04) questions ; le rôle de la famille dans la réussite de PEF (06) questions ; le rôle de l'environnement socioculturel dans la réussite de la PEF (03) questions .

#### **4.6. La collecte et l'analyse des données :**

Nous avons été amenés à interroger les enquêtés sans pour autant les perturber dans leur travail. La durée de l'entretien n'a pas dépassé 30 minutes, les entretiens se sont déroulés dans leur lieu de travail à des heures qui leur conviennent.

Pour réaliser cet objectif, nous avons noté toutes les interventions recueillies auprès des enquêtés qui sont au nombre de (08). Ensuite, nous avons classé les données selon chaque thématique. Pour finir, nous avons utilisé la technique d'analyse de contenu. L'analyse de contenu est une technique de traitement de données la plus connue et la plus utilisée dans le traitement des contenus des discours et d'analyse des données qualitatives.

**• Résumé du chapitre**

Dans ce chapitre, nous sommes parvenus à faire la présentation de les organismes d'accueil , tout en présentant ses services ses objectifs, et son organisation en général, la pré-enquête et la méthode de travail employée afin de récolter les données pour l'aboutissement de notre recherche.

# **Chapitre V : Analyse et interprétation des résultats de la recherche**

- **Préambule :**

Le présent chapitre expose les différents résultats de l'étude soit les résultats des données du patrimoine sociale et organisationnel sur les comportements contreproductifs des enquêtés de notre étude, ainsi que ceux des hypothèses, suivies d'une analyse et interprétation des résultats relatifs à nos hypothèses de recherche.

### **5.1- présentation et analyse des résultats de la recherche :**

Avant de passer à la présentation et l'analyse des résultats des hypothèses de recherche, nous passerons en revue les diverses observations préliminaires que nous avons pu faire au cours du premier contact avec les enquêtes. Après cela, nous analyserons les résultats à la lumière des sous-questions qui ont structure notre recherche. Enfin, nous dresserons le bilan final nous apportant la réponse à nos questions de recherche.

#### **5.1.1-Présentation des résultats des hypothèses de recherche :**

Nous débuterons cette partie en présentant globalement les données socioprofessionnelles de notre échantillon pour, par la suite décrire les contenus de nos entretiens faits à la lumière des trois démontions à l'étude, soit le soutien au travail, l'habilitation psychologique et les pratique de régulation. Quand le processus entrepreneurial considère ici comme variable dépendante, elle sera analysée comme conséquence éventuelle des deux dimensions suscitées.

##### **5.1.1.1-Présentation des résultats socioprofessionnels :**

Notre échantillon compose de (08) managers ; l'âge participants varie entre 31- 40 ans est la plus marquant, suivi par la catégorie d'âge de 20-30 ans qui sont en minorité par rapport aux manager âges de 41- 50 ans et plus de 50 ans. Donc on déduit que la catégorie de 31-40 ans sont majoritaires. Leur niveau universitaire, il s'agit majoritairement d'un personnel qualifié qui a pour plus de de 5 - 10 ans d'ancienneté dans le travail.

##### **5.1.1.2-Présentation des résultats de la première hypothèse :**

Afin de vérifier la première hypothèse de notre étude, qui stipule que « La réussite de la petite entreprise familiale (P.E.F) est fonction de l'ancrage du métier (domaine) dans l'histoire familiale ». Nous nous sommes intéressés à l'histoire familiales des managers de ces petites entreprises familiales.

Un répondant qui dit : « l'Amour de métier et sa maîtrise cela a contribué au succès de notre projet, car notre domaine de spécialisation était déjà connu dans notre région ». Dans son côté un autre manager dit que : « Ils m'ont donné des idées originales de par leur expérience dans le domaine cela m'a beaucoup aidé a développer mon entreprise »

Selon la majorité l'histoire de la famille est très importante dans le développement d'un projet Parce que leurs parents ont de l'expérience et des idée dans ce domaine ; Cela a beaucoup aidé à faciliter leurs affaires ; Ils sont également bien connus dans la communauté, par ex Un père travaillait dans le domaine de l'achat et de la vente, il était bien connu dans l'entourage ce qui les a aidés à exporter des marchandises et aussi ils savent comment communiquer avec les clients ; et lorsqu'un membre de votre famille travaille sur un projet et que vous suivez son chemin, vous développerez ses idées au lieu de créer une nouvelle idée, et ce sera plus difficile par ce que c'est quelque chose de nouveaux pour vous .

Un autre abonde Dans le même sens « disent que la réussite de mon entreprise vient de l'expérience acquis dans ce domaine depuis des années ; et aussi le fait que notre famille et bien connue dans la région nous a aidés a soutenir nos produits et également bénéficier des spécialité des membres de la famille dans le développement de notre PEF »

Un autre dit que « Depuis que j'ai suivi le projet de mon père, je pense que c'est bien pour moi, car j'ai trouvé quelqu'un qui m'aide beaucoup. Avec l'expérience de mon père, il a sa me guider pour connaître le bon client avec qui je devais traiter et aussi les erreurs qu'ils ont faites j'essaye de l'éviter pour ne pas faire les mêmes erreurs. Je vais essayer d'améliorer dans le domaine et de le faire grandir mieux qu'avant. »

Un autre manager dit que « l'existence de mon métier actuel dans ma famille et mon entourage à réellement contribuer à la réussite cela m'a vraiment aidé à développer notre entreprise »

En effet, il ressort clairement de ces résultats que la majorité soit (06) enquêtés Sur (08) confirmée que l'histoire de la famille aide à la réussite de la petite entreprise familiales, suivi de deux avis seulement qui affirme le contraire, donc à la lumière de ces résultats, la première hypothèse est confirmée.

### **5.1.1.3-Analyse et interprétation des résultats de la deuxième hypothèse :**

Dans le but de vérifier notre deuxième hypothèse qui suppose que « : La réussite de la petite entreprise familiale (P.E.F) est fonction de la taille de la famille. »

Pour ce qui concerne cette deuxième pratique il ressort clairement de ces résultats que la majorité soit six enquêtés sur huit affirme que la taille de la famille ne contribue pas à la construction d'une entreprise développée.

Un répondant dit que «: la réussite de la PEF n'est pas obligatoirement liée à la famille par contre elle est liée à plusieurs variables telles que : sociale économique juridique politique et culturelle »

un autre « j'ai déjà essayé de jumeler les membres de la famille dans le même endroit c'est été vraiment une catastrophe , par ce que chaque personne va essayer de se présenter mieux que l'autre et ils donneront tous leur avis ; et si ils ne font pas parfaitement leur travail il se voient tous des gèrent c'est ce qui a fait reculer mon entreprise » .

un autre : « quand on éloigne de social ( la famille ) on se rapproche à la réussite , le social n'aide pas les gens à avancer dans la carrière professionnelle au contraire c'est un fardeau »

Nous avons vu dans notre vie quotidienne que la plupart des grandes familles riches ont des problèmes entre elles en matière d'héritage Par exemple, s'ils ont une petite entreprise, quand le père se retire, ils se disputent entre eux, c'est ce qui conduit à la perte. Et la plupart des propriétaires de l'entreprise disent que si la famille est grande n'aide pas l'entreprise à développer ; dans ce sens un manager dit que : « si la famille est large , surgissent des difficultés de gestion à cause des conflits entre frères ou actionnaires ; et aussi quand je recrute au sein de ma famille je ne dois jamais sanctionner les comportements négatifs au travail par peur de perdre mes liens familiaux et tout ça a une influence vraiment sur la réussite de mon entreprise ; ainsi , d'après mon expérience je vois que la taille de la famille ne contribue pas au développement de l'entreprise , mais l'inverse est vrai ».

À la lumière de ces résultats, la deuxième hypothèse est infirmée.

#### **5.1.1.4 -Analyse et interprétation des résultats de la troisième hypothèse :**

Nous allons présenter les résultats de notre troisième hypothèse qui suppose que « La réussite des PEF est fonction des facteurs socioculturels environnants ».

L'environnement d'une entreprise représente l'ensemble de tous les facteurs externes susceptibles d'influencer la rentabilité et le succès de l'activité d'une entreprise. L'évolution de ces facteurs provoque l'apparition de risques ou d'opportunités. En général, une société fait partie intégrante d'un macro environnement et d'un microenvironnement et d'après nos recherches on a remarqué que les facteurs socioculturels environnants mènent à la réussite de la PEF

.alors que la majorité des managers confirmer cette hypothèse on a (07 ) enquêtés sur huit qui a confirmer suivi de un (01) avis seulement qui affirme le contraire .

Parce que nous vivons dans une société musulmane, nous devrions être liés par elle, la religion c'est le premier facteur qui mené à la réussite un manager dit que : « Quand nous sommes honnêtes avec les gens, quand nous ne trahissons pas les gens et savons traiter les gens avec respect, alors Dieu est à nos côtés à chaque pas que nous faisons »

Un autre dit : « nous sommes dans un domaine d'activité qui respect les tradition religieuses »

Un autre : « Ma religion m'a beaucoup aidé à développer mon entreprise tout en étant honnête avec les gens qui les ont rendus fidèles à travailler avec moi »

Un autre facteur qui aide à la réussite de la PEF c'est le comportement de consommateur ; une entreprise n'existe que grâce à ses clients : sans eux, elle fait faillite. Face à la concurrence, les entreprises redoublent d'attention pour capter l'attention des consommateurs

Un manager dit : « quand les consommateurs critiquent mon produit, sa me fait connaitre les choses qui manquant, ce qui me fait essayer de faire mieux qu'avant ».

Dans le même sens un autre dit que : « oui ; c'est avec les remarques, les exigences du client et e critiques nous nous améliorons ».

Un autre : « le comportement du consommateur a un rôle déterminant dans le développement de notre PEF ».

On arrive a le dernier facteur c'est les tradition familiale lorsque nous adhérons aux coutumes de nos parents, cela contribuera à construire et à développer une bonne entreprise ; alors que quelqu'un disait que : « effectivement nos tradition être favorable pour la maitrise du domaine et ça m'a vraiment aider dans le dévalement de mon PEF ».

En fin de compte, nous sommes arrivées à la conclusion que cette hypothèse est confirmer.

## **5.2. Discussion générale des résultats de l'étude :**

Cette partie permet d'interpréter les données recueillies à la lumière du cadre théorique adopté dans le but de répondre à la question de départ suivante : Les facteurs socioculturels de la famille algérienne contribue-t-il a la réussite de la PEF ?

Après avoir analysé les hypothèses nous avons confirmé la troisième hypothèse qui stipule : « La réussite des PEF est fonction des facteurs socioculturels environnant ». les facteur

socioculturelle Bien qu'un certain nombre d'auteurs aient étudié l'influence de la culture sur les pratiques de gestion de l'entrepreneur ( Kamdem , 2002 ; Torrès , 2001 ; Allali , 2001 ; D'Iribarne , 2000 ) , il n'en demeure pas moins qu'aucune étude n'a , à notre connaissance , tenté d'identifier explicitement l'influence de ces derniers sur la croissance des petites entreprises . L'étude des rapports entre culture et organisations économiques a vu le jour notamment en Amérique ( Bollinger et Hofstede , 1987 ) . Ces recherches ont été étendues aux sociétés en développement , telles celles africaines , et ont permis de lier la culture aux contraintes et aux opportunités de croissance d'entreprise . Elles partent de l'histoire , du contexte et de l'environnement des acteurs ( individus , groupes , entreprises ) , du système de représentations , des normes et des valeurs des sociétés étudiées . Les analyses révèlent que les dirigeants pensent et agissent en fonction de leurs contextes socioculturels portés notamment par la famille , comme l'explique Bauer ( 1993 ) . On trouve plusieurs éléments socioculturels pouvant influencer la croissance des entreprises , notamment dans les pays en développement , soit la famille , l'appartenance à certaines ethnies ou la religion .

III s'agit d'évaluer le style de vie des consommateurs, leur appartenance et leurs valeurs sociales, leurs goûts et leurs besoins.

En effet, aucune entreprise ne peut concevoir d'agrandir son portefeuille client sans attacher d'importance à son environnement socio-culturel.

Parmi les stratégies envisageables pour pouvoir maîtriser un tel environnement, on peut citer :

- L'implantation d'une entreprise tout près de sa clientèle potentielle ;
- L'implantation d'une entreprise dans une région où elle peut avoir des effets positifs sur l'emploi ;
- La participation aux projets de développement de certaines régions ;
- La participation aux projets liés à l'environnement et à l'écologie ;
- La participation aux pôles de recherche et de développement dans la région ;
- Participer aux actions sociales dans certaines régions environnantes.

La réussite de toute entreprise dépend étroitement de l'évaluation de cet environnement socio-culturel puisqu'il est le catalyseur des relations sociales qui va emmener le maximum de clients à être fidèle à la gamme des produits et des services qui leur sont offerts par cette entité. Une mauvaise évaluation ne peut que détourner le portefeuille client vers d'autres concurrents .

# **Conclusion**

### – Conclusion :

Pour termine, rappelons que le point de départ de cette recherche qualitative ; notre recherche effectuée au sein de plusieurs petites entreprises familiales qui porte sur « Les antécédents socioculturels de la réussite entrepreneuriales »

L'objectif principale de cette recherche c'est de savoir les facteurs qui mène a la réussite de la petite entreprise famille et Comprendre et obtenir des connaissances fiables concernant le phénomène entrepreneurial et de montrer l'importance des antécédents socioculturels de la réussite et savoir le rôle des antécédents socioculturels dans le développement de la petite entreprise familiale .

Le concept d'entrepreneuriat que nous avons étudié jusqu'ici n'est pas ancien. Il n'est devenu un sujet d'étude populaire qu'après la Seconde Guerre mondiale, une époque où les étudiants en développement économique se concentraient sur les problèmes économiques des pays moins développés et se rendaient compte que le vrai problème du développement dans les pays moins développés d'aujourd'hui n'est pas aussi important qu'économique. c'est non économique.

La composante entrepreneuriale a pu être réalisée dans le processus d'industrialisation et de développement économique au début du XIXe siècle. Weber et Schumpeter peuvent être considérés parmi les premiers chercheurs à avoir systématiquement expliqué le rôle des entrepreneurs dans les organisations productives.

Depuis lors, des chercheurs de diverses disciplines se sont concentrés sur des questions telles que les bases sociales, économiques et politiques de l'offre entrepreneuriale, les caractéristiques psychologiques des entrepreneurs et les fonctions entrepreneuriales des entreprises.

L'entrepreneuriat vit un réel succès aujourd'hui. A cela plusieurs raisons : devenir entrepreneur peut être une issue passionnante pour une personne en recherche d'emploi et dans l'impasse professionnellement. Le succès du régime autoentrepreneur fait partie également de l'engouement que rencontre l'entrepreneuriat. Enfin, il y a un nombre important de motivations personnelles à devenir entrepreneur : suivre un idéal, prouver ses compétences, répondre à un besoin de reconnaissance, le goût de l'aventure professionnelle, avoir le sens des responsabilités, ne plus dépendre d'une hiérarchie ou encore être le propre acteur de sa réussite

D'après ça on a s'intéresser à étudier les facteurs socioculturels qui mène à la réussite de la petite entreprise familiale pour certains auteurs comme Fafchamps et Minten (1998), le succès

d'une entreprise dépend du capital social et des liens d'affaires. Dans cette perspective, plusieurs études s'intéressent à la relation entre le capital social et la réussite des entreprises.

Après cette étude on a découvert plusieurs facteurs qui peuvent mener à la réussite ou bien à l'échec de la petite entreprise familiale. Parmi ces facteurs on trouve le premier facteur c'est l'histoire de la famille ; généralement l'histoire de la famille aide à la réussite de la PEF. Par exemple : un nouveau entrepreneur qui a ses parents qui ont déjà travaillé dans le domaine entrepreneurial ; a créé une petite entreprise. D'après l'expérience de ces parents ça lui facilite la tâche.

Le deuxième facteur c'est la taille de la famille ; nous avons vu dans notre quotidien que la majorité des familles nombreuses ont des conflits entre eux à propos de l'héritage de l'entreprise et à cause de ces problèmes ça les mène à la faillite.

Le dernier facteur c'est l'environnement socioculturel. Ce facteur a un bon impact sur le succès de l'entrepreneuriat.

# **Liste Bibliographiques**

### Liste bibliographique

- **Les ouvrages :**

1. A. Fayolle (2009), « Editorial », in Revue de l'Entrepreneuriat.
2. Azzedine Tournés, « L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français », La Revue des Sciences de Gestion 2006/3 (n°219), p. 60.
3. Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational and Human Decision Processes* 50, p 179-211.
4. BERGER B., (1993). « Esprit d'entreprise, cultures et sociétés », Maxima, Saint-Amand-Montrond (Cher)
5. Boufeldja ghat, (2015). Culture de travail en entrepreneuriat en algerie, ed : publibook, France p 136- 140
6. Bizaguet A, (1930) .« Les petites et moyennes entreprises, Quoi Sais-je ? », PUF, Paris.
7. Cantillon R, (décembre 2011). « Essai sur la nature du commerce en général », Ed. I.N.E.D, Paris, P19.
8. Capron. H,(2009). « Entrepreneuriat et création d'entreprises, facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise », édition de Boeck, Paris, p 59
9. Fayolle A,(2004) « Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre », édition DUNOD, Paris, 2004, p65
10. Fayolle. A,(2003). « Le métier de créateur », Editions d'Organisation, P 66.
11. (Fayolle A, Degeorge J M, (2012).« Dynamique entrepreneuriale : Le comportement de l'entrepreneur », Edition De boeck, Bruxelles.
12. Gasse, (2003), p. 51.
13. Hernandez E-M,(2001) « l'entrepreneuriat, approche théorique », l'Harmattan, France, p64
14. Ibid. Fayolle A (2004), p69.
15. Ibid. Gasse Y, p55
16. Julien P et MAR Chesnay, (1996).« l'entrepreneuriat », Economica, Paris, p53-54
17. Portes A. (2000). "The two meanings of social capital".
18. Portes A. (1999). "Conclusion: Towards a new world – The origins and effects of transnational activities". *Ethnic and Racial Studies*
19. Raymond Quivy,(1995). manuel de recherche en science sociale, éd Dunod, Paris, p126

20. robert D. Hisrich, Michael p. Peters (1991).« entrepreneurship : lancer, élaborer et gérer une entreprise », Economica, paris , p11
21. Tounès, 2003 ; Fayolle et al, 2006.
22. Tounès, 2003 ; Fayolle, 2005 ; Emin et al, 2005.
23. Thierry Verstraete ( 1999).ENTREPRENEURIAT ; L'Harmattan; p 20-21
24. Verstraete T,(2000). Histoire d'entreprendre, les réalités d'entrepreneuriat, Edition EMS,P12.

• **Revue :**

1. Aldrich HE and Zimmer C (1986) Entrepreneurship through social networks. In: Sexton D and Smilor R (eds) The Art and Science of Entrepreneurship. New York: Ballinger, (3–23.)
2. Bowey JL and Easton G. (2007). “Entrepreneurial social capital unplugged”. International Small Business Journal 25(3): 273–306
3. Bates T (1997) Race, “Self-Employment, and Upward Mobility”. Washington, DC: Woodrow Wilson
4. Burt RS. (1992). “Structural Holes”. Cambridge, MA: Harvard University Press.
5. Cadres et entrepreneuriat Mythes et Réalités p 11
6. Cachon J, « Entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi », p19 - 21
7. Cunningham, Lischeron, (1991) op cite p 6.
8. Casson M and Della Giusta M. (2007). “Entrepreneurship and social capital: Analysing the impact of social networks on entrepreneurial activity from a rational action perspective”. International Small Business Journal 25(3): 220–244.
9. Divers articles sur l'économie : création d'entreprise, développement local, développement humain
10. Filion I-j ; Fayolle A, Op Cite, P254
11. Gasse Y, (1883) « entreprendre moderne : attribut et fonctions », revue internationale de gestion, vol 7, n°4,1883, P23.
12. Granovetter MS. (1985). “Economic action and social structure: The problem of embeddedness”. American Journal of Sociology 91(3) : 481–510.
13. Hall ET. (1973). “The Silent Language”. New York: Anchor.
14. Hofstede G. (1980). “Culture’s Consequences: International Differences in Work-related Values”. Beverly Hills, CA: SAGE.
15. Hayton JC, George G and Zahra SA. (2002). “National culture and entrepreneurship: A review of behavioural research”. Entrepreneurship Theory and Practice 26(4): 33–52.

16. Isaas tunisie ,(2017 october 26) , bill aulet, & howard andiron entrepreneuriat et busess plan zenodo
17. sarhan Abdennadher, Karim Trabelsi, Sami Boudabbous (2015 )Influence de la famille et du réseau relationnel sur l'acte entrepreneurial : cas des entrepreneurs tunisiens (Journal OF Entrepreneurs hip and Sustainable Développement
18. Journal officiel de la république Algérienne n°77, 15 décembre 2001, Chapitre II, article 4, P 5.
19. Johannisson B. (1988). "Business formation: A network approach". *Scandinavian Journal of Management* 4(3-4): 83–99.
20. Lorenzoni G and Lipparini A. (1999). "The leveraging of inter-firm relationships as a distinctive organizational capability: A longitudinal study". *Strategic Management Journal* 20(4): 317–338.
21. Marchesnay M., (2002).L'entrepreneur face à ses risques, cahiers d'économie de l'innovation, n°12.
22. McGrath RG, Macmillan IC, Ai-Yuan Yang E and Tsai W. (1992). "Does culture endure or is it malleable?". *Journal of Business Venturing* 7: 441–458.
23. Naima Mansour ; La théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) : Application empirique au cas tunisien p 4
24. Nahapiet J and Ghoshal S. (1998). "Social capital, intellectual capital and the organizational advantage". *Academy of Management Review* 23: 242–267.
25. Shane S. (1993). "Cultural influences on national rates of innovation". *Journal of Business Venturing* 8: 59–73.
26. VESTREATE.T,(2001). « Entrepreneuriat : modélisation du phénomène », revue de l'entrepreneuriat, vol 1, n° 1.
27. (W. D. Bygrave& C. W. Hofer, (1991).« Theorizing about Entrepreneurship », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 16, n° 2, pp. 13 -22)

- **Thèse et mémoire :**

1. Aissani. N, (2006).« La politique de soutien des PME et leur rôle dans le développement économique en Algérie, cas de la branche des industries agroalimentaires », Mémoire de magister en Sciences Commerciales, Université d'Oran, p40
2. BERBER Nawel (2014). Mémoire de Magister en Management ; L'entrepreneuriat en Algérie ; p 17
3. Benata Mohamed ;(2015). influence de la culture et de l'environnement sur l'intention entrepreneuriale, doctorat dans option science économiques, université telmcen,2015, p20
4. Gasser Y, (2003).« l'influence du milieu dans la création d'entreprises », Centre d'Entrepreneuriat et de PME. Québec, université Laval, P52.
5. Tounes. A, (2003)« L'intention entrepreneuriale », Thèse pour le doctorat en Sciences de Gestion, 2003 Université de Rouen.
6. Thèse doctorat (2012) processus de transformation des intentions en actions entrepreneuriales

- **Sites internet :**

1. <https://mail.google.com/mail/u/0/#sent?projector=1>
2. <https://www.etudier.com/>
3. .(<https://ses.webclass.fr/>

# **Annexe**

---

---

**Schéma d'entretien**

Ce présent guide d'entretien entre dans le cadre de la préparation d'un mémoire de fin de cycle, en vue de l'obtention d'un diplôme de Master en psychologie du travail, d'organisation et GRH.

Il est destiné aux managers de petites entreprises familiales, en vue de cerner les antécédents socioculturels de la réussite de l'acte entrepreneurial.

Il nous semble utile de vous rassurer que l'anonymat est garantie, et que les informations de ce présent guide d'entretien ne seront utilisées que pour des fins purement scientifiques. Pour cette raison, nous vous prions de bien vouloir répondre avec sincérité pour que notre étude atteigne son cadre objectif et scientifique. Nous vous remercions d'avance pour votre collaboration et veuillez croire l'expression notre grand respect.

**I-Données socioprofessionnelles :**

1. Le genre : Féminin ( ) Masculin ( )
2. L'âge : .....ans
3. Niveau d'instruction : Moyen ( ) Secondaire ( ) universitaire ( )
4. Quelle est votre formation initiale ?.....
5. Ancienneté professionnelle : .....ans
6. Origine sociale : Urbaine ( ) Rurale ( ) Semi urbaine ( )
7. Domaine de spécialisation de votre PEF :.....

**II-Données sur le rôle de l'ancrage du domaine de spécialisation dans l'histoire familiale et la réussite de la PEF :**

8-Pouvez-vous nous éclairer sur les raisons du choix de votre domaine de spécialisation ?

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

9. Votre domaine de spécialisation existe-t-il dans votre entourage familial ?

- Au sein de la famille lointaine ( )
- J'ai hérité cette entreprise de mes parents ( )
- J'ai été influencé par des amis ( )
- Des parents à l'étranger ( )
- Autre :

.....  
.....  
10. Dans le cas ou le domaine de spécialisation existe dans votre entourage familial ; cela vous a-t-il aidé à développer votre entreprise ?

- Oui, cela a contribué au succès de notre projet, car notre domaine de spécialisation était déjà connu dans notre région ( )
- Ils m'ont donné des idées originales de par leur expérience dans le domaine ( )
- Cela ne m'a pas vraiment aidé à développer notre entreprise ( )

Autre :

.....  
.....  
11. Pensez-vous que l'existence de votre métier actuel dans la famille ou son entourage à réellement contribuer à la réussite de votre PEF ?

Oui ( ) Non ( )

Dans tout les cas dite nous pourquoi ?

.....  
.....  
**III- Données sur le rôle de la taille de la famille dans la réussite de la PEF :**

12-Quel est le nombre de personnes concernées par cette entreprise ?.....

13-Dans le cas ou le nombre est important, cela contribue-t-il à la bonne gestion de votre PEF ?

Oui ( ) Non ( )

-Dans tout les cas de réponse argumentez ?

**Proposition de réponses :** (ex. dans le cas ou le nombre est large, surgissent des difficultés de gestion à causes des conflits entre frères ou actionnaires, etc.) ou au contraire cela contribue d'une façon positive à la gestion de la PEF suite à l'entraide et à l'engagement de tout le monde)

Autres :

.....  
.....  
.....  
14-Appartenez-vous à une famille très large (cousins, tantes, neveux, etc.)?

-J'appartiens à une famille très large ( )

-J'appartiens à une famille moyenne ( )

-J'appartiens à une petite famille ( )

15. Dans le cas où la taille de votre famille est large, cela contribue-t-il à la bonne gestion de votre PEF ? Oui ( ) Non ( )

-Dans tous les cas de réponse argumentez ?

**Propositions de réponses :** (je dois recruter au sein de ma famille au détriment de candidats potentiels, je ne dois jamais sanctionner les comportements négatifs au travail par peur de perdre mes liens familiaux, je dois aider financièrement les membres de leurs familles durant les différentes cérémonies religieuses ou autres, etc.) ou au contraire cela (contribue positivement au développement du réseau de l'entreprise, avoir beaucoup de clientèles, augmenter le chiffre d'affaire de l'entreprise, développement des parts de contribution de chacun, etc.).

Autres :

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

16-Avez-vous de la famille à l'étranger ? oui ( ) non ( )

Si oui, cela contribue-t-il au développement économique de votre PEF ?

oui ( ) non ( )

Argumentez ?

- Cela m'a aidé à exporter notre marchandise à l'étranger ( )
- Elle contribue à la diffusion de notre image de marque ( )
- Elle contribue financièrement à l'extension de notre entreprise ( )
- Elle me dote de nouvelles technologies « équipement technique » ( )
- Elle nous aide à développer notre formation initiale ( )

Autre :

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

17- Pensez-vous que la taille de votre famille et/ou son entourage à réellement contribuer à la réussite de votre PEF ?

Oui ( ) Non ( )

Dans tout les cas argumentez ?

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

**IV-Données sur le rôle de l'environnement socioculturel dans la réussite de la PEF :**

18-Considérez-vous que nos traditions religieuses soient favorables à la réussite de votre projet ?

oui ( ) non ( )

Argumentez ?

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

19-Pensez-vous que le comportement du consommateur est favorable au développement de votre PEF ? oui ( ) non ( )

Argumentez ?

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

20-Considérez-vous que les traditions familiales soient favorables à la réussite de votre projet ?

oui ( ) non ( )

Argumentez ?

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

*Merci pour votre contribution*

# **Table des matières**

Remerciement	
Dédicace	
Résumé de l'étude	
Le Sommaire	
Liste des tableaux	
Liste des Schéma	
Liste des abréviations	
Introduction .....	13

### **Chapitre I : Le cadre général de la problématique**

• Préambule.....	16
1.1. La problématique.....	16
1.2 Les hypothèses .....	19
1.3 Définition des concepts à l'étude : .....	20
1.3.1 L'histoire familiales :.....	20
1.3.2 l'environnement socio-culturel :.....	20
1.3.3 la taille de la famille : .....	22
1.3.4. Lien social.....	22
1.4 Les objectifs et importance de la recherche : .....	22
1.5 Etudes antérieures .....	22
1.5.1 Les facteurs sociaux et l'activité entrepreneurial : .....	24
1.5.2 Les facteurs culturelles et l'activité entrepreneurial : .....	25
1.5.3 la famille et l'activité entrepreneuriale : .....	26
• Résumé de chapitre : .....	29

### **Chapitre II : Le processus entrepreneurial**

• Préambule.....	31
2.1. Le processus entrepreneurial : notions et définition : .....	31
2.2. L'importance de l'entrepreneuriat :.....	32
2.2.1. Entrepreneuriat et croissance économique : .....	32
2.2.2. Entrepreneuriat et création d'emploi : .....	32
2.2.3. Entrepreneuriat et renouvellement du parc d'entreprise : .....	32

2.2.4. Entrepreneuriat et innovation : .....	33
2.3. Aperçu historique de la PME : .....	33
2.4. Ecoles de pensée dans l'étude de l'entrepreneuriat : .....	34
2.4.1. L'école des « grands hommes » : .....	35
2.4.2. L'école des caractéristiques psychologiques : .....	35
2.4.3. L'école classique : .....	36
2.4.4. L'école du leadership : .....	36
2.4.5. L'école du management : .....	37
2.4.6. L'école de l'intra-preneur : .....	38
2.5. Rôle de psychologie de travail dans la facilité de création de l'entreprise : .....	40
2.6. Le diagnostic des capacités entrepreneuriales : .....	41
2.7. Les Dimensions de l'organisation entrepreneuriale : .....	43
2.8. Les diverses formes d'entrepreneuriat : .....	44
2.8.1. La création ex-nihilo : .....	44
2.8.2. La création par essaimage : .....	45
2.8.3. La création par franchise : .....	45
2.8.4. La reprise d'entreprise : .....	45
2.9. Le modèle théorique de (Ajzen1991) : .....	46
2.9.1. La théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) : .....	46
2.9.1.1. L'attitude vis-à-vis du comportement : .....	47
2.9.1.2. La norme sociale perçue : .....	47
2.9.1.3. Le contrôle comportemental perçu : .....	47
• Résumé du chapitre : .....	48

### **Chapitre III : Les antécédents de la réussite entrepreneuriale**

• Préambule : .....	50
3.1. Définition de l'entrepreneur : .....	50
3.2. Caractéristiques de l'entrepreneur : .....	51
3.2.1. L'indépendance : .....	51
3.2.2. Une forte confiance en eux : .....	52
3.2.3. La persévérance : .....	52
3.2.4. L'amour du risque : .....	52

3.2.5 La prise de l’initiative :.....	52
3.2.6. Innovateur .....	52
3.2.7. Créateur de valeur : .....	53
3.2.8 Ingénieux : .....	53
3.2.9 Joueur : .....	53
3.2.10. Motivé :.....	53
3.3. Les principes de motivation d’un entrepreneur :.....	53
3.3.1. Motivations psychologique : .....	54
3.3.2. Motivations sociologiques et culturels : .....	56
3.3.3. Motivations économiques :.....	57
3.4. Les éléments liés à l’environnement et réussite entrepreneuriale :.....	58
3.4.1. Capital social : .....	58
3.4.2. Structure d’accompagnement : .....	59
3.4.3. Contexte environnemental : .....	59
3.5. Les antécédents socio-culturelle de la réussite de l’entrepreneuriale : .....	60
3.6. Les antécédents psychologiques de la réussite de l’entrepreneuriale : .....	62
3.7. Les antécédents économiques de la réussite de l’entrepreneuriale : .....	63
3.8. Les facteurs d’influence : .....	64
• Résumé de chapitre : .....	65
<b>Chapitre IV : Le cadre méthodologie de la recherche et vérification des concepts</b>	
• Préambule :.....	67
4.1 Présentation du lieu d’enquête : .....	67
4.1.1- Présentation de AGRO-CEREALES ,SARL : .....	67
4.1.2- Différents domaines d’activités : .....	67
4.1.2- Présentation de Eurl rizel condi : .....	68
4.1.3. Différents domaines d’activités : .....	68
4.1.4 Prestation de kherbouche materiel frigorifique : .....	68
4.1.5 Différents domaines d’activités : .....	68
4.1.6 Présentation de l’entreprise ALMAG : .....	69
4.1.7 Différents domaines d’activités : .....	69
4.1.8 Les produite de ALMAG : .....	69
4.1.9. Présentation de sarl ABIA FOOD : .....	69

## Table des matières

---

4.1.10 Différents domaines d'activités : .....	70
4.1.11 Les produits de ABIA FOOD : .....	70
4.1.12 Présentation de sarl AGRI LUXE : .....	70
4.1.13 Différents domaines d'activités : .....	70
4.1.14 Présentation de sarl snc farah condi illoul et fils : .....	70
4.2. La pré-enquête et ses résultats : .....	70
4.3. La méthode de recherche utilisée : .....	71
4.4. La population et l'échantillon de l'étude : .....	71
4.5. L'instrument de collecte des données : .....	72
4.6. La collecte et l'analyse des données : .....	72
• Résumé du chapitre .....	73
Chapitre V : Analyse et interprétation des résultats de la recherche.....	74
• Préambule : .....	75
5.1- présentation et analyse des résultats de la recherche : .....	75
5.1.1-Présentation des résultats des hypothèses de recherche : .....	75
5.1.1.1-Présentation des résultats socioprofessionnels : .....	75
5.1.1.2-Présentation des résultats de la première hypothèse : .....	75
5.1.1.3-Analyse et interprétation des résultats de la deuxième hypothèse : .....	76
5.1.1.4 -Analyse et interprétation des résultats de la troisième hypothèse : .....	77
5.2. Discussion générale des résultats de l'étude : .....	78
Conclusion : .....	81
Liste bibliographique.....	84
Annexe .....	88
Table des matières .....	93