



**UNIVERSITE MOULOU MAMMERI DE TIZI-OUZOU
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES,
COMMERCIALES
ET DES SCIENCES DE GESTION
DEPARTEMENT DES SCIENCES COMMERCIALES**

Mémoire de fin de cycle

*En vue de l'obtention du Diplôme de Master en
Sciences Commerciales*

Spécialité : Marketing Hôtelier et Touristique

Thème

*Les Déterminants Entrepreneuriale à la
Création des Entreprises touristiques :
Cas de la wilaya de tizi ouzou*

Présenté par :

RAHMANI Faroudja

Encadré par :

Mr. KHEDACHE. Samir

Année Universitaire : 2020/2021

Remerciements

Premièrement nous tenons à remercier le dieu qui ma donné le courage et la patience pour la réalisation de ce travail.

Nous remercions également notre encadreur, Mr KHEDACHE SAMIR pour son accompagnement scientifique et moral constant.

Je remercie également aussi les membres du jury d'avoir accepté d'évaluer ce travail et dont les remarques vont surement permettre de consolidé ce travail.

Un grand merci à tous les membres de ma famille pour leurs soutiens et leurs affections. J'adresse ma reconnaissance à toute personne ayant contribué de près ou de loin à la réalisation de ce modeste travail.

Dédicaces

Je dédie ce travail :

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

A tous mes frères et mes sœurs.

***Aux gens qui m'ont aidé dans mon projet de
recherche, et mes amis qui m'ont soutenu.***

Je vous remercie tous.

Faroudja

SOMMAIRE

Introduction générale.....	1
Chapitre I : généralité sur l'entrepreneuriat	4
Introduction	4
Section 1 : Cadre conceptuel et théorique sur l'entrepreneuriat.....	5
Section 2 : Création de l'entreprise : acte essentiel de l'entrepreneuriat.....	21
Conclusion.....	32
Chapitre II: Les déterminants à la création de l'entreprises.....	33
Introduction.....	33
Section 01 : Les modèles d'entrepreneuriat..... ;...	34
Section 2 : Les motivations de l'entrepreneur à l'égard de l'entrepreneuriat.....	46
Conclusion.....	58
Chapitre 03 : Analyse des résultats de l'enquête.....	59
Introduction	59
Section 1 : Méthodologie de la recherche.....	60
Section 2 : Analyse des résultats de l'enquête.....	66
Conclusion	90
Conclusion générale	91

Introduction Générale

L'entrepreneuriat est un phénomène qui existe depuis longtemps mais il reste très difficile d'en donner une définition qui fera l'unanimité. Plusieurs auteurs ont pris part de définir ce concept. Parmi eux Thierry Verstraet a défini l'entrepreneuriat comme étant un phénomène combinant un individu et une organisation. Selon lui, ils se définissent mutuellement. Economiquement, l'entrepreneur joue un rôle principal dans l'évolution des entités. Et sur le point social contribue à l'amélioration de la situation des individus.

L'acte entrepreneurial est une démarche de création qui nécessite la prise de risque, afin que l'entrepreneur puisse satisfaire ses besoins. L'innovation peut être considérée comme un moyen pour acquérir un avantage compétitif, permettant à l'entreprise de réunir les moyens pour faire réussir le projet, en entrepreneuriat c'est un point essentiel.

Face aux défis de la mondialisation, les nouvelles entreprises produisent de la croissance économique, des emplois et de l'innovation.

Peu nombreux sont les auteurs à avoir étudié le phénomène de la dynamique entrepreneuriale et ses impacts sur le développement territorial. Pour Bouyakoub (1996), l'adoption des changements vers la fin des années 80, et la libéralisation économique ont impulsé l'émergence de nombreuses entreprises privées par rapport à celle qui existent déjà à l'époque de l'économie centralisée. Ces nouveaux entrepreneurs et leur dynamisme créateur constituent un élément indispensable au développement économique.

L'entrepreneuriat et les petites et moyennes entreprises sont aujourd'hui reconnus dans le monde entier comme source essentielle de dynamisme, d'innovation, et de flexibilité dans les pays industrialisés avancés.

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

L'Algérie a enclenché un processus de transition vers une économie de marché qui lui a imposé une politique de réformes structurelles, dont l'objectif est le rétablissement des équilibres macro-économique et la libéralisation de l'activité économique, ce qui a permis le développement de secteur touristique longtemps laissé à la marge de l'économie malgré ses potentialités dans la formation du produit intérieure brute PIB et plus particulièrement dans la création de l'emploi.

Introduction Générale

Dans ce contexte la création d'entreprise constitue un enjeu économique fondamental de la dynamique de développement. La création d'entreprise constitue le moteur du développement économique, de la création de l'emploi, de la lutte contre le chômage et de la stimulation de l'esprit d'entreprise, de la créativité et de l'innovation.

La capacité de création d'entreprise est pour chaque pays la résultante de nombreux facteurs liés aux opportunités et aux potentialités individuelles à l'environnement économique, aux interventions de l'état et aux aspects culturels de la création d'entreprise

❖ **Problématique de la recherche**

Le but de notre travail consiste à étudier les déterminants entrepreneuriaux, en portant une attention particulière sur les différents aspects entourant ce phénomène, pour mieux expliquer le développement entrepreneurial, pour ce faire, notre étude va porter sur une question centrale suivante :

« Quels sont les déterminants à la création des entreprises touristiques en Algérie ? »

Pour y répondre nous avons choisi de nous faire guider par les trois hypothèses suivantes :

Hypothèse 1 : L'entrepreneure touristique cherche à investir dans un secteur où il a les gens acquis de l'expérience

Hypothèse 2 : Le développement de la motivation entrepreneuriale à déterminer par les relations personnelles et familiale chez les entrepreneurs touristiques

❖ **L'objectif de la recherche**

Notre objectif dans le présent travail consiste précisément à expliquer et étudier la création des entreprises touristiques en essayant de comprendre les caractéristiques, les facteurs et les déterminants à la création des entreprises touristiques ainsi que les motivations et les différentes attitudes des entrepreneurs touristiques qui sont à l'origine de la création de leur entreprise.

❖ **Méthodologie de la recherche**

Pour mener notre travail nous adopterons une démarche méthodologique axée, d'une part sur une recherche bibliographique et d'autre part sur une enquête de terrain. Afin de collecter les informations nécessaires pour notre étude, nous avons distribué des questionnaires pour les entrepreneurs touristiques.

Introduction Générale

Afin d'affirmer ou infirmer nos hypothèses, nous nous sommes engagés dans une étude qui tourne autour des entrepreneurs de privées. Notre étude est réalisée à l'aide d'une enquête par un questionnaire administré auprès d'un échantillon représentatif.

❖ **Le plan de la recherche**

Le premier chapitre sera consacré à présenter le phénomène d'entrepreneuriat. Ce chapitre sera divisé en deux sections ; la première c'est traite le phénomène de l'entrepreneuriat, et aussi l'entrepreneur ces caractéristiques, les différentes typologies d'entrepreneurs qui existent. La deuxième présentera la création de l'entreprise, acte essentiel de l'entrepreneuriat

Dans le deuxième chapitre nous allons aborder les déterminants de la création de l'entreprise: dans la première section les facteurs motivationnels de l'entrepreneuriat. La deuxième section sera consacrée pour les facteurs de motivation des entrepreneurs.

Le Troisième chapitre s'articule autour de l'enquête, que nous mènerons auprès d'un échantillon des entreprises touristiques dans la wilaya de tizi ouzou, les éléments essentiels de ce chapitre concerneront la présentation de la méthodologie à suivre dans l'accomplissement de l'enquête et l'analyse des principaux résultats obtenus de cette enquête.

Chapitre I : généralité sur l'entrepreneuriat

Introduction

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.

En effet, l'entrepreneuriat est considéré comme un déterminant majeur des performances économiques, notamment des progrès innovants, et son importance dans le dynamisme économique n'est plus à démontrer. De même, les pouvoirs publics admettent qu'il constitue un instrument efficace pour créer des emplois, augmenter la productivité et la compétitivité, mais aussi lutter contre la pauvreté.

Nous consacrerons ce chapitre à présenter quelques théories principales de la notion de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur. Dans la deuxième section sera consacré sur la création de l'entreprise comme étant acte essentiel de l'entrepreneuriat.

Chapitre I : généralité sur l'entrepreneuriat

Section 1 : cadre conceptuel et théorique sur l'entrepreneuriat

Le phénomène entrepreneurial est un phénomène assez complexe, car il recouvre plusieurs situations. L'objectif de cette section est de traiter le cadre conceptuel de l'entrepreneuriat, dans lequel nous allons comprendre le phénomène de l'entrepreneuriat et l'entrepreneur

1. Aperçu théorique sur l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat a connu plusieurs significations dans le temps, plusieurs auteurs l'ont défini différemment. Dans le dictionnaire des Sciences de Gestion : « L'entrepreneuriat désigne l'état de celui ou de ceux qui sont entrepreneurs ».

1.1 Définition de l'entrepreneuriat

Une des définitions les plus courantes de l'entrepreneuriat consiste à l'associer, parfois Selon Julien et Marchesnay, le mot entrepreneuriat a été choisi au Québec par le conseil de la langue française, au détriment du terme anglais « entrepreneurship ». Ce mot désigne « L'état (la qualité) de celui ou de ceux qui sont entrepreneurs. Cet état résulte de plusieurs facteurs plus ou moins complémentaire, l'esprit d'entreprise, la création de l'entreprise et l'action d'entreprendre ou de conduire une entreprise en étant entrepreneur.» De façon Selon T. Verstraet « l'entrepreneuriat est un phénomène combinant un individu et une organisation. L'un se définit par rapport à l'autre et vice versa. Ainsi, le terme entrepreneuriat décrit une relation symbiotique entre un entrepreneur et une organisation »¹.

Ainsi l'entrepreneur : agit, structure et engage son environnement à des fins socioéconomiques. Son action induit du changement et conduit à une modification partielle d'un ordre existant

Robert Hisrich, pour sa part, a préféré le terme d'entrepreneurance à celui d'entrepreneuriat : « l'entrepreneurance 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»

¹ Verstraet. T, « histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat », management et société, 2000, p293.

Chapitre I : généralité sur l'entrepreneuriat

Pour Schumpeter, « l'entrepreneuriat consiste à prendre des risques, l'entrepreneur est une personne qui est prête à mettre en jeu sa carrière, mettre son temps et son capital dans une situation risquée »².

Fillion³ et Fayolle de leurs coté définissent l'entrepreneuriat comme un « processus par lequel des personnes prennent conscience que le fait de posséder leur propre entreprise qu'elles pourraient créer, prennent connaissance de la marche à suivre pour devenir un entrepreneur et se lancent dans la création et le démarrage d'une entreprise ». Ce processus s'articule autour de quatre axes : l'individu, l'entreprise, l'environnement et son processus.

Pour l'OCDE-Eurostat, l'entrepreneuriat a une importance économique importante, définissant ce dernier comme suit « *l'entreprenariat est une action humaine consistant à entreprendre pour générer de la valeur en créant ou en développant des activités économique grâce à l'identification et a l'exploitation de nouveaux produits, processus ou marchés* ».⁴

L'entrepreneuriat est une variable importante dans la société, et bénéficie d'un intérêt tout particulier de la part des économistes, des sociologues. Schumpeter (1935), Fayolle et Fillion, Robert Hisrich, s'accorde à affirmer que cet intérêt pour l'entrepreneuriat est sans conteste, dû à la place de la création d'entreprises dans le développement économique et social, l'augmentation de la production et du revenu, la résorption du chômage, la diversification de l'industrie, la promotion de l'innovation, etc.

1-2 Les écoles entrepreneuriale

Plusieurs écoles de pensées issues de différents courants de recherches se sont intéressées au domaine de l'entrepreneuriat. Dans ce qui suit, nous retraçons les six écoles de pensées issues des travaux de Cunningham et Lischernon

1-2-1 L'école du « surhomme »:

Pour l'école du surhomme, l'entrepreneur peut, grâce à ses facultés particulières et son sixième sens, réaliser des actions particulières innovantes et créatrices de richesses. L'image de l'individu entrepreneur est généralement celle d'un homme puissant qui a beaucoup de succès et qui est riche. Dans cette école, l'entrepreneur est vu comme « l'élite des affaires »

² Cite par Louis Jacques FILLION « *le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances* », cahier de recherche Janvier 1997.

³ Fayolle(A), Filion (L.J) : *Devenir entrepreneur, des enjeux aux outils*, Paris, village Mondial, p 17.

⁴ OCDE, 2012, « Panorama de l'entrepreneuriat », p9.

Chapitre I : généralité sur l'entrepreneuriat

qui a des capacités ou habiletés intuitives pour reconnaître une opportunité d'affaire et prendre les bonnes décisions Selon Fayolle « De fréquentes biographies d'entrepreneurs soulignent la capacité instinctives de ces hommes hors du commun à reconnaître des opportunités inaccessibles à la majorité d'entre nous et à prendre les bonnes décisions ». ⁵

1-2-2 L'école classique :

L'école classique attribue deux fonctions principales à l'entrepreneur à savoir : l'innovation et l'identification des opportunités d'affaires. Elle note que la fonction essentielle de l'entrepreneur est l'innovation et l'introduction de nouvelles combinaisons des moyens de production.

Selon cette école, l'entrepreneur est considéré comme quelqu'un de créatif et innovateur. De ce fait, contrairement à ce que les précédentes écoles ont avancé, c'est l'individu lui-même qui crée ses opportunités grâce aux fruits de ses recherches⁶.

1-2-3 L'école des caractéristiques psychologiques :

L'école des caractéristiques psychologiques particulières se concentre sur les facteurs personnels, ainsi que les valeurs et les attitudes uniques des entrepreneurs. Les auteurs Cunningham et Lischerons ont décrits trois caractéristiques principales :

- Les valeurs personnelles telles que l'honnêteté, le devoir et la responsabilité.
- La propension à prendre des risques.
- La nécessité de réalisation⁷

L'école des caractéristiques psychologiques particulières estime que les valeurs individuelles et personnelles sont les pionnières de la réussite d'un entrepreneur. D'après Cunningham et Lischeron, ces valeurs sont apprises très tôt dans la vie et sont établies avant l'âge adulte. De ce fait, cette école exclue l'apprentissage du métier, car elle estime que ces caractéristiques sont difficiles à inculquer dans les écoles et les universités.

⁵ Fayolle A, « Processus entrepreneurial et recherche en entrepreneuriat : les apports d'une approche perceptuelle et empirique du domaine » AIREPME, CIFPME, 5^{ème} congrès international francophone sur la PME, 25, 26 et 27 octobre 2000, Lille p : 9

⁶ Mouloungui A M, « Processus de transformation des intentions en actions entrepreneuriales », Université Charles de Gaulle, Lille III, 2012, p : 10.

⁷ Cunningham J B, Lischeron J, « Defining entrepreneurship », , Journal of Small Business Management, Vol 29, N° 1, Janvier 1991.p34

Chapitre I : généralité sur l'entrepreneuriat

1-2-4 L'école du management :

L'école de management présente l'entrepreneur comme des organisateurs de processus de création de richesses économiques. Dans ce contexte, Bruyat dit que l'entrepreneur est un individu qui perçoit des opportunités et qui crée une organisation pour l'exploiter⁸.

Par ailleurs, cette école met l'accent sur la différence entre l'entrepreneur et l'administrateur. En effet, l'entrepreneur est présenté comme un agent économique à la poursuite des opportunités d'affaires et qui a pour objectif de les réaliser. Par conséquent, le comportement de l'entrepreneur s'oppose à celui d'un simple administrateur⁹.

1-2-5 L'école du leader :

Selon cette école, l'entrepreneur est un leader, il guide et anime des équipes et les conduit pour atteindre les objectifs assignés. L'entrepreneur est plus qu'un manager, c'est un leader capable de définir une vision de ce qui est possible et d'attirer les gens à se rallier autour de cette vision et la transformer en réalité. De plus, il a une capacité à adapter son style aux besoins des personnes, et fait preuve d'efficacité dans le développement et l'encadrement des personnes. Dans l'école du leader, les entrepreneurs ont comme mission la motivation, la direction et la gestion du groupe.

1-2-6 L'école de l'intrapreneur :

L'entrepreneuriat est défini comme le développement des comportements entrepreneuriaux au sein des organisations, qui peuvent être d'ordre individuel ou collectifs dans un objectif de saisir une opportunité d'affaire, innover, développer ou diversifier leurs activités. utilisées avec profit dans les organisations existantes.

Fayolle, souligne que l'intrapreneuriat, 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 être¹⁰

⁸ Bruyat C, « Contributions épistémologiques au domaine de l'entrepreneuriat », Revue française de gestion n°101, 1994, p : 90.

⁹ Berreziga A, « L'entrepreneuriat en Algérie : Réalités et Perspectives », Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Ecole Supérieure de Commerce, Alger, 2013, p : 10

¹⁰ Fayolle A, « L'enseignement de l'entrepreneuriat dans les universités françaises : analyse de l'existant et propositions pour en faciliter le développement » p : 15.

Chapitre I : généralité sur l'entrepreneuriat

Tableau n°1 : Sommaire des écoles entrepreneuriales

Modèle entrepreneuriale	Finalité	Présuppositions	Comportements et habiletés	Contexte d'application
Ecole du surhomme	L'entrepreneur est intuitif, il a un sixième sens inné.	Sans cette intuition innée, l'entrepreneur serait comme les autres.	Intuition, vigueur, énergie, persistance et estime de soi.	Démarrage
Ecole des traits psychologiques	Les entrepreneurs sont des valeurs, des attitudes et des besoins qui les motivent.	Les gens agissent en accord avec leurs valeurs : le comportement résulte de la volonté de combler ses besoins.	Valeurs personnelles, prise de risque, besoin d'accomplissement.	Démarrage
Ecole classique	La principale caractéristique du comportement entrepreneurial est l'innovation	Le cœur de l'entrepreneuriat réside dans le fait d'agir et non seulement celui de posséder.	Innovation, créativité et découverte.	Démarrage et croissance.
Ecole de management	Les entrepreneurs sont les gestionnaires, ils organisent, possèdent, gèrent et prennent des risques.	Les entrepreneurs peuvent être formés avec les techniques de gestion.	Production, planification, organisation de personnel, budget.	Croissance et maturité
Ecole de leader	Les entrepreneurs sont des leaders, ils ont la capacité d'adapter leur style aux besoins des gens.	Un entrepreneur ne peut accomplir ses objectifs seul, il dépend des autres.	Motiver, diriger et leader	Croissance et maturité
Ecole de l'intrapreneuriat	Les habiletés entrepreneuriales peuvent être utiles dans une organisation	Les organisations ont besoin de s'adapter pour survivre, les activités entrepreneuriales mènent à la création organisationnelle	Vigilance aux opportunités.	Maturité et changement

Chapitre I : généralité sur l'entrepreneuriat

Source : Tremblay M, « identification collective d'opportunités entrepreneuriales : une étude exploratoire », thèse de doctorat, Université du Québec à Trois-Rivières, Québec, Novembre 2010, p : 16.

1-3 Les formes de l'entrepreneuriat :

Dans ce point, nous aborderons les principales formes de l'entrepreneuriat. La démarche entrepreneuriale au sens large prend plusieurs aspects : la création d'entreprise, la franchise, l'essaimage et reprise d'entreprise.

1-3-1 Création par essaimage:

Il s'agit d'une création d'entreprise par un salarié avec l'aide de l'employeur (entreprise essaimant et essaimé). Les grandes entreprises présentent des dispositifs afin d'inciter leurs salariés à la création d'entreprise industrielle, avec des accompagnements soit matériels, intellectuel, commercial et financier, qui, deviennent par la suite un atout pour réduire le niveau de risque de l'entrepreneur.

« Il est donc plus facile de créer une entreprise quand on est salarié ».

Créer une entreprise par essaimage, présente des avantages ; pour l'entreprise essaimant, comme pour l'essaimé.

1-3-2 Création par franchise :

La franchise est l'exploitation payante de l'entreprise et des idées du franchiseur. Elle implique deux acteurs :

- Le franchiseur, inventeur et propriétaire d'un produit ou d'un service.
- Le franchisé qui exploite le concept et le nom d'enseigne du franchiseur.

Elle met en relation un franchiseur, entreprise qui souhaite se développer en utilisant cette méthode, et un franchisé, individu qui veut créer une entreprise en appliquant une formule, autour d'un concept, qui a déjà été utilisé ailleurs. La création par franchise bénéficie d'un accompagnement important mais payant de la part du franchiseur. Cette forme peut aider celui qui n'a pas d'idée propre ou qui n'a pas une capacité à innover de réaliser son objectif de création d'entreprise.

1-3-3 L'intrapreneuriat :

C'est la création d'une nouvelle activité, par un employé dans son entreprise mère. L'intrapreneuriat, c'est l'action d'agir comme un entrepreneur en travaillant au sein d'une organisation dans laquelle vous êtes employé.

Il consiste à la création ou au développement de nouveaux projets ou de nouvelles activités par un salarié au sein d'une entreprise mère. Ainsi, l'intrapreneuriat est un processus qui permet à un employé d'adopter des comportements et des pratiques entrepreneuriaux au sein de son entreprise, afin de développer de nouveaux produits, services, technologies, activités, etc. Les risques personnels sont très limités et les conditions proposées sont celles d'un cadre ou d'un dirigeant. Le mot intrapreneuriat est cité pour la première fois par Gifford Pinchot en 1985 et le définit comme suit, « *l'intrapreneuriat revient à entreprendre dans une structure existante en développant des pratiques et comportements entrepreneuriaux à l'intérieur de n'importe quel entreprise* »¹¹

1-3-4 La reprise de l'entreprise :

C'est reprendre par un individu (*entrepreneur*) pour son propre compte ou pour une entreprise existante une activité dont l'organisation existe déjà. Dans ce sens l'incertitude est généralement moindre et les niveaux de risque sont beaucoup plus faibles.

L'acte de reprendre impulsé par l'entrepreneur peut concerner une entreprise ou une activité en difficulté, sinon sur une entreprise qui est en bonne santé.

1-3-5 La création ex-nihilo :

C'est une expression latine signifiant « *à partir de rien* ». Elle est la forme la plus pure d'entrepreneuriat. Un individu, seul ou avec quelques associés, crée une entreprise indépendante ne reposant sur aucune structure préexistante. Ce type de création repose sur une idée innovante ou l'entrepreneur sera chargé de convaincre les utilisateurs et les acteurs de ce nouveau produit.

1-3-6 La création d'activité nouvelle :

Ce cas est assez proche du précédent. Tout se passe dans une organisation existante avec les avantages et les inconvénients liés à ce positionnement. Très fréquemment, ce type

¹¹ Gifford Pinchot, « *Why you don't have to leave the corporation to become an entrepreneur* », 1985, p53

Chapitre I : généralité sur l'entrepreneuriat

de situation fait davantage appel à des qualités et des compétences utiles pour innover. Les entrepreneurs potentiels créatifs et dotés d'une capacité réelle de management de projets d'innovation peuvent être concernés par la création d'activité nouvelle, qu'ils aient initiée ou non le processus¹².

1-3-6 La création de filiale :

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

1- 4 L'importances socio-économiques de l'entrepreneuriat :

L'entrepreneuriat a une importance socio-économique non négligeable et touche divers domaines, on en cite :

- **Entrepreneuriat créateur d'emplois** : L'entrepreneuriat est considéré comme créateur et sauvegarde de richesse pour une commune, région, pays. Il est l'un des moyens les plus efficaces pour la résorption du chômage.
- **Entrepreneuriat et innovation** : L'entrepreneuriat est le moteur de l'innovation, les entrepreneurs identifient les opportunités que les autres acteurs ne voient pas et en saisissent ses opportunités, ils développeront des technologies et concepts qui vont donner naissance à des activités économiques nouvelles.
- **Entrepreneuriat et croissance économique** : Il y'a un rapport favorables entre la croissance économique et l'entrepreneuriat qui sont fondés sur l'action innovatrice de ce dernier, l'entrepreneuriat qui est le moteur de l'innovation aide a créé une dynamique économique grâce à la concurrence que pourront apporter les nouveaux entrepreneurs, une étude de GEM : Global Entrepreneur ship Monitor (2013)¹³ a proposé un modèle comparant entre différents pays sur diverses dimensions sociales et culturelles. Cette étude a montré que dans les pays à activité entrepreneuriale élevée, la proportion du PIB qui provient des projets entrepreneuriaux progresse chaque année.

¹² Fayolle. A, « entrepreneuriat apprendre à entreprendre » ,5éme édition DUNOD, paris, 2004, p64-65.

¹³ Global Entrepreneurship Monitor, 2013 Global Report. José Ernesto Amoros et Niels Bosma.
www.Gemconsortium.org,

Chapitre I : généralité sur l'entrepreneuriat

1-5 L'impact de l'acte entrepreneurial :

L'entrepreneuriat contribue énormément au développement économique avec son impact en matière d'emploi, d'innovation, de croissance et d'utilité personnelle.

« La contribution de l'entrepreneuriat au développement économique est important tant par son impact direct que les effets de débordement qu'il génère sur la dynamique de croissance »

La valeur de l'entrepreneuriat se présente alors comme suit :

- **L'emploi** : Externalité positive en matière de création d'emploi, elle conduit à l'augmentation considérable d'emplois.

Plus grande satisfaction au travail du personnel occupé.

- **La croissance** : En ce qui concerne le développement économique, elle rapporte une diversification de l'industrie par l'établissement de pôle de croissance³⁵
- **Innovation** : C'est une source importante de l'innovation, par l'harmonisation du développement technologique aux besoins du marché.

Accorder plus d'importance pour la recherche et développement.

Plus grande qualité des innovations. L'élévation du niveau de commercialisation des innovations particulièrement pour les Startup

- **Utilité personnelle** :

Atteindre un niveau plus élevé du revenu.

2- Aperçu théorique sur L'entrepreneur :

C'est un point étudié par plusieurs économistes, nous allons essayer de voir quelque définition et les théories donnés par certains chercheurs

L'entrepreneur est un innovateur qui sait discerner les occasions d'affaire dans l'économie, en développant un nouveau produit, en le produisant ou en le mettant en marché de façon nouvelle, en organisant les ressources de façon différente bref en étant à l'affût d'opportunité ou de nouveauté, de manière à mieux répondre au marché.

D'une autre part du point de vue économique, les chercheurs en entrepreneuriat notent que la notion d'entrepreneur remonte à **R.Cantillon** (1697-1755) pour cet auteur, l'entrepreneur est un preneur de risque. **J.B.Say** (1803) est le deuxième économiste à s'être

Chapitre I : généralité sur l'entrepreneuriat

préoccupé de l'entrepreneur, il place l'entrepreneur comme **l'entrepreneur est un coordinateur**, il définit l'entrepreneur comme celui qui réunit et combine des moyens de production. Il le présente comme un coordinateur : « L'entrepreneur met à profit les facultés les plus élevées et les plus humbles de l'humanité. Il reçoit les directions du savant et les transmet à l'ouvrier »¹⁴.

-**Schumpeter** (1911) selon cet auteur, l'entrepreneur est une personne qui veut et qui est capable de transformer une idée ou une invention en une innovation réussie.

On illustre d'autre définition d'autre auteur comme suite :

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

-**Ghartner** (1988) l'entrepreneur se définit par l'ensemble des activités qu'il met en place pour créer une organisation.

La définition que propose **Filion** convient davantage du sujet de ce mémoire. Elle est précise et fait preuve d'une meilleure exactitude. Elle définit l'entrepreneur comme :

*« (...) mie personne imaginative caractérisée par sa capacité de rassembler des objectifs et de les partager. Cette personne maintient un haut niveau de vigilance à détecter. Il apprend de ses opportunités et les décisions à faible risque délimitent ses innovations et cette personne conservera un rôle entrepreneurial. »*¹⁵

- **-Shaver et Scott** : l'entrepreneur se définit par un certain nombre d'attributs psychologiques que l'on décrit autant par la personnalité, qui parle processus cognitifs activés pour la circonstance.

-**Bygrave et Hofer** (1991) : l'entrepreneur est celui qui développe des opportunités et crée une organisation pour les exploiter.

-**P.A.Julien et M.Marchesnay** (1996) ; l'entrepreneur, c'est l'essence ou le cœur même de l'entrepreneuriat. Celui qui innove en fonction des opportunités qui se présente, mais aussi qui organise les ressources pour produire et commercialiser, tout en recherchant son intérêt.

¹⁴Sophie Boutillier Et Dimitri Uzunidis 1999 : La légende de l'entrepreneur, coll. Alternatives Economiques, éd. Syros, 1999, p48.

¹⁵ FRANCIS brouillard « facteurs de motivation à démarrer une entreprise en abitibi-TÉMISCAMINGUE » UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À CHICOUTTMI, 2005, p19. .

Chapitre I : généralité sur l'entrepreneuriat

2-1 Les caractéristiques de l'entrepreneur :

2-1-1 Les traits de caractères :

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 :

-L'indépendance : les entrepreneurs ont un sens d'autonomie particulièrement poussée.

-Une forte confiance en eux : Ils sont optimistes, il cherche à exercer un certain contrôle sur eux-mêmes, 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.

-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.

-L'amour du risque : qui sera acquis en ayant la volonté qu'il faut, la confiance en soi et puis par la suite, bien sûr une fois qu'on a confiance en son projet.

-La prise de l'initiative : viendra automatiquement 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 est assez convaincant pour prendre la décision de devenir entrepreneur.

Cependant, les caractéristiques suscitées ne sont pas propres aux entrepreneurs car elles existent un peu partout dans la société. En outre, l'entrepreneur est caractérisé par la vision stratégique, les relations humaines, la capacité à motiver autrui, l'intégrité, la sincérité. La pleine disponibilité d'aller jusqu'au bout dans ce processus quel que soit le temps de l'effort que ceci pourra demander.

2-1-2 L'opportunisme :

L'entrepreneur est un innovateur qui sait discerner les occasions d'affaire dans l'économie, en développant un nouveau produit, en le produisant ou en le mettant sur le marché de façon nouvelle, en organisant les ressources de façon différente. En étant à l'affût d'opportunités ou de nouveautés, de manière à mieux répondre au marché. « Entreprendre

Chapitre I : généralité sur l'entrepreneuriat

c'est conquérir une place sur le marché »¹⁶ c'est ainsi s'insérer entre d'autres firmes pour remporter une affaire et la poursuivre, et de faire face à la concurrence.

2-1-3 L'entrepreneur est un organisateur

L'entrepreneur représente l'être perspicace qui sait judicieusement organiser les ressources absolument limitées. Autrement dit, c'est celui qui sait désigner les facteurs de productions, et les ressources utiles, se les procurer, les assembler et mettre en œuvre avec profit. Il coordonne les ressources rares d'une façon dynamique et recherche en permanence l'amélioration du processus de production. Ce type d'entrepreneur correspond à la définition de Say. Il ne suffit pas d'être un innovateur pour être entrepreneur mais il faut être un organisateur pour développer et commercialiser l'innovation.

2-1-3 Un preneur de risques :

L'entrepreneur n'est jamais sûr de la réussite de son entreprise, Les risques sont de différentes natures, le premier risque est financier : la création nécessite des moyens financiers très importants, et en cas d'échec, l'entrepreneur devra rembourser ses dettes pendant des années ; le second est professionnel : quitter un emploi pour créer, c'est renoncer à certaines certitudes vers l'inconnu ; le troisième est d'ordre familial : créer une entreprise c'est consacrer plus de temps à son travail et moins à sa famille ; le dernier est d'ordre psychique : souvent l'engagement personnel du créateur vis-à-vis de son entreprise est tel qu'il s'y identifie totalement.

2-1-4 La motivation :

Parmi les motivations de l'entrepreneur : le défi, le succès, la fortune. Mais il existe d'autres objectifs et motivations tel l'ambition, la nécessité d'avoir un emploi assuré et un revenu modeste, ou de l'emploi pour sa famille, etc. Ces motivations sont souvent implicites, complexes et complémentaires, la stratégie de l'entreprise sera fortement influencée par les intérêts personnels et familiaux de l'entrepreneur.

Au premier regard et en suivant ce qui est exposé précédemment, l'entrepreneuriat trouve son origine de l'action d'entreprendre que l'individu déploie. On remarque à travers les différentes définitions exposées que cet individu est un acteur majeur de l'entrepreneuriat. Ce fait est à l'origine de beaucoup d'études qui ont porté sur les traits psychologiques de l'entrepreneur. Pour certains chercheurs, il existerait des traits discriminants qui

¹⁶.Julien P.A et Marchesnay.M, « Entrepreneuriat ».Ed. Economica, 1996. P52.

Chapitre I : généralité sur l'entrepreneuriat

différencient l'entrepreneur des autres. Ces traits sont à l'origine du processus qui l'a amené à prendre le chemin de l'entrepreneuriat.

2-2 Typologie d'entrepreneur

Les typologies de l'entrepreneur selon les auteurs les plus connus qui ont écrit et mené des recherches dans le domaine de l'entrepreneuriat.

2-2-1 La typologie selon Smith :

Dans son ouvrage « The entrepreneur and his firm »¹⁷ paru en 1967, Smith fait la distinction entre deux types d'entrepreneur : l'entrepreneur artisan et l'entrepreneur opportuniste.

Selon cet auteur, l'entrepreneur artisan est une personne qualifiée dans un domaine spécifique, il a un manque de flexibilité et de souplesse, aussi sa vision est nulle sur l'avenir. Il exploite uniquement ses compétences techniques. De ce fait, son innovation est inexistante et son travail est simple, routinier et basique. L'entreprise dirigée par un entrepreneur artisan est rigide, le secteur d'activité est restreint de même que la clientèle.

D'autres parts, l'entrepreneur opportuniste, ou l'entrepreneur d'affaires, a plus d'expérience professionnelle. Il est ouvert au monde des affaires et saisit les opportunités qui s'offrent à lui sur le marché. L'entrepreneur est une personne à la recherche des occasions d'affaires.

2-2-2 La typologie selon Laufer :

Entre 1950 et 1970, Laufer a réalisé une étude qui a pour objectif d'étudier les facteurs personnels et socio-professionnels qui interviennent dans l'intention d'entreprendre. De ce fait, elle a établi un questionnaire auprès d'un échantillon de soixante cas d'entreprises créées.

L'étude de Laufer a mis en relief les motivations des entrepreneurs, leurs rapports avec les parents, l'origine sociale, les études et les carrières avant la création et les motivations liées à la situation professionnelle. A partir de ces éléments, elle a établi une typologie de quatre entrepreneurs.

a. L'entrepreneur Manager ou l'Innovateur : Ce type d'entrepreneur a fait la grande école et connaît une carrière réussie dans le monde des entreprises. Sa principale motivation

¹⁷Fayolle A, « Le métier de créateur d'entreprise », Editions d'Organisations, France, 2003, P 53.

Chapitre I : généralité sur l'entrepreneuriat

est le besoin de création et de réalisation. Son but principal est inspiré par la croissance et surtout l'innovation.

b. L'entrepreneur propriétaire orienté vers la croissance : Cet entrepreneur cherche à équilibrer entre l'objectif de croissance et l'objectif d'autonomie financière.

c. L'entrepreneur orienté vers l'efficacité : Ce type d'entrepreneur refuse la croissance de peur de perdre le contrôle de son entreprise, mais il cherche l'efficacité. Cet entrepreneur aime l'indépendance, le pouvoir et l'autorité.

d. L'entrepreneur artisan : Cet entrepreneur est plus motivé par le besoin d'indépendance que par la réussite économique. Son objectif principal est la survie de son entreprise.

2-2-3 Typologie Julien et Marchesnay :

Julien et Marchesnay (1988) ont proposé deux types d'entrepreneurs à partir d'une logique :

-La pérennité de son entreprise : C'est -à-dire le souci de durée, notamment l'entreprise.

Dans l'espoir de transmettre à un repreneur ou un membre de la famille ou de l'entreprise.

-L'indépendance : Chaque entrepreneur souhaite être indépendant en termes de propriété de capital ou autonome en termes de prise de décision, ce sont les deux formes distinctes de la volonté d'indépendance

-La croissance : C'est la volonté de puissance et le désir de pouvoir.

A ce titre, les deux types d'entrepreneur conclu par Julien et Marchesnay sont les suivantes:

a. Logique d'action entrepreneuriale PIC : Cette abréviation décrit une logique d'action qui commence par la volonté de la pérennité (P), puis l'indépendance (I), et enfin la croissance (C). D'après les deux auteurs « Ce type de comportement est répandu dans les affaires familiales, et lorsque l'entrepreneur voit sa famille grandir »

b. Logique d'action entrepreneuriale CAP : dans ce type d'entrepreneur, l'ordre des motivations commence par la croissance (C), puis l'autonomie (A), et enfin la pérennité (P).

L'entrepreneur a une grande motivation et une complète détermination, car son activité demande un acharnement au travail, beaucoup de sacrifices, de dévouement et de

Chapitre I : généralité sur l'entrepreneuriat

persévérance. C'est un métier où le risque de faillite est très présent, d'ailleurs la plus grande majorité d'entrepreneurs échouent dans leurs premiers projets.

2-2-4 La typologie selon Schumpeter :

Schumpeter identifie quatre types d'entrepreneurs. Le premier est le fabricant, qui est un entrepreneur simple mais capitaliste. C'est un détenteur de capital qui effectue plusieurs opérations au même temps. Le deuxième est le capitaine d'industrie. Il a pour objectif d'acquérir le capital et la possession totale de son entreprise.

Schumpeter (1935) repère quatre types historiques d'entrepreneurs :

- **Le fabricant commerçant** présente le plus souvent un projet capitaliste. Les fonctions exercées par ce type d'entrepreneurs sont multiples, et ce dernier transmet sa position essentiellement de façon héréditaire.
- **Le capitaine d'industrie** agit soit par influence personnelle, soit dans le but d'acquérir la propriété ou le contrôle de la majorité des actions.
- **Le directeur salarié** possédant un statut particulier, peut être intéressé ou non aux résultats de l'entreprise.
- **Le fondateur** s'implique très fortement au tout début de la vie de l'entreprise. Il lance l'affaire, puis, assez rapidement, se retire.

Dans l'analyse de Schumpeter les types d'entrepreneurs sont déterminés plutôt par les fonctions qu'il met en œuvre et les positions dans lesquelles il se trouve. Contrairement aux autres typologies que nous avons présentées. Les buts et les motivations de l'entrepreneur ne sont pas pris en compte¹⁸ »

2- 3 Les objectifs de l'entrepreneur :

Pour chaque entrepreneur voulant la réussite, la survie et la meilleure réalisation de la vision stratégique permettant le développement de son entreprise « l'objectif » contient la notion du temps c'est-à-dire court, moyen et long terme.

Les objectifs sont multiples et différent selon la vision stratégique de l'entrepreneur. Les principaux objectifs de l'entrepreneur sont :

¹⁸Fayolle A, op.cit., p59.

Chapitre I : généralité sur l'entrepreneuriat

2-3-1 La satisfaction des clients et la qualité :

Dans toutes les entreprises l'entrepreneur met en œuvre tous les moyens nécessaires afin d'améliorer le produit offert, pour la satisfaction de la clientèle.

« L'amélioration qualitative du produit et du service à la clientèle est présentée comme une priorité de la politique commerciale ». Pour améliorer l'image de l'entreprise, il est primordial de passer par une démarche d'amélioration de la qualité, c'est-à-dire qualité du produit, qualité de la gestion, des conditions de travail.

2-3-2 L'indépendance financière :

L'indépendance économique et financière est un objectif fondamental. La volonté d'indépendance estime la recherche d'une certaine sécurité financière pour éviter une dépendance vis-à-vis des personnes extérieures de l'organisation.

Pour assurer une certaine indépendance financière, le comportement des entrepreneurs doit être penché vers l'autofinancement pour éviter toute forme d'endettement à long terme, surtout dans le cas des entreprises familiales, où les entrepreneurs montrent une grande méfiance aux personnes tierces qui pourraient menacer leur indépendance financière et leur pouvoir de gestion.

2-3-3 La croissance du chiffre d'affaire, et la croissance des bénéfices :

La croissance de toute entreprise est liée directement à l'accroissement du chiffre d'affaire et du bénéfice. C'est un but tracé et classé principal pour chaque entrepreneur d'assurer une rentabilité financière suffisante pour couvrir les charges de l'entreprise.

La plupart des entrepreneurs la croissance est égale à la croissance interne de l'entreprise, qui veut dire l'élévation des réinvestissements des ressources existantes dans l'entreprise. D'autres entrepreneurs, préfèrent une croissance externe c'est-à-dire l'acquisition d'actifs d'autres sociétés par des prises de participation. Ce type est considéré comme un moyen d'obtenir de l'expérience plus rapidement.

Chapitre I : généralité sur l'entrepreneuriat

Section 2 : Création de l'entreprise : acte essentiel de l'entrepreneuriat

La création d'entreprise est l'activité qui consiste à rassembler divers facteurs de production, produisant pour la vente de biens ou services et distribuant des revenus en contrepartie de l'utilisation des facteurs.

La création d'entreprise constitue un enjeu économique fondamental de la dynamique de développement. La création d'entreprise constitue le moteur du développement économique, de la création de l'emploi, de la lutte contre le chômage et de la stimulation de l'esprit d'entreprise, de la créativité et de l'innovation.

1- Les Étapes de la création d'entreprise :

Pour créer une entreprise il est nécessaire de faire aboutir différentes étapes :¹⁹

- Trouver une idée à partir des atouts, des intérêts, des goûts et des motivations ainsi que les grandes tendances. Il n'est pas forcément obligatoire de trouver une idée innovante pour réussir un projet de création d'entreprise : une grande majorité des créations d'entreprises qui réussissent n'est que la copie de business existants.
- Évaluer l'idée de création d'entreprise grâce à un outil d'évaluation de projet. Cette étape est indispensable, elle permet d'évaluer le potentiel du projet mais aussi de la capacité à le mener à bien.
- Réaliser une étude de marché.
- Réaliser un plan d'affaires ou business plan soit le point complet sur la stratégie suivie, assorti d'une prévision technique et financière, fort utile notamment pour trouver des financements
- Choisir un statut juridique adapté.
- Réaliser les formalités nécessaires auprès de l'administration.
- Apprendre à vendre, à faire de la qualité, à gérer.

2- Les déterminants de la création de l'entreprise :

Il Ya un ensemble des déterminants qui aide l'individu a créé son propre entreprise à savoir, les caractéristiques individuelles, l'influence du milieu, la situation sur le marché de l'emploi, l'importance au niveau de qualification et enfin les déterminants environnementaux²⁰

¹⁹ Alain, (F) : Op.cit., .p.117-122.

²⁰ HENRI, (C) : « entrepreneuriat et création d'entreprise », 1er édition de Boeck université, Bruxelles, p48-64.

Chapitre I : généralité sur l'entrepreneuriat

2-1 Caractéristique individuelles:

Des nombreux travaux empiriques ont étudié dans quelle mesure le processus de création pouvait être lié à des caractéristiques individuelles spécifiques.

Ces travaux s'appuient sur l'hypothèse que certains individus ont une probabilité plus élevée de créer une entreprise en raison de leur profil spécifique comme leur capacité à entreprendre, leur désir d'Indépendance, l'environnement familial ou encore l'âge et le genre.

Schumpeter avance, notamment, que les caractéristiques individuelles des "créateur entrepreneurs déterminent pour une large part l'organisation interne de la firme, la définition de sa position commerciale et la stratégie par rapport aux concurrents. Même si le profil type du créateur d'entreprise est difficile à cerner, il existe néanmoins des variables ou facteur qui, liés aux qualités entrepreneuriales, pourraient aider à en circonscrire les principales caractéristiques. C'est notamment le cas de l'origine du créateur et du capital humain dont le niveau de diplôme, de formation et de spécialisation, l'expérience et les motivations du nouveau créateurs. De plus, la création dépend également du goût pour le risque de l'individu.

2-2 La situation sur le marché d'emploi :

L'impact de chômage sur la création d'entreprise est une question centrale dans la littérature empirique sur l'entrepreneuriat. Un individu sera-t-il poussé ou au contraire freiné par la situation sur le marché de travail.

Il y a de fait un débat entre les défenseurs de la théorie de « *l'effet push* » ou « *NECESSITY EFFECT* » qui prétendent, notamment, que le manque l'opportunité d'emploi constitue un catalyseur favorable à la formation de nouvelle entreprises en encourageant les chômeurs à monter leur propre affaire.

2-3 Importance du niveau de qualification :

Les travaux théoriques sur les déterminants à l'entrepreneuriat ont souligné le rôle potentiel de l'éducation sur la décision des individus à devenir créateurs.

Ils soulignent que l'éducation peut influencer le processus de décision à travers de plusieurs canaux. Ainsi, un niveau d'éducation plus élevés accroîtrait les capacités managériales d'un individu et par conséquent renforcerait la probabilité de devenir indépendant. Par contre un niveau d'éducation plus élevé offre également un accès plus facile

Chapitre I : généralité sur l'entrepreneuriat

à des fonctions associées à des salaires plus élevés, ce qui aurait comme effet de diminuer la probabilité de créer son entreprise.

2-4 Contrainte de financement et aides au créateur :

La contrainte de liquidité et ou la difficulté d'obtenir du capital a fait l'objet d'une attention particulière tant au niveau théorique l'existence de cette contrainte de liquidité a de nombreuses implications sur la décision d'un individu à créer ou non son entreprise

2-5 L'influence du milieu :

L'influence du milieu sur la création d'entreprise peut être décomposée en quatre facteurs principaux : la demande du marché et son accessibilité, les économies d'agglomération et de localisation, l'environnement et le contexte socio-économique ainsi que le marché du travail.

2-5-1 La demande de marché et son accessibilité

Les entreprises se localisent le plus près possible de la demande afin de minimiser les coûts de transport. La dotation en infrastructures de transport affecte significativement la localisation de l'activité économique.

Bien que la demande locale exerce un impact positif sur la naissance d'entreprises dans la plupart des secteurs, c'est surtout dans le secteur de service que la création d'entreprise est fortement influencée par la proximité du marché de base.

2-5-2 Les économies d'agglomération et de localisation

De manière générale, on distingue deux types d'externalités liées à la proximité : les économies de localisation et les économies d'urbanisation. Les économies de localisation sont liées au nombre d'entreprises, appartenant à un même secteur, regroupées dans une zone spécifique. Des externalités émergent au travers l'accès à une main d'œuvre spécifique, la disponibilité des biens et services intermédiaires et la production de la connaissance spécialisée.

Les économies d'urbanisation correspondent à des externalités de concentration liées au « *clustering* » c'est-à-dire au phénomène de regroupement des activités économiques différentes et proviennent des avantages liés au développement de l'urbanisation et à la proximité l'entreprise diversifiée offrant des services complémentaires des ressources intermédiaires et des transferts d'information entre secteurs. De manière générale, la diversité

Chapitre I : généralité sur l'entrepreneuriat

semble exercer une influence plus importante sur la localisation spatiale des nouvelles activités économiques que la spécialisation.

2-5-3 Le marché du travail :

La force de travail est un déterminant potentiel important de la localisation des entreprises, en particulier la disponibilité des travailleurs qualifiés et expérimentés. Le marché du travail peut également correspondre à un indicateur représentatif de l'existence d'un bassin d'entrepreneurs potentiels susceptibles de créer leur propre entreprise.

GORG et AL, dans une analyse du déterminant de la taille des entreprises créées en Irlande, constatent que les individus se lançant dans la création suite à un licenciement ou à une situation, plus au moins longue, de chômage, sont moins préparés à diriger une entreprise. Ils remarquent également que ce public se lance dans une activité qui lui est familière même si la concurrence y est forte. En d'autres termes, ils ne prennent pas en compte ou n'ont pas les moyens d'élaborer une stratégie claire.

2-6 Importance du niveau de qualification

Les travaux théoriques sur les déterminants à l'entrepreneuriat ont souligné le rôle potentiel de l'éducation sur la décision des individus à devenir créateurs.

Ils soulignent que l'éducation peut influencer le processus de décision à travers de plusieurs canaux. Ainsi, un niveau d'éducation plus élevé accroîtrait les capacités managériales d'un individu et par conséquent renforcerait la probabilité de devenir indépendant. Par contre un niveau d'éducation plus élevé offre également un accès plus facile à des fonctions associées à des salaires plus élevés, ce qui aurait comme effet de diminuer la probabilité de créer son entreprise.

2-7 Les déterminants environnementaux :

La propension à créer son entreprise est non seulement influencée par des facteurs personnels et les opportunités de marché mais également par l'environnement économique, social, culturel et institutionnel dans lequel s'inscrit le processus de création. De même la capacité de réussite des créateurs de l'entreprise dépend de l'environnement dans lequel ils envisagent de se développer. Notamment, Wagner a mis en évidence le rôle important joué par l'environnement industriel dans le taux d'activité entrepreneurial en Allemagne.

Chapitre I : généralité sur l'entrepreneuriat

De même pour, SHUTJENS et WEVER et TAMASY non seulement le taux de création mais également le succès des entreprises créées dépendent de l'environnement géographique et de la structure industrielle qui sont des facteurs externes à l'entreprise. L'existence d'un climat industriel favorable est source d'effet de débordement qui rend l'acquisition des ressources nécessaires aux nouvelles firmes plus aisées, que ce soit en termes de clientèle, de fournisseurs ou d'espace disponible. A partir de l'analyse de plusieurs cohortes de création de l'entreprise aux ETATS UNIS Boden et NUSSI constatent que les conditions sur le marché des biens au de travail influent sur la création d'entreprise et la viabilité des entreprises créées.

Les environnements socio-économiques, institutionnels et culturels constituent des facteurs importants expliquant les différences observées entre pays en matière de dynamique entrepreneurial. La croissance économique, la dimension du marché, la stabilité économique, l'environnement fiscal sont autant de facteurs qui peuvent jouer un rôle facilitateur ou de frein à l'activité entrepreneurial et qui conditionnent la capacité d'un pays ou d'une région à saisir les opportunités entrepreneuriales. Les études récentes ont mis en évidence que les différences entre pays de taux d'activité entrepreneurial expliquent notamment en fonction de niveau de développement économique. Il en est de même des composantes culturelles, des facteurs sociaux et du contexte institutionnel. A cet égard, le caractère post matérialiste des économies avancées, le système de protection sociale et les modalités de fonctionnement du marché de travail.

Les normes sociales, les interactions et les réseaux sociaux, le degré de satisfaction par rapport à la vie et la société, la fiscalité les contraintes administratives et réglementaires, apparaissent comme autant d'éléments influençant significativement l'esprit d'entreprise et la propension à la création de l'entreprise²¹.

²¹ HENRI, (C), Op.cit. p63.

3-Généralité sur la création d'entreprise et les PME :

Jusqu'au milieu des années soixante-dix, la vision dominante dans le monde de l'entreprise était celle de la grande taille, et qui tirait des avantages relatifs à cette dimension l'image des économistes d'échelle et la diversification des activités.

Mais la crise des années 1970, consécutive à la fin du boom économique des trente glorieuses, a progressivement remis en cause cette conception au profit de la petite entreprise ce que Julien (1997) a résumé en disant : « toutes les données convergent pour démontrer la montée autour de 1970 d'un nouveau dynamisme des PME dans les pays industrialisés ».

En effet, un mouvement de prise de conscience de l'importance de la petite entreprise s'est amorcé dans le monde et particulièrement aux Etats-Unis avec la parution de l'ouvrage de Schumacher (1978), « *Small Is Beautiful* » où la petite entreprise est présentée comme la cellule socio- économique de base pour les sociétés de future.

3-1 Définition de la PME :

Aujourd'hui le sigle de PME est le nouveau sens estimé de la petite structure de la part des pays (développés et en voie de développement) vu qu'il est fortement plus maîtrisable, contrairement aux grandes entreprises dotées de structures centralisées et complexes, péniblement contrôlables.

Suivant les différentes définitions conçues par différents auteurs de la littérature, nous allons proposer quelque une, afin d'essayer de comprendre le terme PME.

Selon Bucaille et Beauregard: « *La PME est diversité elle l'est dans son marché, dans ses comportements, dans ses hommes, dans son évolution, dans ses technologie ou dans ses risques. Aucune PME ne ressemble totalement à une autre* »²².

Selon Weber (1988) « *les entreprises diffèrent par la taille, le métier, la nature du capital (personne, familial, étranger, ...) ; mais aussi par le degré d'autonomie (société indépendante, filiale, sous-traitante ...), le rapport à l'économie mondiale (secteur protégé, en expansion ou en déclin,...) à l'origine sociale de son chef, son capital culturel et relationnel, son identité patronale* »²³.

²² Rapporteur par OUSALEM Hachemi, YOUNICI K., « Contribution de l'ANSEJ à la dynamique entrepreneuriale : Cas de l'ANSEJ Béjaia », université Béjaia mémoire de fin d'étude, 2012, page : 35.

²³ Ibid. p38.

Chapitre I : généralité sur l'entrepreneuriat

Selon wtterwulaghe « pour obéir à des impératifs d'efficacité, la PME est souvent définie au moyen de paramètres quantitatifs tels que chiffre d'affaires, le total bilan taire, le bénéfice ou le plus souvent l'emploi, ceux-ci visent en effet à cerner le critère de la taille. »²⁴

Selon Torres olivier « les PME sont considérées comme des entreprise aux multiples vertus : adaptabilité, flexibilité, créativité, ambiance de travail conviviale »²⁵

Aussi, les définitions de la PME peuvent se subdiviser en deux approches distinctes selon les critères de référence utilisés : d'une part, les définitions se basant sur des critères endogènes à l'entreprise tel la dimension, le chiffre d'affaire, d'autre part, celles utilisant des critères exogènes comme le secteur d'activité et la forme juridique.

A travers les différentes expériences étrangères et internationales il ressort que la définition la plus courante de la PME fait appel à une double série de critères quantitatifs et qualitatifs :

-Les critères quantitatifs : les définitions adoptées des critères utilisent des critères purement quantitatifs comme les effectifs, le chiffre d'affaires et le bilan les approches quantitatives utilisent en général les trois critères à savoir : le nombre de salariés, mesure de l'activité et la notion d'Indépendance.

- L'effectif : l'effectif est le critère initial essentiel pour déterminer dans quelle catégorie s'inscrit la PME il correspond au nombre du personnel employé à temps plein, à temps partiel

Ou de manière saisonnière. En d'autres termes c'est tout le personnel lié par un contrat de travail à l'employeur, quel que soit la nature du travail. Les organismes fiscaux adoptent une autre définition : « c'est tout personnel ayant perçu de l'entreprise une rémunération au cours d'un exercice »²⁶

- La mesure de l'activité : ce critère est basé sur l'utilisation d'un certain nombre d'indicateurs qui permettent d'évaluer le patrimoine de l'entreprise, et qui sont :

- Le chiffre d'affaires,

-Les actifs englobant tous les biens utilisés dans l'exploitation de l'entreprise,

-Le total du bilan annuel,

-La valeur ajoutée,

²⁴ Wtterwulaghe, La PME une entreprise humaine, Ed, de Boeck, 1998, p14.

²⁵ Torres Olivier « les PME ». Ed, Flammarion, Paris, 1999, P13.

²⁶ Mahe de boislandelle. « La gestion des ressources humaines dans les PME ».economica, paris, 1998.P486

Chapitre I : généralité sur l'entrepreneuriat

- **La notion d'indépendance :** La définition adoptée par l'OCDE est basée sur les trois critères la moyenne entreprise est définie comme une entreprise employant de 50 à 250 personnes et dont le chiffre d'affaire est compris entre 200 million et 2 milliard de dinars et dont le total du bilan est compris entre 100 et 500 millions de dinars, la petite entreprise est définie comme une entreprise employant de 10 à 49 personnes et dont le chiffre d'affaire annuel n'excède pas 100 million de dinars .la très petite entreprise (TPE) ou micro entreprise est définie comme une entreprise employant de 1 à 9 employant et réalisant un chiffre d'affaire annuel inférieur a 20 millions Et dont le total du bilan n'excède pas 10 millions de dinars.²⁷

- **Les critères qualitatifs :** la PME est une unité de production, ou de distribution, une unité de direction et de gestion sous l'autorité d'un dirigeant entièrement lié à la vie de l'entreprise.²⁸

Pour cette approche qualitative, l'entrepreneur détenteur du pouvoir c'est lui qui détermine la forme de l'entreprise, c'est lui l'idée de créer et le capital investit. Alors que le pouvoir est exercé par le détenteur des moyens de production et celui qui a pris le risque de créer. Mais ce genre de critères dite qualitatifs difficile à mesurer, c'est pour cette raison que l'approche qualitative reste la plus dominante.

4- Caractéristique des PME :

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

- **Une gestion personnalisée :** tenant à la très forte interdépendance entre l'entreprise et l'entrepreneur, Ainsi, plus la taille de l'entreprise est petit, plus le rôle du dirigeant peut prendre de l'importance.
- **Une faible spécialisation du travail :** tant du point de vu de l'entrepreneur sur les employés (cette polyvalence donne à l'entreprise une flexibilité et une souplesse permettent l'adaptation aux changements).
- **Un système d'information peu complexe :** permettant une diffusion rapide et réciproque des informations entre direction et employés.

²⁷ CHELIL.A, AYAD.S «PME en Algérie réalité et perspectives », Université de Tlemcen, 2008.p54.

²⁸ Wtterwulaghe. R, Op.cit. p15.

- **Un système d'information externe simple** ; essentiellement lié à la perception de son marché.
- **Une stratégie implicite** : issue d'un processus de décision, traduit par le schéma (intuitions- décision-action).
- **La recherche d'un environnement stable** : malgré l'accélération du changement, car la petite entreprise n'a que peu de poids sur son environnement. Les PME sont insérées le territoire où elles sont implantées.

5-Les types de création :

Alain Fayolle²⁹ construit une typologie qui met en évidence différents types de processus de création d'entreprise, qui sont comme suite :

5-1 la création de reproduction :

Elle est caractérisée par une faible intensité du changement pour le créateur est faible intensité de la nouveauté pour l'environnement. Dans ce cas le niveau d'incertitude n'est pas très élevé. La création de reproduction c'est le fait de créer une entreprise rassemblant à d'autres connues. Les changements pour le créateur sont faibles car il possède le savoir-faire et les relations utiles à son projet. Dans cette logique de reproduction, le créateur cherche à faire pour son propre compte ce qu'il faisait déjà dans son emploi précédent.

5-2 La création imitation :

L'entrepreneuriat d'imitation crée peu de valeur nouvelle, mais permet au créateur de changer sa situation parfois d'une façon importante. Le créateur d'entreprise ne dispose pas de l'ensemble des ressources nécessaires, il essaie de montrer et développer une entreprise en utilisant une formule bien établie. Le niveau d'incertitude est fonction de la capacité du créateur à acquérir les compétences et les ressources nécessaires pour mener à bien son projet.

5-3 La création innovation-valorisation :

Elle est caractérisée par une faible intensité du changement pour le créateur, mais la nouveauté est grande pour l'environnement. Cela signifie que le créateur crée une entreprise à partir d'une manière de faire ou d'un produit nouveau dont il possède le savoir-faire. Le niveau d'incertitude est la fonction de la vitesse de pénétration de l'innovation dans son

²⁹ Fayolle. A, « entrepreneuriat ; apprendre à entreprendre », Ed Dunod, Paris, 2003, p113.

Chapitre I : généralité sur l'entrepreneuriat

environnement (valorisation de la nouveauté par les clients) et la fonction des aléas de la mise au pont technique et industrielle du projet.

5-4 La création innovation-aventure : Elle est caractérisée par une grande intensité du changement pour le créateur et une grande nouveauté pour l'environnement. Le niveau d'incertitude est très élevé et combine des aspects liés à l'apprentissage et à l'innovation. Ces situations de création sont très dynamiques, les imprévus et les aléas sont fréquents, conduisant le créateur et le projet à des adaptations et à des changements fréquents. Le projet se construit et se reconstruit en même temps que le créateur doit faire évoluer ses compétences et ses ressources d'avenir.

6- Les atouts et les faiblesses des PME

6-1 les atouts des PME :

Les PME possèdent un bon nombre d'atouts qu'elles peuvent mettre en avant pour un maximum de profits, Il s'agit entre autres de :

- La rapidité de prise de décision : La PME affiche une grande souplesse lui permettant d'avoir certaines vitesses de réactivité aux événements nouveaux qui la sollicitent.
- La fluidité de la circulation de l'information : le nombre réduit des employés de la PME rend la communication entre ses dirigeants très fluide, augmentant ainsi les potentialités de concertation et de réactivité.
- La concentration de l'effort, En général, la PME n'a qu'un marché ou un segment de marché qu'elle peut maîtriser, ce qui lui donne en permanence une vision nette de son évolution et lui permet de réaliser la meilleure adéquation produit /marché.

6-2 Les faiblesses des PME :

Les PME souffrent de plusieurs faiblesses que nous essaierons de résumer dans les principaux points suivants :

- L'autonomie. L'autonomie reste pour un grand nombre de PME très relative, du fait de leur orientation, principalement, vers la sous-traitance par rapport aux grands groupes.
- La fragilité de la circulation de l'information. Le nombre réduit des employés de la PME rend la communication entre ses dirigeants très fluide, augmentant ainsi les potentialités de concertation et de réactivité.

Chapitre I : généralité sur l'entrepreneuriat

- La concentration de l'effort .En général, la PME n'a qu'un marché ou un segment de marché qu'elle peut maîtriser, ce lui donne en permanence une vision nette de son évolution et lui permet de réaliser la meilleur adéquation produit /marché.
- La fragilité de leur structure financière .la majorité des bilans des PME sont caractérisés par le poids élevé du court terme.
- Le manque de notoriété .Les PME sont en général peu connues, aussi u public que des éventuels partenaires de l'entreprise (fournisseurs, clients, administrateur, banques...), ce lui engendre un manque de confiance de ces derniers à son égard.
- La difficulté à se procurer des ressources financières et humaines Sa sous-capitalisation et ses manques de notoriété rendent son accès ressources financiers très laborieux.

Chapitre I : généralité sur l'entrepreneuriat

Conclusion

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. La création d'entreprise est devenue aujourd'hui le mot d'ordre en matière de développement Elle n'est rien sans l'entrepreneur innovateur. Ce dernier est celui qui crée des entreprises. Contribue à leurs expansions, accepte l'incertitude, les risques et par son action accélère l'élaboration, la diffusion et la mise en œuvre d'idées nouvelles.

Chapitre II: Les déterminants à la création de l'entreprise

Introduction

Au sens économique, l'entrepreneur est celui qui combine et organise des ressources, de la main-d'œuvre, des matières premières et d'autres actifs pour produire et commercialise tout en cherchant le développement de son organisme et de répondre aux besoins des individus. L'entrepreneuriat est considéré comme un processus dynamique et complexe. Il est la résultante des facteurs psychologiques, socioculturels, politiques et économiques. Il prend la forme d'attitudes, d'aptitudes, de perceptions, de normes, d'intentions et de comportements qui se manifestent dans un contexte donné. La création d'entreprise constitue la manifestation la plus visible de l'entrepreneuriat.

Dans ce deuxième chapitre, nous allons procéder à la présentation des différents déterminants à la création des entreprises qui vont permettre de mieux appréhender les déterminants de l'entrepreneuriat. La première section est consacrée à l'explication des modèles de l'entrepreneuriat, la deuxième section sera consacrée sur les facteurs motivationnelle à la création des entreprises.

Chapitre II: Les déterminants à la création de l'entreprise

Section 01 : Les modèles d'entrepreneuriat

Plusieurs auteurs ont développés les modèles du projet entrepreneurial en présentant des modèles conceptuel, évoquant les facteurs pouvant expliquer ce phénomène. Nous en basent sur les principaux modèles conceptuelles qui expliquent ces phénomènes et les théories développées par les chercheurs en entrepreneuriat.

1-Les modèles d'entrepreneuriat

1-1 Le modèle de SHAPERO (1975) :

Pour Shapero, « la création d'entreprise est un phénomène multidimensionnel, il faut pour l'analyser prendre en compte, en plus des caractéristiques psychologiques du créateur, un certain nombre de facteurs contextuels. Pour cet auteur ils sont de trois ordres : la discontinuité, la crédibilité, la faisabilité ».¹

1-1-1 La discontinuité ou déplacement, variable de situation :

Deux types de variables peuvent intervenir selon la situation du créateur, des variables ressenties comme négatives qualifiées de « PUSHES » et des variables positives qualifiées de « PULLS ».

1-1-1-1 Les situations négatives : La création peut constituer parfois la seule possibilité d'intégration pour l'individu dans un nouveau lieu de vie suite à un déplacement physique. En outre il peut s'agir d'accidents, de situations liées à l'emploi. Les situations négatives peuvent prendre la forme d'une insatisfaction

1-1-1-2 Les situations positives : Les facteurs qui peuvent agir comme catalyseur sur le créateur potentiel peuvent être par exemple la découverte d'un nouveau produit, d'un nouveau savoir-faire, ou la découverte d'un nouveau marché pour un produit existant, la découverte d'une possibilité de financement, la rencontre d'un futur gros client, la rencontre d'un partenaire ou d'un futur associé qui est complémentaire à la personnalité et aux compétences du créateur.

¹ Shapero A, Sokol L, «The social dimensions of entrepreneurship », Encyclopedia of entrepreneurship, Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1982, p: 72-90.

Chapitre II: Les déterminants à la création de l'entreprise

Elles ne sont pas mutuellement exclusives mais au contraire peuvent aller de pair et se renforcer. Ainsi une insatisfaction au travail et la possibilité de trouver un financement suite à la découverte d'une idée peuvent se renforcer et amener à la décision de création.

On remarquera dans le cas pratiques exactement les deux variables ont agi. D'abord la nécessité de formaliser son activité (PUSHE) et ensuite la découverte d'un créneau (PULL).

1-1-2 La crédibilité de l'acte, variable sociologique :

Elle constitue une condition essentielle de la création de l'entreprise, pour Shapero « *Pour mettre en place une entreprise qui est nouvelle, différente et novatrice, vous devez être capable de vous imaginer dans le rôle. C'est-à-dire que l'acte doit être crédible* »(1975).

En d'autres termes, la présence d'image d'imitation et d'une culture entrepreneuriale développée va favoriser le passage à l'acte.

On parle de variable sociologique qui intervient à différents niveaux :

- **La famille** : les études ont démontré la surreprésentation des entrepreneurs ayant un parent entrepreneur, comparativement à la population.

- **Le milieu professionnel** : Certains environnements sont plus propices à la constitution de réseaux qui facilitent la création d'entreprise.

- **Le milieu social au sens large** : Selon Weber, la religion constitue un déterminant essentiel, le protestantisme par exemple aurait favorisé le développement de l'esprit capitaliste.

L'entrepreneur est le fruit de son milieu (famille, école, entreprises, groupes sociaux), donc il peut être très bien influé des tendances de son entourage.

- **L'entreprise**: L'existence d'entreprises encourageant la mentalité entrepreneuriale, certains chercheurs tel Covin Jeffrey G. et Slevin Dennis F. (1991) appellent cela «intrapreneuriat »².

Ces entreprises cultivent l'intrapreneuriat au sein de leurs personnels et vont même plus loin en les incitant à créer leur propre unité (essaimage).

² COVIN Jeffrey G., SLEVIN Dennis P., « A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior », Entrepreneurship Theory and practice, Fall, 1991

1-1-3 La faisabilité de l'acte, variable économique :

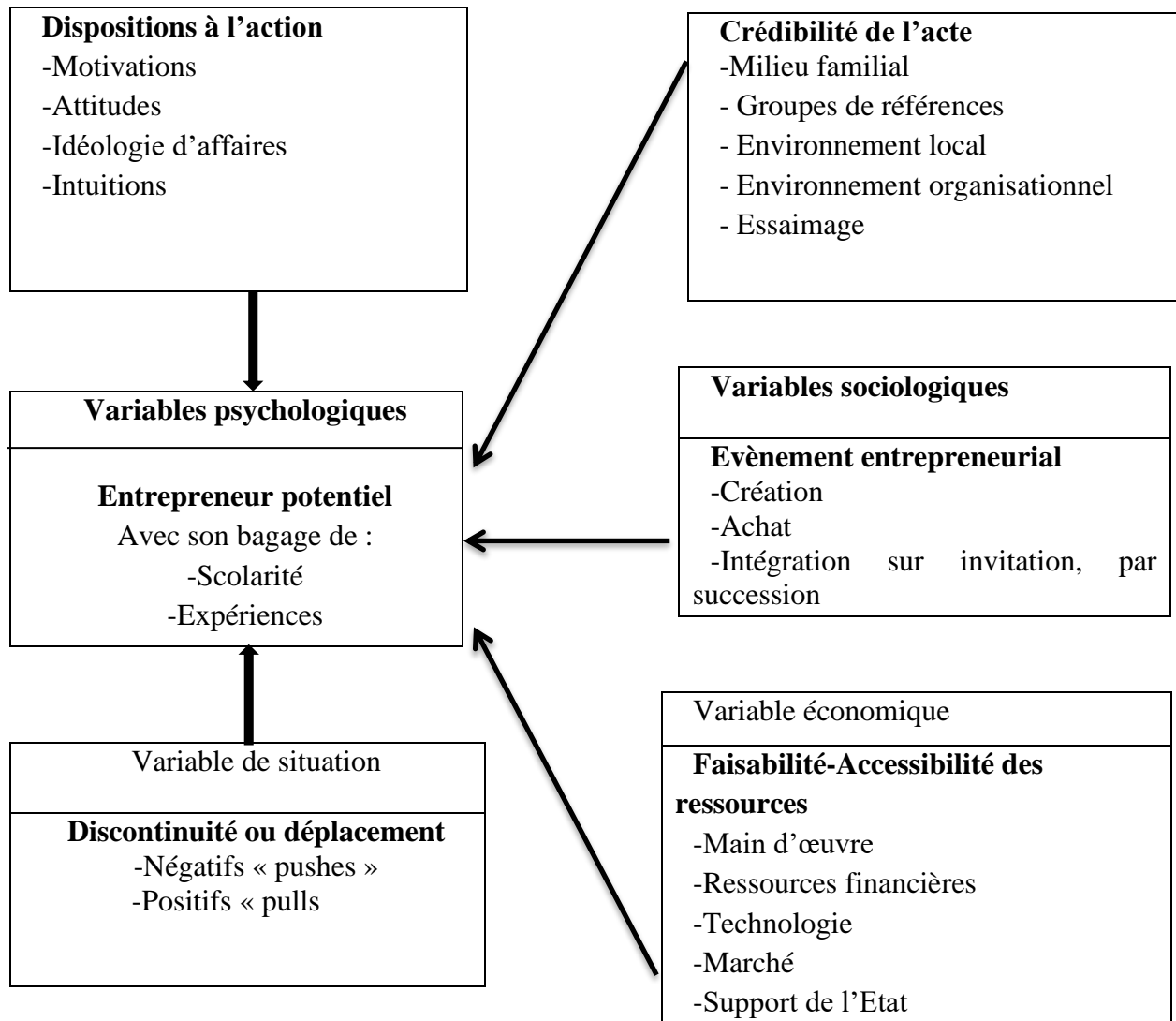
L'entrepreneur, pour créer son entreprise doit accéder à certaines ressources. Les américains parlent de "six M" : Money, Men, Machines, Materials, Market, Management.

Parmi ces ressources l'accent est surtout mis sur :

- Capital de départ (Money): Cette variable est incontournable, une carence en fonds pour démarrer cause au créateur d'entreprise des difficultés pour combler le manque en capital.
- **Main d'œuvre (Men)** : La disponibilité d'une ressource humaine compétente pour l'entreprise est essentielle, tous individu évoluant au sein de l'organisation doit être choisis minutieusement.
- **Un encadrement compétent (Management)** : les jeunes entreprises souffrent souvent d'un manque d'encadrement compétent.
- **Marché (Market)** : l'accessibilité au marché est très importante, la complexité des marchés et leurs diversités (monopoles publics, oligopole, etc.) fait que cette ressource est importante pour le créateur

Figure n°01: Le modèle non processuel de Shapero (1975)

Chapitre II: Les déterminants à la création de l'entreprise



Source : Shapero A, « The displaced, uncomfortable entrepreneur », *psychologie today*, 1975, p:83-88.

Pour Shapero, la création d'entreprise est un phénomène multidimensionnel, il faut prendre en compte en plus des caractéristiques psychologiques du créateur, un certain nombre des facteurs contextuels. Pour cet auteur, ils sont de trois ordres, la discontinuité ou déplacement variable de situation, la crédibilité de l'acte, variable sociologique et enfin la faisabilité dès l'acte, variable économique.

1-2 Le modèle de Gartner 1985 :

Bien que la réalité de l'entrepreneuriat ne puisse être saisie dans sa totalité par un seul modèle mais la connaissance du processus entrepreneurial exige une compréhension à travers une synthétisation des phénomènes mis en relation à ce propos, deux modèles ont marqué la

Chapitre II: Les déterminants à la création de l'entreprise

recherche en entrepreneuriat. Le premier met en avant l'émergence organisationnelle, le second plus axé sur la notion d'opportunité entrepreneuriale³.

Le modèle de Gartner⁴ semble le plus approprié, car il permet une meilleure compréhension de l'émergence entrepreneuriale dans ces quatre dimensions regroupées en un ensemble de variables au nombre, elles sont en perpétuelle interaction de façon indépendantes d'abord, ensemble ensuite, ce qui constitue l'originalité de ce modèle.

-Variables individuelles : besoin de réussite, lieu de contrôle, tendance à la prise de risque, satisfaction au travail, expérience professionnelle antérieure, parents entrepreneur, âge, éducation.

-Variables environnementales : disponible du capital risque , présence d'entrepreneurs expérimentés , main d'œuvre qualifiée , présence de fournisseurs , présence de clients ou de nouveaux marchés , influence gouvernementale , proximité d'université, disponibilité de terrain et d'équipement , présence de moyen de transport, attitude de la population environnante , disponibilité de service de soutien , condition de vie grande diversité de l'emploi et de l'industrie , pourcentage élevé d'immigrants récents dans la population, importante, disponibilité de ressources financières barrières à l'entrée, rivalité entre les concurrents existants , pression des produits de substitution , pouvoir de négociation des acheteurs, pouvoir de négociation des fournisseurs.

-Variables organisationnelles : domination par les couts, différenciation, focalisation le nouveau produit ou service, concurrence parallèle, entrée sur le marché par la franchise, transfert géographique, manque d'approvisionnement, exploitation des ressources inutilisées, contrats clients, devenir une source de recours, associations, licences, abandon d'un marché vente d'une division, achat favorise par le gouvernement, changement des règles administratives.

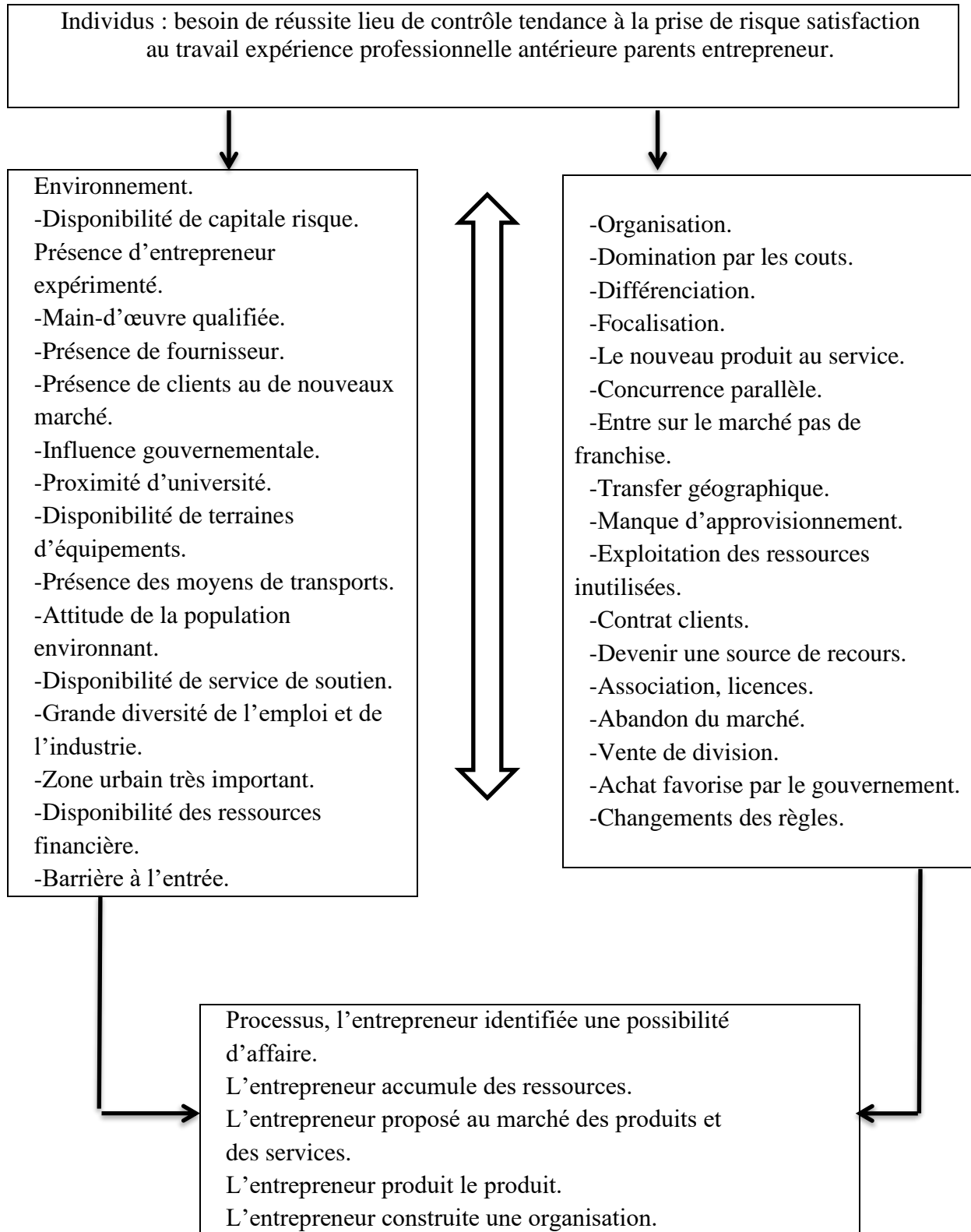
-Variables processuelles : l'entrepreneur identifie une possibilité d'affaires, accumule des ressources, propose au marché des produits et des services, produit le produit, construit une organisation, et il répond au gouvernement et à la société.

FigureN°02 : Modèle multidimensionnel de Gartner 1985

³ W- TABET-AOUEL LACHACHI, « Le processus entrepreneurial en Algérie une adaptation du modèle de GARTNER », Les cahiers du cread 2014, N° 107-108, p.32

⁴ Ibid. pp 33-34.

Chapitre II: Les déterminants à la création de l'entreprise



Chapitre II: Les déterminants à la création de l'entreprise

Source : Colot O, comblé K, Ladhari.j centre de recherche warocqué Working paper «influence des facteurs socio-économiques et culturels sur l'entrepreneuriat », thèse de doctorat : influence de la culture et de l'environnement sur l'intention entrepreneuriale : cas de l'Algérie, p68.

Le modèle de Gartner s'inscrit dans la théorie de contingence qui explique les variables qui aident à la création de l'entreprise à savoir les variable environnementaux, les variables sociologiques et enfin les variables organisationnel.

1-3 Le modèle de Bygrave (1989) :

Bygrave écrit que le processus de création d'entreprise tel que décrit dans son modèle fait partie intégrante du paradigme entrepreneurial de la création d'organisation. Le processus entrepreneurial en amont est relatif aux variables suivantes :

-Des variables inhérentes à l'individu : L'auteur les répartit en deux groupes. Le premier agit sur la naissance de l'idée : besoin d'accomplissement, contrôle interne, prise de risque, valeurs personnelles, formation et expérience antérieure. Le second intervient au niveau du déclenchement de l'événement de création : prise de risque, insatisfaction au travail, perte d'emploi, formation, âge, sexe et engagement.

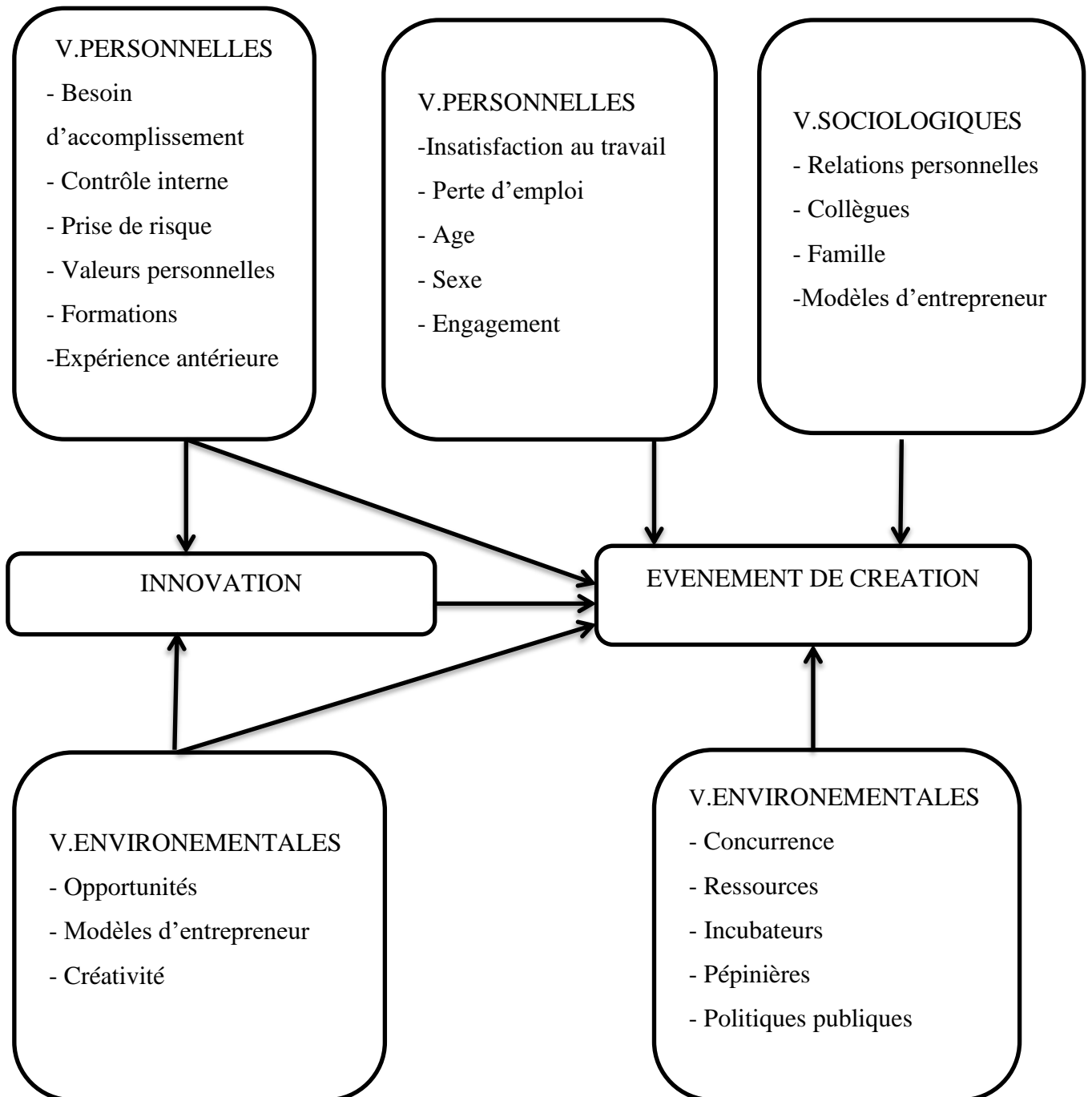
-Des variables sociologiques : qui sont l'influence des relations personnelles, des collègues, de la famille et de modèles d'entrepreneur

-Des variables environnementales : réparties en deux groupes. Le premier a un impact sur la naissance de l'idée et le déclenchement de l'événement : opportunités, modèles d'entrepreneur et créativité. Le second intervient sur le déclenchement de l'événement et sa mise à exécution : la concurrence, les ressources, les incubateurs ou les pépinières et les politiques publiques en faveur de l'entrepreneuriat.

L'auteur présente son modèle selon le schéma suivant :

Figure n° 3: Le modèle de création d'entreprise de Bygrave (1989)

Chapitre II: Les déterminants à la création de l'entreprise



Source: Bygrave D, «The entrepreneurship paradigm (II): chaos and catastrophes among quantum jumps? », Entrepreneurship Theory and Practice, 1989b, p: 8.

Selon l'auteur, dans la recherche en entrepreneuriat, il est presque impossible de réduire les problèmes à des facteurs qui peuvent être considérés isolément. Il faut éviter

Chapitre II: Les déterminants à la création de l'entreprise

chaque fois que possible, le réductionnisme dans la recherche et envisager l'approche dans sa globalité. De ce fait, pour comprendre les causes de l'événement entrepreneurial, il est important de comprendre les changements dans les facteurs antérieurs, qui ont déclenché l'événement. Le plus souvent, les créations d'entreprise, y compris celles qui se sont accompagnées d'innovations importantes, sont déclenchées par une succession de changements relativement faibles dans les variables affectant le processus entrepreneurial.

Bygrave décrit l'événement entrepreneurial par les caractéristiques suivantes:

1. L'événement entrepreneurial est une discontinuité.
2. La discontinuité contient aussi bien le prodigieux que le faible progrès.
3. L'événement entrepreneurial est le produit de plusieurs variables.
4. L'événement est déclenché par des changements qui affectent les facteurs qui lui sont antérieurs.
5. Les changements sont souvent de faible ampleur et non des progrès majeurs.
6. L'événement entrepreneurial est unique : deux événements ne se ressemblent jamais.
7. Le processus est instable. Son évolution est très sensible aux changements mineurs qui affectent les facteurs qui le déclenchent.
8. Le processus est holistique. On ne peut analyser l'événement en analysant isolément les variables en jeu.

1-4 Le Modèle de Bruyat (1993) :

Dans ses travaux épistémologiques dans la création d'entreprise, Bruyat note que nombreux chercheurs négligent la prise en compte conjointe de deux variables dans l'évaluation du changement dans le processus entrepreneurial, l'environnement et l'individu qui sont des éléments « *indissociables* ». Pour l'auteur, tout modèle de recherche doit prendre en compte l'entreprise créée, le créateur, l'environnement et le processus⁵.

Le modèle de Bruyat⁶ est un modèle canonique du processus de création d'entreprise qui a pour objectif de décrire et comprendre le phénomène de création d'entreprise. Il est offert comme cadre théorique pour toutes les recherches et aussi comme guide méthodologique pour la pratique. De ce fait, ce modèle vise deux types de communauté :

⁵ Tounès A, « L'intention entrepreneuriale », Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE », Thèse en Science de Gestion, Université de Rouen, Faculté de Droit, des Science Economiques et de Gestion, 2003, p : 38 et 39.

⁶ Bruyat C, « Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation », Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France, Grenoble II, ESA, 1993, p : 160.

Chapitre II: Les déterminants à la création de l'entreprise

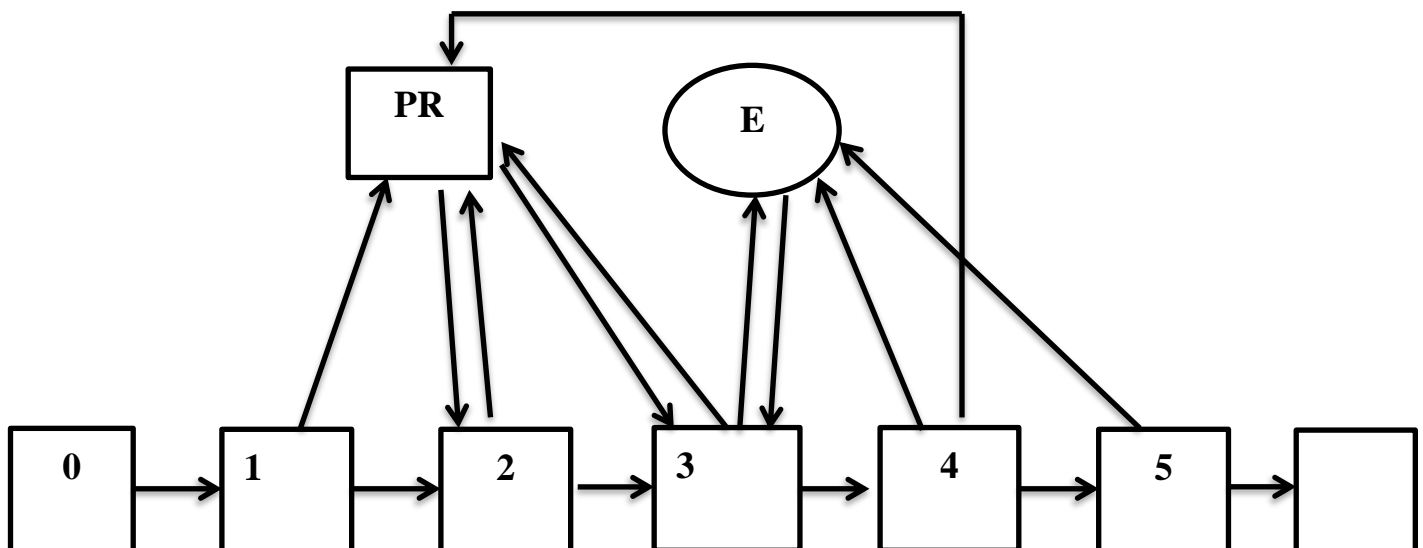
- Les chercheurs scientifiques en entrepreneuriat.
- Les praticiens du domaine de la création d'entreprise.

Par ailleurs, ce modèle concerne les créations d'entreprises animées par une personne unique et non pas par un groupe de personnes. Le profil du créateur d'entreprise comprend les caractéristiques suivantes :

- Le créateur d'entreprise entreprend pour la première fois.
- Le métier de l'entrepreneuriat est son seul moyen de vie. Il ne doit pas, de ce fait, l'envisager comme un investissement ou comme une activité supplémentaire.
- L'entreprise est nouvelle et indépendante. Ce modèle ne concerne pas les entreprises franchisées ou les reprises d'entreprises.

L'auteur définit son modèle général canonique comme « un outil pour systémographier des processus de création d'entreprise dans un espace de temps précis. Il peut, également, servir de base, dans des situations particulières, pour la construction de modèles instrumentés, encore plus « locaux », destinés à l'intervention ». Dans ce contexte, il schématise le processus de création d'entreprise sous une forme générique comme suit :

Figure n° 4 : La forme générique du processus de création d'entreprise de Bruyat (1993)



Source : Bruyat C, « Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation », Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France, Grenoble II, ESA, 1993, p : 80.

Chapitre II: Les déterminants à la création de l'entreprise

Étape 0 : *"l'action de créer n'est pas perçue"* du fait de l'éducation, de la personnalité ou de l'environnement de l'individu. La création d'entreprise n'est pas intégrée dans les schémas cognitifs de l'individu.

Étape 1 : *"l'action de créer sa propre entreprise est perçue"*. L'individu a l'information nécessaire pour comprendre plus ou moins ce qu'est la création d'entreprise, sans pour autant qu'une quelconque réflexion et action ne soient entreprises.

Étape 2 : *"l'action de créer est envisagée"*. Elle est prise en compte par l'individu comme étant une alternative possible. Il a un projet flou de ce que pourrait être sa future entreprise. Il commence à rechercher une idée de création en y consacrant un peu de son temps.

Étape 3 : *"l'action est recherchée"*, car l'individu investit activement une idée et tente de l'évaluer. Cette étape se distingue de la précédente par l'engagement réel de l'individu dans le processus en consacrant du temps et de l'argent. C'est pendant cette phase que sont réalisées l'étude de marché et l'élaboration du plan d'affaire. L'individu a un statut hybride où il garde son ancienne activité s'il est salarié, ou continue à rechercher un emploi s'il est chômeur.

Étape 4 : *"l'action est lancée"*. Les négociations avec les clients et les fournisseurs sont en cours, les procédures financières et juridiques sont déclenchées, le matériel nécessaire à la production est commandé et les premières commandes sont livrées. Si l'entreprise parvient à atteindre son seuil de rentabilité et à assurer son équilibre financier, elle passera à la dernière étape.

Étape 5 : *"l'action est réalisée"* et l'entreprise devient une entité reconnue par ses partenaires quand elle atteint son équilibre d'exploitation. Le créateur est devant une problématique de dirigeant de PME.

Christian Bruyat propose une forme générique du processus de création d'entreprise. Son idée est, avant tout, identifier des temps forts, des changements de rythme dans l'activité ou dans l'effort fourni, et d'indiquer l'importance de certaines décisions intermédiaires ou irréversibles. Même si tout découpage est fondamentalement virtuel, celui qui est développé dans la thèse de cet auteur, et qui s'inspire, lui aussi, de travaux antérieurs, permet aisément de mieux appréhender et comprendre un processus complexe, dans ce contexte il schématise le processus de création d'entreprise sous une forme générique.

Chapitre II: Les déterminants à la création de l'entreprise

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

L'association « entrepreneur/création d'entreprise » suppose l'existence de raisons fondamentales poussant l'individu à se lancer sur un chemin nouveau, celui de la gestion d'une organisation. « La personnalité des dirigeants, avec leurs expériences, leurs compétences, leurs motivations et leurs goûts personnels, joue un rôle particulièrement fondamental dans la mesure où la création de l'entreprise est pour eux un acte essentiel dans lequel ils s'expriment personnellement et se projettent dans l'avenir »⁷(Albert, Mougnot, 1988). Il apparaît intéressant d'identifier les facteurs de motivation des entrepreneurs.

1-Les facteurs motivationnels de l'entrepreneuriat :

Les auteurs s'accordent, d'une manière générale, pour dire que ceux-ci ne sont pas homogènes, car « ils viennent de backgrounds différents, manifestent des styles de management et sont motivés par des facteurs distincts »⁸. Plusieurs études démontrent que les fondateurs d'entreprise possèdent certaines caractéristiques particulières

1-1 Définition de la motivation :

Selon le dictionnaire de l'éducation de Legendre(1993) la motivation «un ensemble de désirs et de volonté qui pousse une personne à accomplir une tâche ou à viser un objectif correspondant à un besoin»⁹.

LOUART (1997) rappelle que le « concept de motivation sert à traduire les aspects dynamiques de la conduite humaine. Il explique les liens entre l'activation de l'énergie interne et son orientation vers des buts particuliers L'homme agit selon des directions qu'on peut interpréter de façon causale ou projective. Dans le premier sens, la motivation est le fruit de déterminations plus ou moins conscientes ».¹⁰

⁷ P. Albert, P.Mougnot, La création d'entreprises high-tech. Revue Française de Gestion, n° 68, mars-avril, (1988).

⁸ Béragère DESCHAMPS, « le processus de reprise d'entreprise par les entrepreneurs personnes physique », p232.

⁹ LEGENDRE, R. Dictionnaire actuel de l'éducation, 3e édition, Montréal, Guérin, 2005, p1 500.

¹⁰ LOUART, P. Motivation. In : SIMON, Y. et JOFFRE, P. (éd.), Encyclopédie de gestion. Paris: Economica, 1997, p1205.

Chapitre II: Les déterminants à la création de l'entreprise

Dans le second, elle mobilise le sujet vers des finalités construites à partir de représentations et des enjeux qu'il y voit pour lui-même. Les deux façons de voir sont complémentaires»¹¹.

Nous constatons donc La motivation entrepreneuriale de la façon suivante : elle traduit les liens entre l'activation de l'énergie interne et son orientation vers la création d'une entreprise. Elle est le résultat de déterminants personnels et environnementaux plus ou moins conscients. Elle mobilise le sujet vers la création d'une entreprise, dont le contour se construit à partir de représentations et des enjeux qu'il y voit pour lui-même. L'individu agit selon des directions qu'on peut interpréter de façon causale ou projective. L'énergie interne prend sa source dans l'existence de besoins non satisfaits.

1-2-1 Comprendre l'acte entrepreneurial :

Divers théories ont été mises en œuvre pour expliquer les fondements de l'esprit d'entreprise, nous n'en examinerons celles qui nous semblent plus pertinentes :

- l'approche fondée sur l'étude des caractéristiques.

-les besoins des entrepreneurs et les théories behavioristes et cognitivistes conduisant à de recherches plus opérationnelles.

1-2-2 Les approches par les caractéristiques et les besoins des entrepreneurs :

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

L'entrepreneur est vu comme un acteur primordial dont il s'agit de découvrir les motivations, les caractéristiques psychologiques et les traits de personnalité, les caractéristiques socio démographiques, ...etc. qui lui incite à entreprendre.

En effet, certaines études réalisées dans le cadre de ces approches n'ont pas réussi à générer une liste complète des caractéristiques entrepreneuriales dans toutes les situations. Autrement dit, certains chercheurs ont rencontré des difficultés à classer les entrepreneurs

¹¹ Christophe ESTAY : « motivation entrepreneuriale », Béangère DESCHAMPS, « le processus de reprise d'entreprise par les entrepreneurs personnes physique », Editions universitaires européennes EUE, septembre 2010, p232.

Chapitre II: Les déterminants à la création de l'entreprise

selon leurs traits de personnalité. Par ailleurs, Gartner (1988) ¹² a montré l'impossibilité de définir les caractéristiques permettant de discriminer les entrepreneurs dans une population.

Les limites de l'approche par les traits ont conduit à des recherches sur les besoins auxquels les individus tentent de répondre lorsqu'ils s'engagent dans une démarche entrepreneuriale. Les théories psychosociologiques de l'entrepreneur prennent leur source dans celle du Besoin d'accomplissement de Mc Clelland, pour cet auteur. Il existe des facteurs endogènes, à savoir des valeurs humaines et des motivations qui poussent les individus à saisir et exploiter les opportunités économiques, au-delà de certains facteurs exogènes (opportunités économiques, climat social) pouvant expliquer la croissance économique

Le besoin d'accomplissement selon Mc Clelland apparaît comme la mère des motivations, et se définit par le désir de mieux faire, non pas pour le prestige, la reconnaissance sociale ou l'argent, mais pour répondre à un besoin inné de réalisation personnelle

1-2-3 Les approches comportementales et cognitives de l'entrepreneur :

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

1-2-3-1 Le modèle de la formation organisationnelle de Learned (1992) :

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

-La propension à créer : certains individus ont une combinaison de caractéristiques psychologiques et un passé professionnel qui les rendent plus susceptibles de créer une entreprise.

- L'intention de créer : parmi ceux-ci certains rencontrent des situations qui augmentent leur probabilité de s'engager dans des comportements de création.

¹²Hernandez E-M, « L'entrepreneuriat Approche théorique le Harmattan », France 2000, P 89.

Chapitre II: Les déterminants à la création de l'entreprise

- **La structuration des informations** : cette étape consiste à rechercher et à trouver dans l'environnement des informations pertinentes.

Selon ce modèle, la décision d'entreprendre peut s'expliquer par un événement ou une accumulation d'informations. Si l'environnement semble favorable au créateur (capacité de trouver les ressources nécessaires, marché réceptif), il décidera effectivement à se lancer dans son projet.

1-2-3-2 Le modèle de l'évènement entrepreneurial de Shapero (1975) :

Les travaux d'A Shapero (1975) constituent encore aujourd'hui une référence de base en matière de modélisation du processus entrepreneurial appréhendé sous l'angle de l'entrepreneur, le modèle qu'il a élaboré s'appuie sur quatre concepts clés :¹³

-**La disposition à l'action, variable psychologique** : A. Shapero insiste sur le fait que les entrepreneurs ont un grand désir d'indépendance et de contrôle de leur environnement.

Des motivations et certaines qualités particulières confèrent donc aux individus qui les possèdent une disposition plus ou moins marquée à l'action entrepreneuriale.

-**La crédibilité de l'acte, variable sociologique** : pour Shapero, elle constitue une condition essentielle de la création de l'entreprise : « La plus puissante variable que l'on puisse trouver associée à l'acte de création d'une entreprise est la crédibilité de l'acte d'entreprendre.

L'individu doit être capable de s'imaginer lui-même faisant démarrer et dirigeant une entreprise ». ¹⁴

-**La discontinuité ou déplacement, variable de situation** : selon Shapero, il existe deux types de situations ; des situations ressenties comme négatives par le créateur potentiel et qualifiées de PUSHES et des situations ressenties comme positives et qualifiées de PULLS

-**Situations négatives** : d'après Shapero, sont les plus fréquentes, elles représentent 65% dans son étude. Il peut s'agir de situations liées à l'emploi, par exemple, insatisfaction dans le travail, mauvaise relation avec la hiérarchie, absence de possibilité de promotion.

¹³ SHAPERO Albert, entrepreneurship and economic development, in entrepreneurship and enterprise development: a worldwide perspective, proceedings of project ISEED, Milwaukee, 1975, p 632-655

¹⁴ Sandrine EMIN, « l'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : Le cas français », P 120.

Chapitre II: Les déterminants à la création de l'entreprise

Comme, il peut s'agir de discontinuité diverses, à titre d'exemple, la fin des études, la fin du service militaire ou encore la sortie de prison.

- **Situations positives** : elles sont plus rares que les situations négatives, seulement 28% dans l'étude de Shapero. Elles résultent de la découverte d'un nouveau produit, la rencontre d'un partenaire, d'un futur associé, etc.

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

-**La faisabilité de l'acte, variable économique** : Shapero distingue comme une des variables principales de l'explication de l'évènement entrepreneurial. C'est la variable qui donne au projet son caractère réaliste. L'entrepreneur doit être capable de réunir toutes les ressources nécessaires (financières, humaines et techniques) afin de créer son entreprise.

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

1-2-2-3 Le modèle de l'intention entrepreneuriale de Boyd et Vozikis (1994) :

Le modèle de Boyd et Vozikis repose sur le modèle de Bird (1988) et le concept d'efficacité personnelle⁶ de Bandura. Il recouvre une combinaison du facteur s personnel et contextuel qui prédispose les individus à avoir l'intention de créer une entreprise. Les facteurs personnels incluent l'expérience antérieure en tant qu'entrepreneur, traits de personnalité et les compétences. Les facteurs contextuels consistent en des variables sociales, politiques et économiques, telles que les déplacements, les changements au niveau des marchés et la politique gouvernementale. Cette approche permet de réunir les facteurs individuels et environnementaux sous-jacent à l'intention entrepreneuriale.

Plusieurs auteurs ont essayé de comprendre le phénomène entrepreneurial en présentant des modèles conceptuels. Cette section avait pour but de présenter quelques théories afin d'expliquer les fondements de la création des entreprises. La création d'entreprise est la synthèse d'un engagement individuel et d'un environnement qui peut être plus ou moins favorable à l'entrepreneuriat.¹⁵

¹⁵LE GLOBAL entrepreneur ship monitor GM ON projet de suivi global de l'entrepreneuriat a pour but de réunir meilleurs experts mondiaux pour étudier la relation complexes entre l'entrepreneuriat et la croissance économique.

Chapitre II: Les déterminants à la création de l'entreprise

1-2-3 Les principales dimensions environnementales favorisant la création :

Les explications de l'acte d'entreprendre se sont progressivement déplacées de l'étude des créateurs, recherche sur les traits de l'entrepreneur, vers l'identification des facteurs motivationnels susceptibles d'expliquer les dynamismes entrepreneuriales. Cependant, expliquer ces phénomènes nécessite d'ajouter un ensemble de facteurs environnementaux à la dimension individuelle.

Bouchikhi (1990) rappelle que le créateur d'entreprise réussit car il sait réunir les ressources nécessaires pour la réalisation de son projet. Pour lui, L'entrepreneur ne peut pas réussir seul et isolement mais il appartient à un milieu qui le fait évoluer, en lui fournissant tous les moyens matériels et immatériels nécessaire aux nouvelle entreprise. Trois ensembles de caractéristiques culturelles sont retenus : les dimensions économiques et démographiques, les raisons socioculturelles et les motifs politiques.

1-2-3-1 Les dimensions économiques et démographiques

L'étude menée par Reynolds, Storey et West Head indique un impact significatif de la croissance de la demande de biens de consommation sur le nombre de créations d'entreprises dans la plupart des pays. Le lien entre la croissance économique et l'activité entrepreneuriale est analysé dans le cadre des travaux du Global Entrepreneurship Monitor. Plusieurs recherches ont montré que l'entrepreneuriat dépend fortement de la densité démographique. Parmi celles-ci, nous citons les recherches de Low et MacMilan (1988) qui révèlent que le dynamisme entrepreneurial est fortement lié à la densité de population des entreprises et aux relations qu'elles entretiennent entre elles.

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

1-2-3-2 Les raisons socioculturelles :

Le concept de capital social est utilisé par Aldrich, Boutillier et Uzunidis pour définir l'ensemble du relationnel d'un individu. Le capital social aide le porteur de projet dans sa démarche. Il lui permet d'avoir accès à certains savoirs, capitaux, clients, fournisseurs...difficilement accessibles sans l'existence de relations interpersonnelles

Chapitre II: Les déterminants à la création de l'entreprise

1-2-3-3 Les motifs politiques :

Les actions politiques et gouvernementales peuvent influencer la dynamique entrepreneuriale. D'abord, l'environnement juridique est susceptible d'encourager ou limiter l'initiative individuelle. Ensuite, la mise en place de certains dispositifs d'accompagnement peut permettre la réalisation effective d'un projet. Enfin, les états accordent des aides spécifiques aux entrepreneurs sous forme d'avantages financiers, d'ouverture des marchés publics ou d'assistance aux personnes en difficultés.

2-Les facteurs de motivation des entrepreneurs :

Pierre-André Julien et Marchesnay (1996), stipulent que le bon choix de la stratégie et les décisions de l'entrepreneur seront marqués par le profit, qui est l'un des grands objectifs de l'investisseur. La théorie économique a toujours dit que le profit est rarement le premier objectif de l'entrepreneuriat. Ce profit peut être d'une part une contrainte pour compenser les coûts et surtout assurer la survie de l'entreprise et d'autre part il permet de faire face à de nouveaux défis pour soutenir la croissance et les nouveaux investissements¹⁶.

2-1 Facteurs économiques :

Les facteurs économiques sont les ressources informationnelles. Humaines, financières. Ils s'occupent une position clé dans la démarche entrepreneuriale. Ce sont les ressources auxquelles doit accéder l'entrepreneur en vue de créer son entreprise.¹⁷

2-1-1- Accessibilité au marché :

L'existence de marchés ouverts influence positivement la création d'entreprise. 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 et des catalyseurs qui permettent de gagner du temps et de l'efficacité face à la complexité des situations et à la multiplication des démarches et procédures. Ceci justifie parfaitement le vieux dicton : « ce que vous connaissez est bien moins utile que les personnes que vous connaissez. »

¹⁶ Pierre-André Julien et Marchesnay «entrepreneuriat» Ed Economica, (1996), p 53- 54.

¹⁷ FAYOLLE(A), « Le métier de créateur », Editions d'Organisation, 2003, P 67.

Chapitre II: Les déterminants à la création de l'entreprise

2-1-2 Ressource financières :

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

2-1-3 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 bon marché, voit forcément son taux de création d'entreprise s'accroître.

2-2 Facteurs psychologiques :

Plusieurs études récentes sur les entrepreneurs naissants viennent confirmer l'importance de la dynamique psychosociologique dans la création des nouvelles entreprises. Les auteurs s'entendent généralement pour reconnaître que les entrepreneurs font preuve habituellement de beaucoup de motivation et de persévérance dans leurs efforts.¹⁸

A ce titre, les entrepreneurs s'engagent dans un processus qui exige leur créativité et leur participation entière et totale, ils recherchent des solutions aux divers problèmes rencontrés, ils recherchent l'autonomie et l'indépendance, veulent devenir leur propre patron et prennent des initiatives dans ce sens.

2-2-1 Besoin d'indépendance :

Nombre d'études de cas d'entrepreneuriat révèlent que le désir d'être indépendant et autonome est l'explication fréquemment donnée comme motif de création d'une nouvelle entreprise. Le besoin d'indépendance et d'autonomie sont considérés comme attribut des entrepreneurs. Ils ont été reconnus comme des motivations à entreprendre.¹⁹

Selon A. Shapero Les premiers mobiles de l'entrepreneur sont le besoin La notion d'entrepreneur est liée à la capacité de pouvoir régler soi-même son travail.²⁰

¹⁸ GASSE Yvon, « l'influence du milieu dans la création d'entreprises », P 52.

¹⁹ GASSE Yvon, Tremblay Maripier « L'impact des antécédents sur les perceptions, attitudes et intentions des étudiants collégiaux et universitaires à l'égard de l'entrepreneuriat », P 9.

²⁰ FAYOLLE A, Op.cit. , P 61.

Chapitre II: Les déterminants à la création de l'entreprise

Autrement dit, la personne détermine les tâches à effectuer et le planning à respecter pour parvenir aux résultats escomptés. « Certains traits de la personnalité des entrepreneurs peuvent faire en sorte que leur indépendance est la chose la plus désirable au monde ». ²¹

Pour Stevenson, les jeunes sont motivés pour entreprendre depuis assez longtemps, souvent dès leur enfance. La motivation des jeunes entrepreneurs est l'indépendance, d'échapper aux ordres des supérieurs et le besoin de réalisation personnelle pour gagner de l'argent. A ce titre, la motivation première des entrepreneurs pour Guillaume (1998), c'est d'être son propre patron. Ils créent surtout par défis avec eux-mêmes (désir d'accomplissement, indépendance...) que par opportunité pour un marché ou à cause de pressions diverses. Enfin, le fait d'être son propre patron est également la garantie d'un emploi stable pour l'entrepreneur. ²²

2-2-2 Besoin d'accomplissement :

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

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

2-2-3 Créativité et innovation :

Les entrepreneurs doivent témoigner d'une réelle créativité et d'une capacité à innover. Leur fonction principale est l'innovation et l'introduction. Dans un environnement donnée, de nouvelles combinaisons productives, cherche de nouvelles idées et introduisent de nouvelles manière de réaliser de nouveau produits. L'innovation n'est pas nécessairement une innovation de rupture, elle peut s'envisager à travers des modifications marginales. D'après cet auteur, les entrepreneurs ont un comportement innovateur et créatif. La gestion de

²¹ Nacéra.NASROUN & Pr Matouk BELATTAF : « Les déterminants de la création des PME : cas de la wilaya de Béjaïa », Colloque national Stratégies d'organisation et d'accompagnement des PME en Algérie. Organisé par FSEGC de l'Université de Ouargla, les 18et19 avril 2012, p05.

²² Baccari. E, « Les motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs Tunisiens : Etude exploratoire », Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse, octobre 2006. P 8

Chapitre II: Les déterminants à la création de l'entreprise

l'innovation est également considérée comme le principal défi auquel les entrepreneurs font face afin de faire concurrence à leurs adversaires.²³

2-2-4 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 quelconque avec tous les risques que cela comporte ont la possibilité de devenir des entrepreneurs.

2-2-5 L'intériorisé du lieu de contrôle :

L'intériorisé a été développée par ROTTER dans le cadre de sa théorie de l'apprentissage social par le renforcement. Elle décrit un concept de soi où l'individu attribue sa performance à sa propre responsabilité plutôt qu'à celle des autres et où il croit qu'il peut modifier son environnement plutôt que de se croire soumis à la chance et au destin. Ce concept de soi conduit également l'individu à penser qu'il a de bonnes chances de pouvoir orienter sa vie comme il l'entend dans le futur.

2-3 Facteurs sociologiques et culturels :

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

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

2-3-1 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

²³ Jean-Charles cachon, « Entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi », P 18.

Chapitre II: Les déterminants à la création de l'entreprise

estime très utiles, même décisives pour la concrétisation de son projet²⁴. De plus, L'expérience antérieure joue un rôle déterminant dans la création, la croissance et la réussite de l'entreprise. Il s'ensuit que la connaissance d'une technique et d'un secteur d'activité a une influence non moins importante sur l'activité entrepreneuriale

2-3-2 L'âge :

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

2-3-3 Le milieu familial :

Les aspects de l'environnement familial de l'individu ont un impact sur la décision d'entreprendre. La profession et le statut de son père ou de sa mère et ses proches pour certains économistes²⁵, la profession des parents est déterminante dans la vie d'entrepreneur, car la famille joue un rôle essentiel, les jeunes issus d'une famille d'entrepreneur sont plus disposés à entreprendre. Les jeunes grandissant dans ce genre de famille ou d'entourage considèrent leur parent ou ses proches comme des modèles à imiter.

2-3-4 Le territoire :

Le territoire dans lequel l'entrepreneur passe sa vie personnelle ou professionnelle joue un rôle non négligeable. Un territoire peut, en effet, constituer un pôle d'attraction entrepreneuriale²⁶. Il est considéré comme un déterminant grâce à la disponibilité d'atouts naturels tels que la taille, la qualité et la diversité du territoire, la richesse des sols et des sous-sols, la disponibilité en eau, la douceur du climat. Nous pensons aussi aux diverses infrastructures de base (réseaux routiers, aéroport, télécommunication, réseaux d'énergie, tissu économique, ...), ainsi qu'aux ressources humaines, financières et technologiques.

La disponibilité de ces dotations matérielles et immatérielles en quantités suffisantes est un puissant facteur d'attraction des entreprises auxquelles elle confère de réels avantages.

²⁴ Cachon J, Op.cit. , p33.

²⁵ Gasse Y, op.cit. p55.

²⁶ Fayolle A. op.cit. , p66.

Chapitre II: Les déterminants à la création de l'entreprise

A l'inverse, leur rareté relative ou leur absence joue comme un sérieux frein à l'émergence de ces entreprises et à leur développement

2-3-5 Les activités professionnelles antérieures :

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

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 marché²⁷.

Les activités professionnelles antérieures jouent un rôle important dans la création, la croissance et la réussite de l'entreprise. Il s'ensuit que la connaissance d'une technique et d'un secteur d'activité a une influence non moins importante sur l'activité entrepreneuriale.

²⁷Gasse Y, « l'influence des milieux dans la création d'entreprise », centre d'Entrepreneuriat et de PME. QUEBEC. Université, Laval, 2003, p62.

Chapitre II: Les déterminants à la création de l'entreprise

Conclusion

A travers ce chapitre, nous avons essayé de faire une revue de la littérature concernant l'entrepreneur en identifiant les principales théories et caractéristiques de cet acteur fondamentale de l'entrepreneuriat.

Les recherches menées dans le domaine de l'entrepreneuriat, plus précisément, du processus entrepreneurial ont identifié plusieurs variables qui ont une influence sur la réussite ou l'échec de l'activité entrepreneurial que l'entrepreneur devrait prendre en considération pour la concrétisation de son projet entrepreneurial.

Chapitre III : Analyse des résultats de l'enquête

Introduction

Ce chapitre a pour but de tenter d'apporter les éléments de réponses à la problématique posée qui consiste à étudier les déterminants de l'intention entrepreneuriale dans le secteur touristique dans la wilaya de Tizi-Ouzou. Pour se faire, une enquête de terrain (par questionnaire) est réalisée sur un échantillon d'entreprises touristiques, les données collectées ont fait l'objet d'une analyse de notre part. Ce chapitre présente les éléments méthodologiques caractérisant notre démarche de recherche, ainsi que la présentation, analyse et interprétation des résultats de nôtres enquêté.

Chapitre III : Analyse des résultats de l'enquête

Section 1 : Méthodologie de la recherche

Pour les besoins de notre travail, nous avons mené une enquête auprès d'un échantillon de 25 entreprises en élaborant un questionnaire regroupant une série de questions relatives à notre étude visant des dirigeants propriétaires des entreprises privées (créateurs d'entreprises) dans la région de tizi ousou

1- Méthodologie de la recherche

1-1 Le terrain de l'enquête

Pour tenter d'avoir des éléments de réponse à notre problématique posée préalablement, nous avons choisi de mener notre enquête dans la wilaya de Tizi-Ouzou et certaines de ces localités dont : Fréha, Azazga, Tigzirt, Azefoune, Dra ben kheda, Dra-elmizan, Tadmait, Tizi-Ouzou, Ouadhia, Boghni, Ouagnoune. Ce choix s'explique par la proximité de ses localités à notre lieu de résidence, mais aussi des contraintes de temps et d'un budget assez limité.

1-2 Objectifs de l'enquête

La création des richesses dans une société est le fruit du dynamisme et de la compétitivité de son tissu industriel dont la création d'entreprise constitue l'élément fondamental de cette dernière.

Notre enquête vise à faire ressortir le profil des entrepreneurs privés de la wilaya de tizi ousou, les caractéristiques de leur entreprise (taille de l'entreprise, sources de financement secteurs d'activité), les motivations de ceux-ci. Pour le domaine de l'entrepreneuriat (les motivations à lancer une entreprise, les situations qui ont stimulé le processus de création de l'entreprise, les facteurs importants dans le choix de se lancer en affaires, les facteurs de succès des entrepreneurs...).

1-3 Elaboration du questionnaire

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

La région concernée est la wilaya de tizi ousou. Les questions du questionnaire sont divisées en deux volets essentiels qui sont :

Chapitre III : Analyse des résultats de l'enquête

a- Le profil de l'entreprise et l'entrepreneur

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

-Identification de l'entreprise dont l'objectif est de présenter d'une manière générale l'entreprise enquêtée (Nom ou raison sociale, la forme juridique, lieu d'implantation) ainsi que le poids économique dans le développement de la région et cela à travers des données techniques, qu'il s'agit d'effectif employé.

- Les informations concernant le profil de l'entrepreneur cette partie qui a pour but de voir quelles sont les qualifications des entrepreneurs et quelle sont les facteurs qui sont à l'origine de la création de l'entreprise il s'agit de son origine ses antécédents ses expériences. D'une manière générale il s'agit de savoir de connaître le profil de l'entrepreneur.

b - les motivations de l'entrepreneur à l'égard de la création de l'entreprise :

Cette partie a pour but de savoir qu'elles sont les causes qui sont à l'origine de la création de l'entreprise, les motivations de l'entrepreneur et les raisons de se lancer en affaires ainsi que l'influence du milieu.

Pour ne pas alourdir le questionnaire et d'avoir le maximum de réponses, nous avons veillé à ce que les questions soient administrées d'une manière claire et la plus courte possible, ce qui nous a conduit à choisir la méthode des questions fermées à choix multiple.

Par ailleurs, nous avons évité au maximum les questions contraignantes pour pallier la méfiance des propriétaires d'entreprises et de gagner leur confiance.

La personne enquêtée est le gérant ou l'un des propriétaires. La passation du questionnaire a nécessité plus d'une heure de temps de travail avec chaque chef d'entreprise enquêté. Le travail de terrain est mené en deux étapes :

La première consiste à déposer le questionnaire au niveau de l'entreprise pour être rempli. La deuxième a été de compléter le questionnaire par un entretien avec le répondant.

1-4 La taille de l'échantillon

L'échantillonnage représente une opération qui consiste à sélectionner une fraction d'une population plus vaste. Et pour des raisons de coûts, de délais, il est pratiquement

Chapitre III : Analyse des résultats de l'enquête

impossible d'étudier tous les individus d'une population c'est-à-dire d'effectuer un recensement.

De plus «Il consiste à obtenir une représentativité suffisante en cherchant à produire dans l'échantillon, les distributions de certaines variables importantes sachant que ces distributions existent dans la population à étudiée»¹

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

Notre choix de la dimension de cet échantillon s'appuie sur les critères suivants :

- la disponibilité des entrepreneurs à répondre à notre questionnaire.
- la représentativité des secteurs d'activités existant dans la région enquête

Notre échantillon se compose de 55 (entrepreneurs, nous avons pu récupérer 42 questionnaires seulement son exploitables ce qui représente un taux de réponse de 76%, le reste 24% (soit 13 questionnaires) ont fait l'objet de non réponses ou mal remplis chose qui nous obligé à les éliminer de notre étude vue le manque de leur crédibilité (non exploitables)

Tableau N° 02 : La taille de l'échantillon de notre enquête

Questionnaire	Nombre d'entrepreneurs	Taux %
Non récupérés/ non exploitables	13	24%
Récupérés/Exploitable/	42	76%
Distribués	55	100%

Source : réalisé par nos soins à partir de l'enquête menée.

¹ AKTOUF Omar. « Méthodologie des Sciences sociales et approche qualitative des organisations : une introduction à la démarche classique et une critique ». HEC, Montréal : les presses de l'université du Québec, 1987, p. 74.

Chapitre III : Analyse des résultats de l'enquête

Nous avons distribué 55 questionnaires, répartis à travers les différentes Dairates de la wilaya de Tizi-Ouzou. Nous avons pu récupérer 42 questionnaires sur 55 entreprises contactées.

Les restrictions apportées à notre échantillon sont dues essentiellement à :

- Le non disponibilité de certains entrepreneurs ;
- Le refus de certains entrepreneurs de répondre aux questionnaires ;
- Le délai de réponse trop élevé de certains entrepreneurs ;
- L'adresse communiquée sur le site de certaines entreprises est faux ou bloqué.

1-5 Elaboration du questionnaire :

Pour la collecte d'informations dans le cadre de notre enquête, nous avons utilisé le questionnaire qui a été adressé directement aux chefs d'entreprises pour étudier plus précisément leurs intentions à créer leur propre entreprise dans le secteur touristique.

Le questionnaire a été élaboré comme suit :

Phase1 : Le profil de l'entreprise :

Dans cette partie du questionnaire il est question pour l'entrepreneur de définir son entreprise en donnant le nom qu'il lui a assigné, Mais aussi l'année de début d'activité.

Phase 2 : Le profil de l'entrepreneur :

Dans cette partie les informations communiquées seront uniquement sur l'entrepreneur pour évaluer son âge, son niveau d'instruction, sa situation matrimoniale, et enfin son expérience professionnelle avant la création d'entreprise.

Phase 3 : Les motivations de l'entrepreneur à l'égard de création de son entreprise :

Cette étape a pour but de voir les ambitions et les raisons réelles, ayant poussé l'entrepreneur à la création de son entreprise, et les facteurs qui sont à l'origine du choix de secteur d'activité.

Phase 4 : Les difficultés entravant la création d'entreprise :

Cette dernière étape consiste à déterminer et cerner les différents problèmes et contraintes rencontrés par les entrepreneurs lors de la création de leur entreprise.

Chapitre III : Analyse des résultats de l'enquête

1-6 La formulation du questionnaire :

Afin d'avoir le maximum des réponses, nous avons veillé à ce que les questions soient administrées de la manière la plus claire et le plus courte possible, nous avons essayé de mettre en place des questions de différent types.

A savoir :

Question fermées : à réponse unique.

Exemple : fiche signalétique ex : âge, sexe.

Question fermée à choix multiple.

Exemple : fiche signalétique ex : niveau d'instruction.

Question ouvertes : fiche signalétique exemple : (âge, niveau d'instruction),.

-Les questions choisies assurent :

-La clarté qui facilite la compréhension ;

-La neutralité qui n'influence pas les réponses ;

-La pertinence qui facilite la capacité des personnes.

1-7 Déroulement du questionnaire :

Le questionnaire étant l'outil retenu pour la collecte d'information. Nous avons donc initié notre enquête début avril. Dans un premier temps nous nous sommes déplacés directement auprès des chefs des différentes entreprises (*hôtel, agence de voyage, parc d'attraction*) en expliquant clairement l'intérêt de notre étude en présentant l'idée générale de notre recherche et ses objectifs. Certains nous ont bien reçu et ont bien voulu répondre à notre questionnaire sur place ou de le déposer et de le récupérer ultérieurement et d'autres ont décliné sans raison ni argument valable.

Dans l'incapacité d'atteindre certaines localités par faute de moyens, nous avons envoyé notre questionnaire par mail, site internet et page Facebook. Malheureusement certaines de ses emails sont incorrectes ou plus valides, les sites internet et page Facebook ne sont pas entretenus.

Chapitre III : Analyse des résultats de l'enquête

1-8 Le traitement et dépouillement des questionnaires :

Nous avons utilisé la méthode manuel pour le traitement des données et vérifié chaque questionnaire un par un. Nous avons fait des tableaux statistiques pour chaque question à l'aide du logiciel Excel, ce qui nous a permis de bien organiser notre travail et de ressortir les statistiques dont nous avons besoin.

Nous avons présenté la méthodologie et les démarche employé dans notre enquête nous procéderons ci-dessous à l'analyse et à l'interprétation des résultats de notre étude.

Chapitre III : Analyse des résultats de l'enquête

Section 2 : Analyse des résultats de l'enquête

Cette section a pour objectifs d'analyser les données recueillies grâce au questionnaire auprès des entreprises touristiques ciblé. En premier lieu nous allons faire une analyse unie variée (*Tri à plat*) puis faire une analyse en tri croisé afin de vérifier notre hypothèse et répondre à notre problématique sur les déterminants de la création des entreprises dans le secteur touristique

1 Analyse du profil des Entreprises créent

1-1 Répartitions des entreprises selon leurs tailles

Tableau N° 03 : La taille de l'entreprise selon les catégories

La taille de l'entreprise	Fréquence	Part (%)
Micro entreprise (1 à 9 salariés)	27	64,29 %
Petite entreprise (10 à 45 salariés)	10	23,81 %
Moyenne entreprise (50 à 250salariés)	04	9,52%
Grande entreprise (250 à 1600 salariés)	01	2,38%
Total	42	100%

Source : résultat de notre enquête

Notre échantillon est constitué en grande partie d'entreprise classée dans la catégorie des micros entreprises (1-9) employés, elle représente 64,29% du total (27 unités) .Suivi de la catégorie des petites entreprises (10-45) employés avec un taux de 23,81% du total (10 unités),ainsi que la catégories des moyennes entreprises est représentée par 9,52% du total (4unités) de l'échantillon étudié, enfin la catégorie des grandes soit 1 entreprise crée possédant cette taille.

Chapitre III : Analyse des résultats de l'enquête

1-2 Répartition des entreprises enquêtées selon le domaine d'activité

Tableau N°4 : la répartition des entreprises enquêtées selon le domaine d'activité

Domaine d'activité	Fréquence	Pourcentage
Agence de voyage	20	47,62%
Hôtelier	8	19,05%
Service	7	16,67%
Artisanat	2	4,76%
Transport	5	11,90%
total	42	100%

Source : résultat de notre enquête

Ainsi nous remarquerons que la plus part des réponses en étaient données par les Agence de voyage avec un taux 47,62%, ce qui s'explique par leurs nombre plus consistant par rapport aux hôtels et aux Services, Artisanat et le Transport.

1-3 la structure du financement des entreprises :

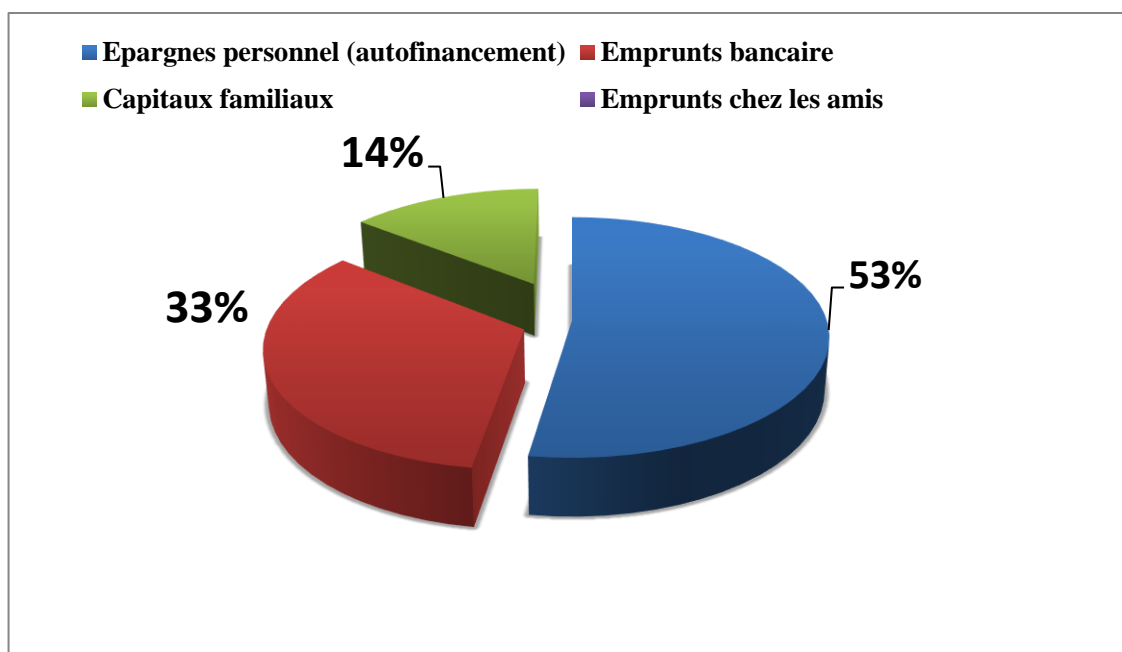
Tableau N°5 : la répartition de la structure du financement initial des entreprises enquêtées

La structure de financement	Fréquence	Pourcentage
Epargnes personnel (autofinancement)	22	52,38%
Emprunts bancaire	14	33,33%
Capitaux familiaux	6	14,29%
Emprunts chez les amis	00	00%
TOTAL	42	100%

Source : résultats de notre enquête

Selon les résultats de notre enquête, les capitaux initiaux investir, proviennent essentiellement épargnes personnel (autofinancement) avec un taux (52,38%) en suit emprunts bancaire soit 33,33% après il vient la structure de capitaux familiaux avec un taux (14,29%).

Figure N° 5: Structure de financement initial des entreprises enquêtées



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

2- les origines et antécédents de l'entrepreneur

Nous pouvons définir le profil des entrepreneurs à travers les données recueillis grâce à notre questionnaire et aux critères suivant : Le sexe, l'âge, situation matrimonial, niveau d'instruction, situation professionnel avant la création de son entreprise.

2-1 Répartition selon le sexe de l'entrepreneur

Tableau N°06 : Répartition des entrepreneurs selon leur sexe

Le genre	Fréquence	Part (%)
Masculin	30	71%
Féminin	12	29%
Total	42	100%

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

D'après les données de notre enquête, on remarque que la majorité sont des hommes avec une fréquence de 30 entrepreneur soit un total de 71%, Alors que les femmes sont représentaient seulement avec une fréquence de 12 soit 29%. Nous constatons que les femmes

Chapitre III : Analyse des résultats de l'enquête

sont moins entreprenante que les hommes dans ce secteur ceci montre que la fonction de l'entrepreneur reste une activité propice aux hommes.

2-2 Situation matrimoniale :

Les résultats de tableau n°7 montre que la majorité des entrepreneurs sont mariés, soit avec un taux de (60%) de la population enquêtée. Sachant que l'état psychologique de l'entrepreneur a des incidences sur le projet d'entreprise, une situation familiale stable, peut être un élément essentiel, encourageant et faisons agir l'entrepreneur .Elle lui permet de mieux s'investir dans leur projet .Les jeunes célibataires présentent seulement 40% de échantillon étudiée.

Tableau N°7 : La situation matrimoniale

Situation matrimoniale	Fréquence	Pourcentage %
Marié	25	60%
Célibataire	17	40%
Divorcé	0	00%
Totale	42	100%

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

2-3 L'âge des créateurs d'entreprises

Tableau n°8 : la répartition de l'âge des entrepreneurs :

L'âge	Fréquence	Pourcentage
Entre 19-25 ans	3	7,14%
Entre 26-30 ans	6	14,29%
Entre 31-45 ans	21	50%
Plus 45 ans	12	28,57%
TOTAL	42	100%

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

Pour ce résultat, la réponse des entrepreneurs sur la question illustrée dans le tableau N°08 concerne leur âge actuellement d'où le taux le plus élevée et de 50% présenté par la catégorie d'âge (31-45) ans et avec 28,57% pour la tranche d'âge plus de 45 ans. On peut

Chapitre III : Analyse des résultats de l'enquête

constater à partir de ces résultats que l'entrepreneur se lance dans l'entrepreneuriat a un âge assez mature, après avoir acquis certaines connaissances et expériences personnelle ou professionnel.

2-4 Répartition des entrepreneurs selon leurs niveaux d'instruction

Tableau N°9: Répartition des entrepreneurs selon le niveau d'instruction

Niveau d'instruction	Fréquence	Pourcentage
Primaire	00	00%
Moyenne	02	4,76%
Secondaire	6	14,29%
Universitaire	23	54,76%
Formation professionnel	11	26,19%
Total	42	100%

Source : résultats de notre enquête

Le tableau n°8 montre que la majorité des entrepreneurs ont un niveau d'instruction élevé soit 54,76% d'entre eux ont un niveau universitaire ou une formation professionnel 26,19%. Une petite partie à un niveau d'instruction secondaire 14,29%.

2-5 Répartition des entrepreneurs selon la situation professionnelle de l'entrepreneur avant la création :

Pour la majorité des entrepreneurs enquêtés 42 personnes (soit 59%) ont déjà travaillé avant la création de leurs propres entreprises, et 12 personnes (soit 29%) sont des étudiants qui se sont lancés directement dans le domaine entrepreneurial touristique après la fin de leurs études, et 5 personnes (soit 11%) sont des chefs d'une autre entreprise avant de lancer leurs projets. Chômeur et stagiaire ne se sont pas représentés 0%. La figure n°10 montre les résultats cités plus haut.

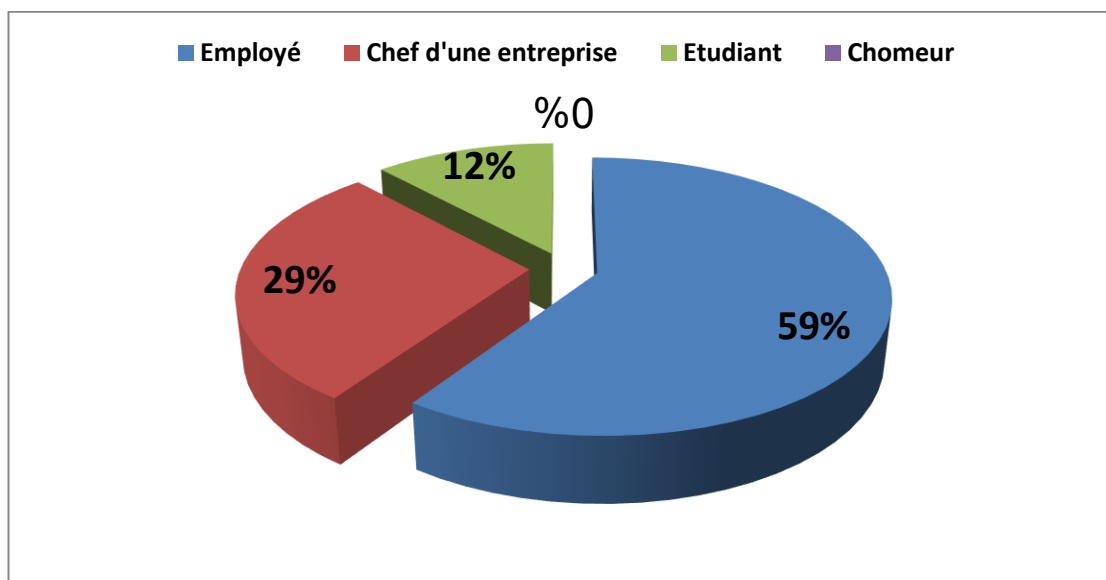
Chapitre III : Analyse des résultats de l'enquête

Tableau N°10 : Le domaine d'activité des entrepreneurs Avant la création de l'entreprise

Type d'entrepreneur	Fréquence	Pourcentage
Employé	25	59%
Chef d'une autre entreprise	12	29%
Etudiant	5	12%
Chômeur	0	00%
Stagiaire	0	00%
Total	42	100%

Source : résultat de notre enquête

Figure N°6 : Présentation de situation professionnelle avant la création de l'entreprise



Source : réalisé par nos soins à partir des résultats

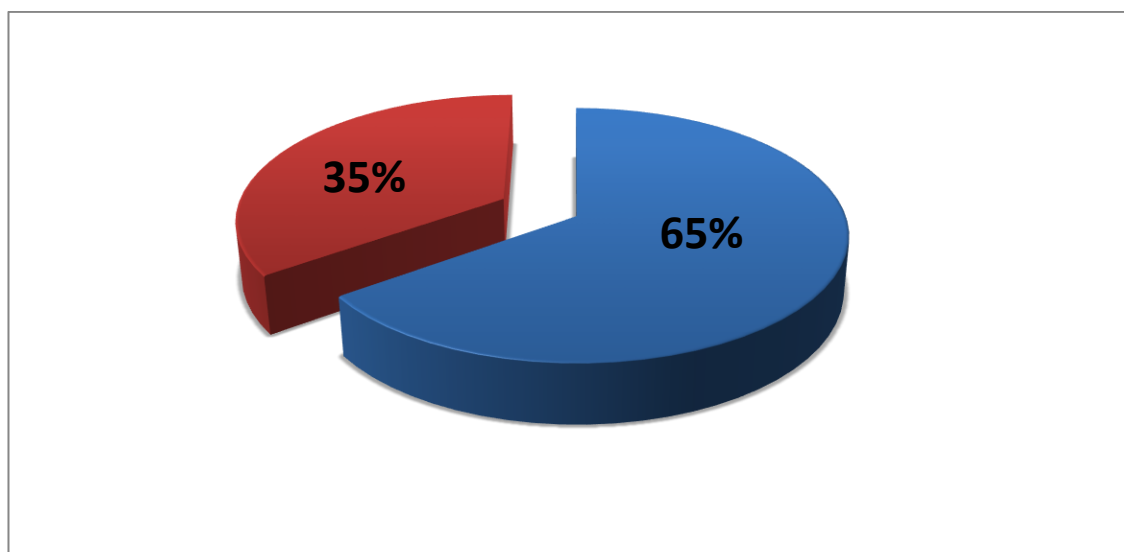
2-6 Parcours professionnel (expérience antérieur)

Tableau N° 11 : Répartition des entrepreneurs selon les entrepreneurs qui ont travaillé dans le même secteur

La situation professionnelle antérieure	OUI	NON
Pourcentage	65%	35%

Source : résultats de notre enquête

Figure N° 07 : Présentations de la situation professionnelle (expérience antérieure)

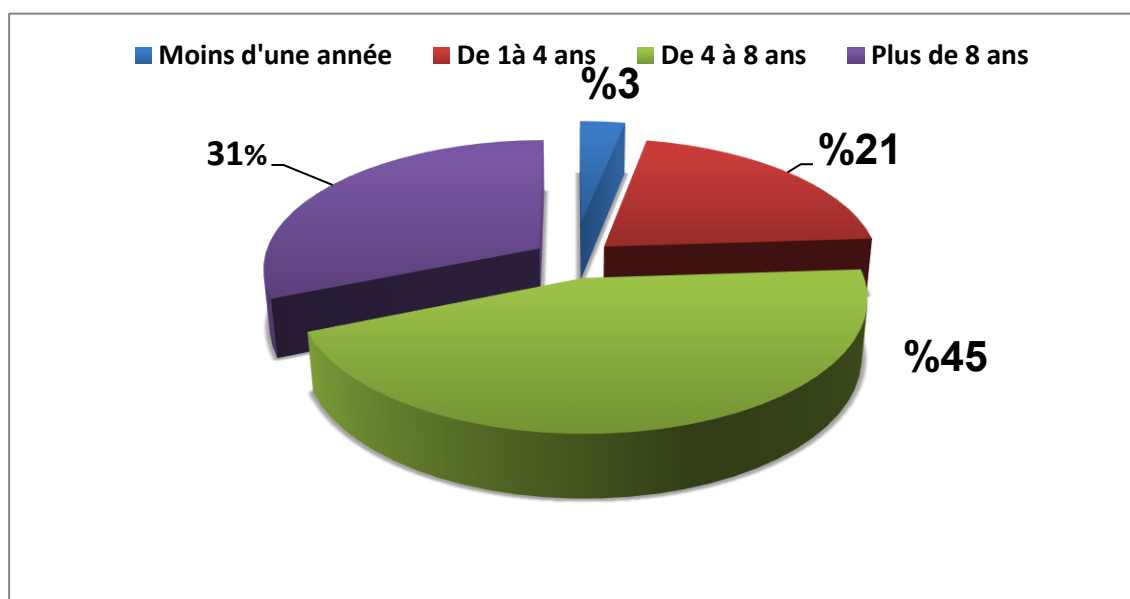


Source : réalise par nos soins à partir des résultats de l'enquête

D'après les résultats de notre enquête 42 personnes ont travaillé dans le domaine touristique avec 65% alors que 15 sur 42 personnes n'ont jamais travaillé dans ce secteur avec un pourcentage de 35 %.

2-7 Travaillé dans le même secteur d'activité, avant de lancer votre entreprise :

Figure N°8 : Répartition des entrepreneurs selon le temps de travail dans le même secteur



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

Chapitre III : Analyse des résultats de l'enquête

Nous constatons 22 que personnes sur 42 les personnes qui ont répondu oui ont travaillé de 4-8 ans dans le secteur touristique alors 10 que personnes 42 sur qui ont travaillé de 1-4 ans. La figure n°8 présente les résultats.

2-8 Position des entrepreneurs dans l'entreprise créée :

Parmi les entrepreneurs enquêtés qui ont exercé des professions avant la création de l'entreprise soit 74% de total d'entrepreneurs qui étaient propriétaire, des entités antérieurs entrepreneurs qui sont des directeurs générales qui représentent 26%.

Tableau N° 12: La position des entrepreneurs dans l'entreprise créée

La position dans l'entreprise	Fréquence	Pourcentage
Propriétaire	31	74%
Directeurs générales	11	26%
Total	42	100%

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

2-9 L'influence des parents sur la création de l'entreprise :

Le tableau n°13 nous montre clairement que 64,29% des entrepreneurs questionné n'ont pas était influencé par l'environnement familiale ou leurs parents contrairement à 35.71% soit 15 personne sur 42 l'ont était, on peut supposer qu'ils sont issus de famille d'entrepreneur ou que un de leurs proche a créé une entreprise

Tableau N°13 : L'influence des parents sur la création de l'entreprise

L'influence des parents sur la création de l'entreprise	Fréquence	Pourcentage
Oui	15	35, 71
Non	27	64,29
Total	42	100%

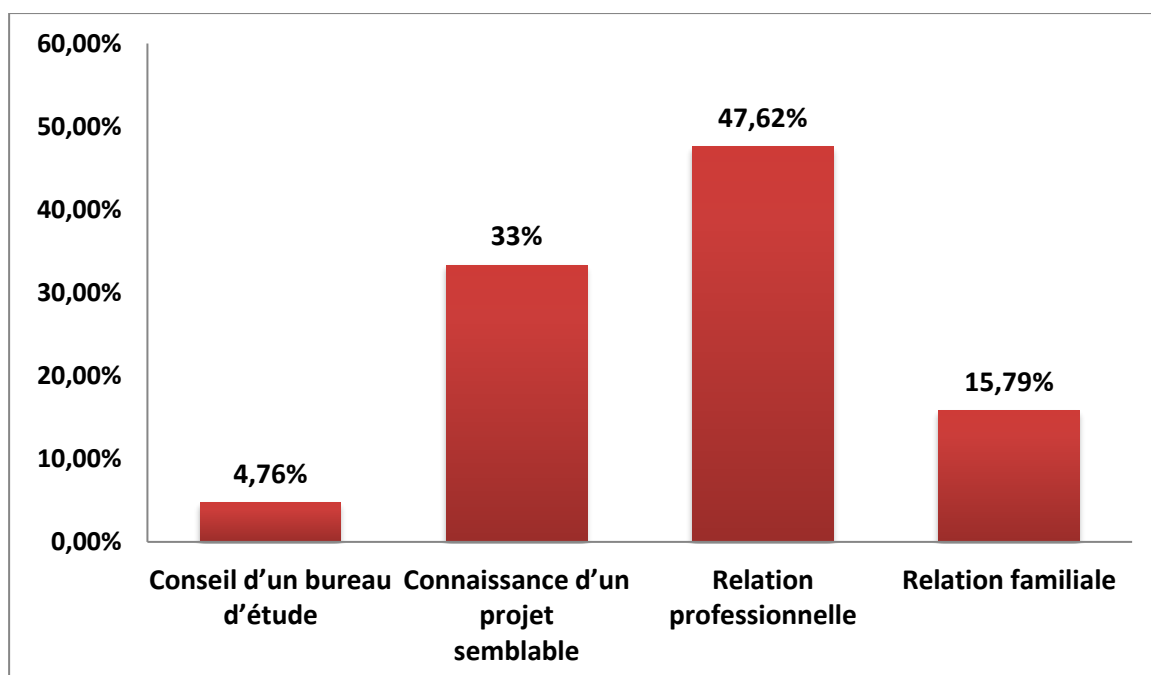
Source : réalise par nos soins à partir des résultats de l'enquête

3-Les motivations de l'entrepreneur a l'égard de la création de l'entreprise

3-1 L'origine de l'idée de création de l'entreprise

D'après les résultats de notre enquête sur un échantillon de 42 entrepreneurs enquêtés, présenté dans la figure n°9. Nous constatons que les réseaux informels dominant, car peu d'entrepreneurs soit (4,76%) ont recouru aux bureaux d'études pour les orienter et les conseillers, par contre les relations professionnelle ont un grand rôle dans l'intention de création avec (47,62%) il est très apparent donc important. suivie de la connaissance d'un projet semblable (33%) de la ressors l'importance du phénomène d'imitation. En dernière position vient les relations familiales et personnelles sont dans (15,79%) des cas à l'origine de l'idée de création de l'entreprise

Figure N° 09 : L'origine de l'idée de création



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

3-2 Les raisons qui ont motivé les entrepreneurs à créer leurs entreprises :

L'aventure entrepreneuriale se nourrit de motivations très variées. La plupart des entrepreneurs sont motivés essentiellement par la volonté d'être le propre patron, (35,71%), pour ne pas subir aucune autorité et ne pas avoir des ordres d'un supérieur hiérarchique, améliorer la situation financière soit (23,81%) est citée en second lieu, en trouve réaliser un

Chapitre III : Analyse des résultats de l'enquête

rêve avec un taux (16,67%) est en troisième, en quatrième lieu Contribuer à crée des emplois avec un taux (11,90%), En fin, les entrepreneurs enquêtés, réaliser un rêve avec un taux (16,67%) sont les principales raisons qui les ont motivées à crier des entreprises. En fin 02 entrepreneur a choisis prise de risque avec un taux de (7,76%), car la majorité des entrepreneurs enquêtés prennent que le risque est une contrainte et non pas une motivation. les résultats sont présentés dans le tableau n°11.

Tableau N° 14 : Les raisons qui ont motivé les entrepreneurs à créer leurs entreprises

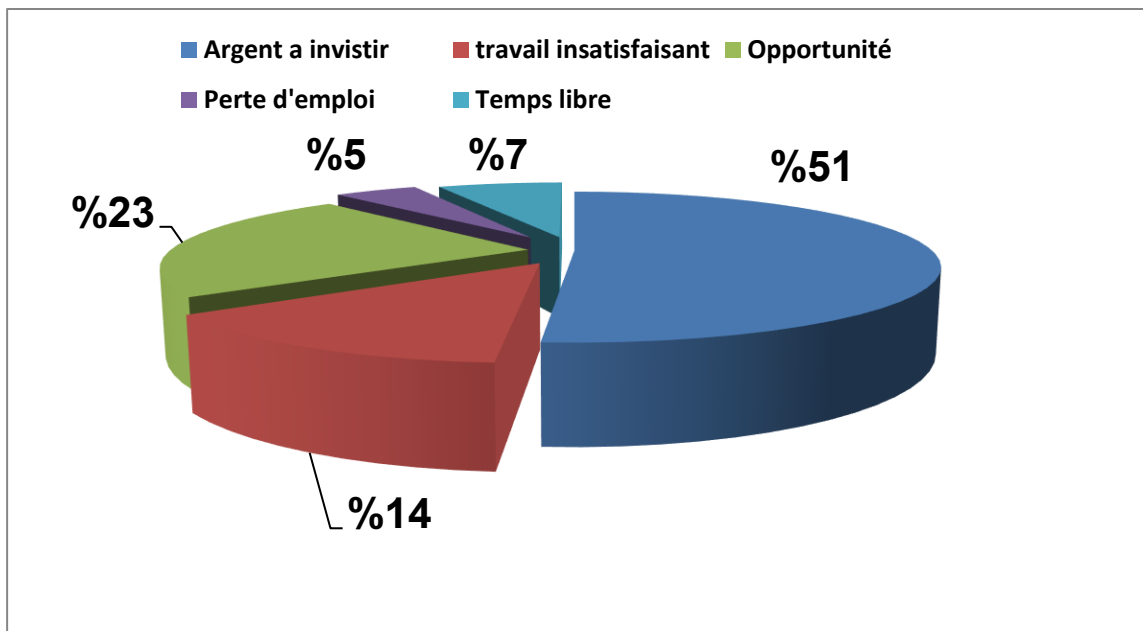
Niveau d'instruction	Fréquence	Pourcentage
Réaliser un rêve	7	16,67%
Améliorer votre situation financière	10	23,81%
Expérimenter des idées	3	7,14%
Etre son propre patron	15	35,71%
Contribuer à crée des emplois	5	11,90%
Prise de risque	2	7,76%
Total	42	100%

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

3-3 la situation qui à déclenche le processus de création de l'entreprise :

Les résultats de la figure n°10 illustre que la situation qui déclenche le plus le processus de création d'entreprise est de l'argent à investir avec 51%des taux de réponse, elle provient surement de l'épargne personnelle ou des capitaux familial, suivie de 23% en déclarer que le point de départ du processus de création était une opportunité à saisir, 7% ont créé leurs entreprise à cause de leurs temps libre et 14% ont vu que leurs travail était insatisfaisant ou pour une autre raison. (05%) qui ont perdu leur emploi alors ils s'engagent dans la création de leur propre entreprise pour avoir leur propre travail.

Figure N°10 : la situation qui à déclenche le processus de création de l'entreprise



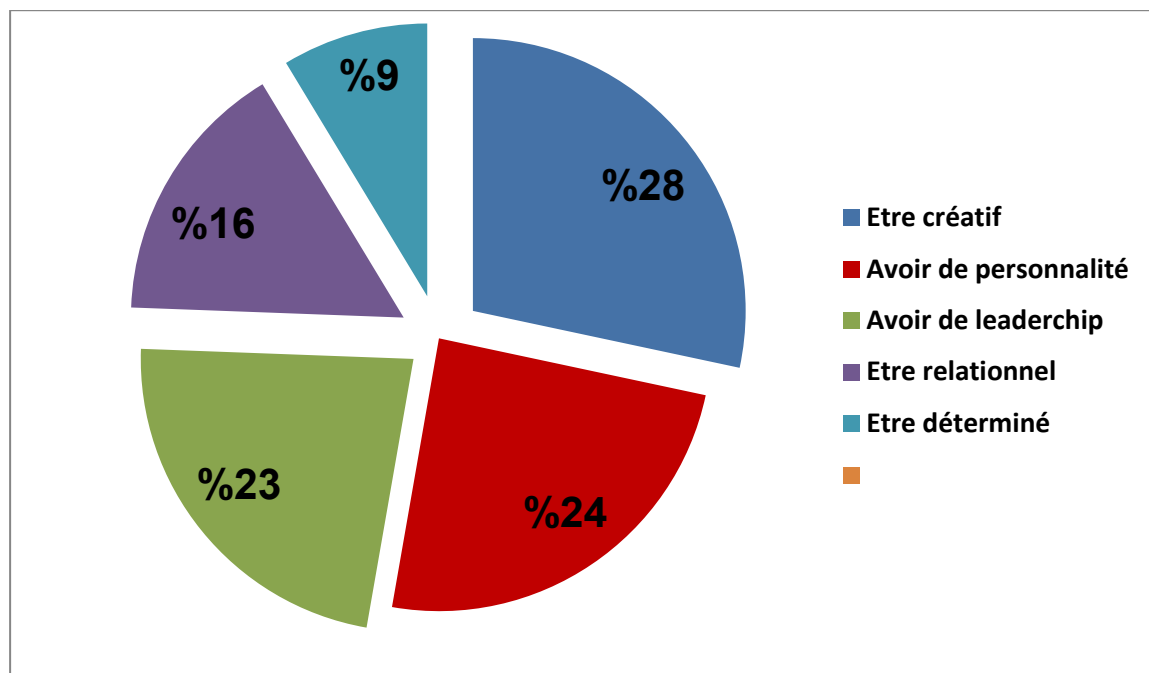
3-4 Caractéristiques favorisant le succès des entrepreneurs dans le monde de l'affaire

La figure N° 11 nous donne les caractéristiques qui ont une plus grande importance dans le succès de la personne en affaire, selon les entrepreneurs enquêtés la caractéristique la plus importante pour connaître le succès en affaire est « *savoir gérer* » avec un taux de 49% suivi par « *être créatif* » avec 28% et avoir un personnalité avec un taux de 24%.

En effet l'entrepreneur doit nécessairement avoir ces caractéristiques s'il veut réellement se maintenir dans l'activité entrepreneuriale.

« *Avoir de leadership* » « *être rationnel* » et « *être déterminé* » sont cités respectivement dans 23%, 16% et 9% des cas étudiés, cela s'explique par le fait que certains entrepreneurs intégrant les notions d'innovation et de risque dans le processus entrepreneurial.

Figure N° 11 : Caractéristiques favorisant le succès des entrepreneurs dans le monde de l'affaire



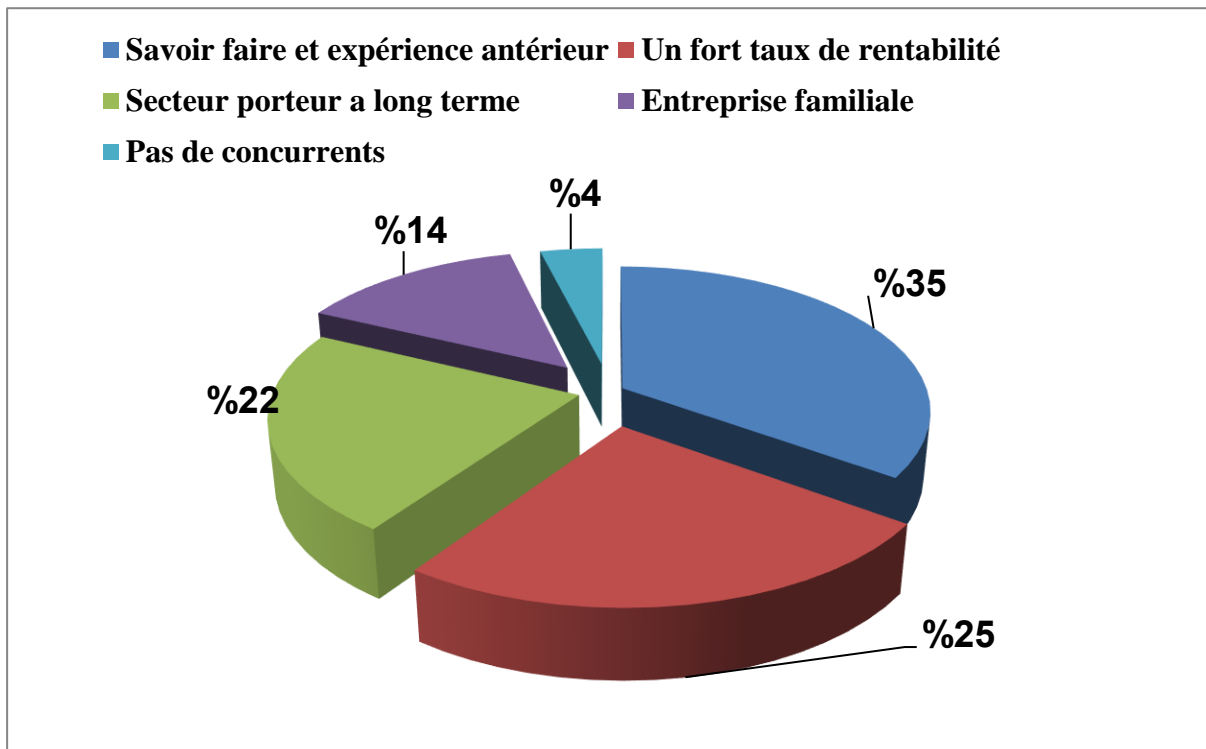
Source : Résultats réalisé par notre enquête

3-5 Facteurs qui ont aidé dans le choix de secteur d'activité :

La figure N° 12 présent les facteurs qui ont aidé les entrepreneurs à choisir le secteur d'activité, le facteur principal est l'existence du savoir-faire et d'expériences antérieurs avec un taux de 35%. En effet, la majorité des entrepreneurs ont signalé avoir acquis suffisamment d'expérience et de savoir-faire dans le même secteur d'activité que celui qu'ils ont créé leur entreprise.

25 % entrepreneurs avec un taux de des enquêtés ont déclaré d'avoir choisi un secteur qui est caractérisé par un fort taux de rentabilité, de plus des entrepreneurs pensent que leur choix est déterminé le fait que le secteur d'activité porteur à long terme soit (14%).

Figure N° 12 : Facteurs qui ont aidé dans le choix de secteur d'activité



Source : Résultats réalisés par notre enquête

3-6 Opportunités environnementales favorisant la création

L'acte d'entreprendre n'est pas seulement lié aux caractéristiques de l'entrepreneur mais également déterminé par les facteurs environnementaux. Il ressort de notre enquête que (54,76%) des enquêtés ont localisé leurs activités dans les agglomérations urbaines. Cela s'explique par les avantages qui se présentent au sein des agglomérations. D'autres, soit (25,80%) des cas ont répondu pour le facteur de la proximité d'autres activités. Ce qui présente des atouts certains et favorise des contacts directs avec les autres entrepreneurs.

Cette proximité permet la circulation d'information sur le processus de production, le produit, le marché, de bénéficier d'une certaine publicité, être connu par des clients ou fournisseurs. Elle permet enfin, de discuter des différents problèmes rencontrés par les entrepreneurs : aménagements, alimentation en énergie et problèmes du foncier. 7 entrepreneurs ont choisis de se localiser à côté des infrastructures développées. 02 entrepreneurs de notre échantillon ont choisi l'avantage fiscal comme un facteur déterminant dans la création et la localisation de son entreprise.

Chapitre III : Analyse des résultats de l'enquête

Tableau N°15: les opportunités environnementales qui favorisant la création

Les opportunités	Fréquence	Pourcentage(%)
Agglomération urbain importante	23	54,76%
Infrastructure développées	7	16,66%
Proximité d'autres activités	10	25,80%
Avantage fiscaux	2	4,76%
Total	42	100%

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

3-7 L'attachement à la région

Tableau N°16 : représente l'attachement à la région

L'attachement à la région	Nombres d'entrepreneurs	Fréquence
Très important	25	59,52%
Important	13	30,95%
Peu Important	3	7,14%
Pas Important	1	2,38%
Pas du tout important	0	00%
total	42	100%

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

25 entrepreneurs soit 59,52% déclaré que l'attachement à la région est très important contre 13 entrepreneurs soit 30,95% dit qu'il est important, 3 entrepreneur soit 7,14 % déclaré que l'attachement peu important et 1 entrepreneur soit 2,38 % déclaré que l'attachement pas important. Enfin la variable pas de toute important avec 0%

3-8 Facteurs qui ont à l'origine de la localisation de l'entreprise

Le tableau N° 17 présent les facteurs qui ont à l'origine de la localisation de l'entreprise, nous constatons que le facteur principale est le secteur choisit est vierge Avec un taux de (52,38%) en effet la majorité des entrepreneurs ont signalés que le facteur de la localisation est la proximité d'un nombre important d'entreprise du même secteur qui

Chapitre III : Analyse des résultats de l'enquête

représente (28,57%). Certains entrepreneurs avec un taux de (9,52%) des enquêtés ont déclaré que c'est la proximité d'un nombre important d'entreprise clients, 7,14% de totale des entrepreneurs pensent que c'est la proximité d'un nombre important d'entreprise dans le secteur est complémentaire. Enfin (2,37%) on voit que c'est la proximité d'un nombre important d'entreprise fournisseur.

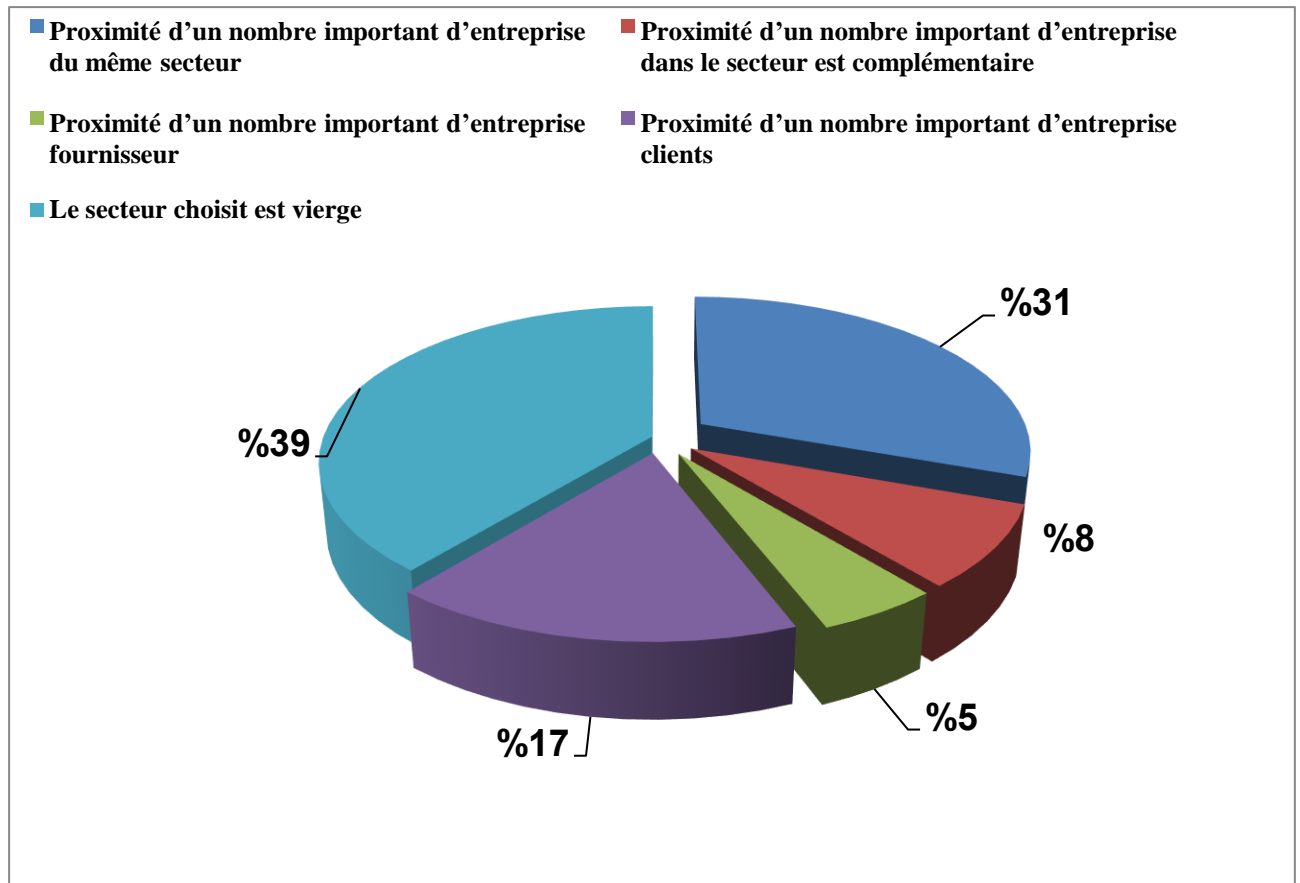
Tableau N°17 : les facteurs qui ont à l'origine de la localisation de l'entreprise

Les facteurs qui ont à l'origine de localisation de l'entreprise	Fréquences	Pourcentage
Proximité d'un nombre important d'entreprise du même secteur	18	30,51%
Proximité d'un nombre important d'entreprise dans le secteur est complémentaire	5	8,48%
Proximité d'un nombre important d'entreprise fournisseur	3	5,08%
Proximité d'un nombre important d'entreprise clients	10	16,95%
Le secteur choisit est vierge	23	38,98%
Total	59	100%

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

Figure N°13 : Facteurs qui ont à l'origine de la localisation de l'entreprise

Chapitre III : Analyse des résultats de l'enquête



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

3-9 Difficultés entravant la création d'entreprise :

A travers notre enquête sur un échantillon de 42 entrepreneurs, nous avons constatés que les entrepreneurs privés font face à plusieurs contraintes. (%45,24%) des enquêtés ont déclaré que les lenteurs administratives et les contraintes réglementaires désavantagent l'initiative privée. 10 entrepreneurs soit (23,81%) ont rencontrés des difficultés d'ordre financière (manque de collaboration et absence d'intégration des institutions financières). De plus, les entrepreneurs privés, subissent plusieurs formes de concurrence déloyale, qui représente (14,29%) des cas, face au commerce et à l'emploi informel, qui tend à se développer de manière irrationnelle. 05 entrepreneurs trouvent que Problème de l'obtention de l'agrément est le principale problème de leur activités soit (11,90%).

Chapitre III : Analyse des résultats de l'enquête

Tableau N°18 : Les Contraintes à la création et dans les projets de l'entreprise

Type de contraintes	Fréquences	Pourcentage
Problème de l'obtention de l'agrément	5	11,90%
Les contraintes administratives	19	45,24%
La fiscalité	2	4,76%
Les sources de financements	10	23,81%
La concurrence	6	14,29%
Totale	42	100%

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

Le tableau N° 18 montre que 22% des enquêtés ont déclaré que les contraintes administratives et réglementaires désavantagent l'initiative des entreprises touristiques et limitent par conséquent la volonté des entrepreneurs débutant, certains entrepreneurs soit 7% ont déclarés la rivalité de l'agrément et 4,44% aussi pour le problème de voisinage, encore 4,44% pour le problème l'indifférenciation dans l'offre des services. D'autre contraintes ont été avancé par les entrepreneurs problème de l'obtention de système Amadeus avec 2,22%, soit 2,22% qui déclenchant que le problème est le manque de l'infrastructure et reste bon à découvrir avec 2,22%.

4- Les tirs croisés entre les variables

4-1- Les tris croisé entre la variable l'activité socio professionnelle avant la création de l'entreprise et l'âge des entrepreneur

Tableau N°19 : la variable l'activité socio professionnelle avant la création de l'entreprise et l'âge des entrepreneurs

Chapitre III : Analyse des résultats de l'enquête

L'activité socio professionnelle avant la création de l'entreprise	L'âge des entrepreneurs							
	19-25ans		26-30 ans		31-45ans		Plus de 45ans	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Employé	2	67%	3	50%	9	42%	4	34%
Etudiant	1	33%	2	33%	0	00%	0	00%
Chômeur	0	00%	0	00%	1	5%	1	8%
Chef d'entreprise	0	00%	1	17%	10	48%	7	58%
Stagiaire	0	00%	0	00%	1	5%	0	00%
Total	3	100%	6	100%	21	100%	12	100%

Source des résultats de notre enquête

(3) entrepreneurs soit (50%) des entrepreneurs qui sont des employés ont un âge entre (26-30ans). (10) entrepreneurs soit (48%) qui sont des chefs d'une entreprise ont un âge entre (31-45ans). Soit 58% des entrepreneurs sont à l'âge plus 45 ans qui ont des chefs d'entreprise.

4-2 Les tris croisés entre la variable (*les motivations à la création*) et le sexe de l'entrepreneur

Tableau N°20 : La variable des motivations à la création et le sexe de l'entrepreneur

Les motivations à la création	Homme		Femme	
	Nombre	pourcentage	Nombre	pourcentage
Etre son propre patron	18	45%	11	55%
Réalise un rêve	7	18%	2	10%
Améliorer votre situation financière	10	25%	7	35%
Contribuer à crée des emplois	2	5%	0	0%
prise de risque	1	3%	0	0%
Expérimentés des idées	2	5%	1	5%
Total	40	100%	20	100%

Chapitre III : Analyse des résultats de l'enquête

Source : les résultats de notre enquête

(18) entrepreneurs soit (45%) qui sont des hommes ont été motivés dans la création de l'entreprise par le vouloir de créer son propre patron.

(11) entrepreneurs soit (55%) qui sont des femmes ont été motivés dans la création de l'entreprise par le vouloir de créer son propre patron.

4-3 les opportunités environnementales qui ont favorisé la décision de créer l'entreprise et l'attachement à la région L'attachement à la région

Tableau N°21 : la variable les opportunités environnementales qui ont favorisé la décision de créer l'entreprise et l'attachement à la région L'attachement à la région

Les opportunités environnementales qui ont favorisé la décision de créer l'entreprise	L'attachement à la région									
	Très important		important		Peu Important		Pas important		Pas du tout important	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Agglomération urbaine importante	24	50%	0	0%	0	0%	0	0	1	100%
Infrastructure développées	7	16%	1	100%	0	0%	0	0	0	0%
Proximité d'autres activités	14	29%	0	0%	0	0%	0	0	0	0%
Avantage fiscaux	3	6%	0	0%	0	0%	0	0	0	0%
Total	48	100%	1	100%	0	0%	0	0%	1	100%

Source : résultat de notre enquête

(24) entrepreneurs soit (50%) qui ont vu que l'attachement à la région est très important qui ont décidé de créer l'entreprise à cause d'une opportunité environnementale qui est l'agglomération urbaine importante.

Chapitre III : Analyse des résultats de l'enquête

(14) entrepreneurs soit (29%) qui ont vu que l'attachement à la région est très important qui ont décidé de créer l'entreprise à cause de la proximité d'autres activités. La variable est très dominante (*très important*).

L'attachement à la région est très important pour le lancement de projet qui encourage et a favorisé la continuation de l'activité entrepreneuriale.

4-4 Les Tris croisés entre la variable le travail de l'entrepreneur dans le secteur avant la création et le niveau d'instruction des entrepreneurs :

Tableau N°22 : la variable le travail de l'entrepreneur dans le secteur avant la création et le niveau d'instruction des entrepreneurs

Le travail de l'entrepreneur dans le secteur avant la création de l'entreprise	Primaire		Moyenne		Secondaire		Universitaire		Formation professionnelle	
	Nombre	(%)	nombre	(%)	Nombre	(%)	Nombre	(%)	Nombre	(%)
Oui	0	0%	1	50%	4		16	70%	8	73%
Non	0	0%	1	50%	2		7	30%	3	27%
Total	00	0%	02	100%	6		23	100%	11	100%

Source : résultat de notre enquête

(16) entrepreneurs soit (70%) des universitaires ont déjà travaillé dans le même secteur.

(8) entrepreneurs soit (73%) qui ont travaillé déjà dans le même secteur sont exercés des formations professionnelles.

Chapitre III : Analyse des résultats de l'enquête

4-5 Les Tris croisés entre la variable des motivations à la création et le sexe des entrepreneurs :

Tableau N°23 : Tris croisés entre la variable des motivations à la création et le sexe des entrepreneurs

Les situations qui ont déclenché le processus de la création de l'entreprise	19- 25 ans		26-30ans		31-45ans		Plus de 45ans	
	nombre	%	nombr e	%	nombre	%	nombr e	%
Argent à investir	2	67%	5	83%	14	67%	9	75%
Perte d'emploi	0	0%	0	00%	0	0%	0	0%
Travail insuffisant	0	0%	0	00%	1	4,76%	0	0%
Temps libre	0	0	0	00%	3	0%	1	8%
Opportunité	1	33%	1	17%	3	14%	2	17%
Total	3	100%	6	100%	21	100 %	12	100%

Source : résultat de notre enquête

(14) entrepreneurs soit (67%) qui ont un âge entre (31-45ans) ont été créé l'entreprise pour investir de l'argent.

(09) entrepreneurs soit (77%) qui ont l'âge plus de 45ans ont été créé l'entreprise dans le but d'investir de l'argent.

4-6 Les tris croisés entre la variable l'idée de la création de l'entreprise et la variable le travail de l'entrepreneur dans le secteur avant la création :

Tableau N°24 : la variable l'idée de la création de l'entreprise et la variable le travail de l'entrepreneur dans le secteur avant la création

Chapitre III : Analyse des résultats de l'enquête

L'idée de la création de l'entreprise	OUI		NON	
	Nombre	%	Nombre	%
Conseil d'un bureau d'étude	3	8%	2	20%
Connaissance d'un projet semblable	13	35%	4	40%
Relation professionnelle	17	46%	3	30%
Un nombre de votre famille à crée une entreprise	6	16%	1	10%
Total	37	100%	10	100%

(17) entrepreneurs soit 46% qui ont travaillé dans le même secteur avaient l'idée de la création à partir des relations professionnelles.

(13) entrepreneurs soit (38%) qui ont travaillé dans le même secteur avaient l'idée de la création à cause d'une connaissance d'un projet semblable.

Synthèse des résultats

D'après les résultats de notre enquête on constate que :

La forme juridique privilégier par les entrepreneurs enquêtés est : l'entreprise individuel et ainsi que la SARL.

- ✓ 50% des entrepreneurs enquêtés sont âgés entre 31 et 45 ans ;
- ✓ 60% des entrepreneurs enquêtés sont mariés ;
- ✓ 56% des entrepreneurs enquêtés ont un niveau universitaire ;
- ✓ la majorité des entreprises enquêtées soit 80% sont créés entre la période 2010-2020 ce qui explique la forte dynamique de création des entreprises ses dernières années ;
- ✓ les micro- entreprises comprenant de 1 à 9 salariés représentent 64% des entreprises enquêtées ;
- ✓ la plus grande fréquence dans le secteur d'activité revient au domaine d'agence de voyage avec 48% de total ;

Chapitre III : Analyse des résultats de l'enquête

- ✓ 52% des entrepreneurs sont exercé les capitaux initiaux investir, proviennent essentiellement épargnes personnel (autofinancement),
- ✓ la plupart des entrepreneurs enquêtés soit 59% ont exercé avant comme des employés.
- ✓ la majorité des entrepreneurs enquêtés, soit 65% ont une expérience professionnelle antérieure dans le domaine de tourisme ;
- ✓ 64% des entrepreneurs qui n'ont pas une influencé par les parents sur la création de l'entreprise,
- ✓ la majorité des entrepreneurs soit 45% ont travaillé avant dans le même secteur d'activité.
- ✓ 74% des entrepreneurs enquêtés sont des propriétaires ;
- ✓ 36% des entrepreneurs sont motivés essentiellement par la volonté d'être le propre patron.
- ✓ l'agglomération urbaine avec un taux de 55% est l'opportunité environnementale la plus efficace qui favorise la création de l'entreprise ;
- ✓ 36% des entrepreneurs estiment que le facteur principal de la création de l'entreprise est à proximité d'un centre urbain ;
- ✓ 59% des entrepreneurs déclaré que l'attachement à la région est très important pour la localisation de son entreprise ;
- ✓ 39% des enquêtés estiment que le facteur de localisation le plus dominant est que le secteur choisit soit vierge ;
- ✓ 45% des entrepreneurs déclarent que le principal obstacle rencontré est la contrainte administrative ;
- ✓ 33% de ceux qui ont travaillés déjà dans le même secteur disent que les raisons de l'idée de créer son entreprise sont les relations professionnelles ;
- ✓ 58% des entrepreneurs sont à l'âge plus 45 ans qui ont des chefs d'entreprise.
- ✓ 50% des enquêtés estiment que l'attachement à la région est très important pour l'opportunité environnementale qui est l'agglomération urbaine ;

Chapitre III : Analyse des résultats de l'enquête

- ✓ 46% entrepreneurs qui travaillé dans le même secteur ont avaient l'idée de la création à partir des relations professionnelles ainsi que la connaissance d'un projet semblable.
- ✓ 73% qui ont travaillé déjà dans le même secteur d'activité avant la création de l'entreprise sont exercés des formations professionnelles.
- ✓ 70% des universitaires ont déjà travaillé dans le même secteur.
- ✓ 67% entrepreneurs qui ont un âge entre (31-45ans) ont été créé l'entreprise pour investir de l'argent.
- ✓ (45%) des entrepreneurs hommes et (55%) des femmes ont été motivés dans la création de l'entreprise par le vouloir devenir son propre patron.
- ✓ 46% entrepreneurs qui ont travaillé dans le même secteur avaient l'idée de la création à partir des relations professionnelles

Chapitre III : Analyse des résultats de l'enquête

Conclusion

Notre enquête nous a permis de constater que la plus part des entreprises touristique créées étaient sous forme d'entreprise individuel pour la plus part, et se sont généralement des micro-entreprises ,80% ont créés entre la période 2010-2020

Les entrepreneurs qui se lancent dans la création d'entreprise touristique sont relativement jeunes entre 31 et 45 ans. Il ressort de cette enquête que la plupart des entrepreneurs ont une forte volonté de créer leur propre emploi et la volonté d'être le chef de son entreprise. Cette caractéristique est considérée comme le motif le plus motivant pour se lancer en affaire.

Conclusion générale

Nous avons tout au long de notre travail essayé de définir les principaux déterminants entrepreneurial à la création des entreprises dans le secteur touristique en Algérie cas de la wilaya de Tizi-Ouzou. Pour se faire nous avons posé la problématique suivante, afin de nous aider et nous guidé : **Quels sont les déterminants entrepreneurial a la création des entreprise touristique dans le secteur touristique en Algérie ? Cas de la wilaya de Tizi-Ouzou.**

Pour ce faire nous avons mené une enquête de terrain ayant touché un échantillon de 42 entrepreneurs qui ont investi dans le tourisme dans la wilaya Tizi-Ouzou.

Pour ce faire, nous avons élaboré un éclairage théorique sur le concept d'entrepreneuriat et celui de l'entrepreneur dont le but d'expliquer la dynamique entrepreneurial. Plus précisément, nous nous sommes interrogés sur le profil personnel de l'entrepreneur, ses origines sociales, ses trajectoires professionnelles, ses motivations et les déterminants de son action et enfin les opportunités environnementales favorisant la création.

L'entrepreneurial est un phénomène qui se manifeste par deux forces, l'une liée à l'acte d'entrepreneuriat qui est souvent associé à la création d'entreprises et l'autre est liée à l'ensemble des activités de l'entrepreneur qui vise à créer, maintenir et à développer une entreprise. Une plus forte motivation entrepreneuriale peut sans doute conduire à mener de projet plus nombreux. Tout fois, soulignons que l'on ne motive pas un individu, on peut seulement lui donner un espace pour vivre sa motivation. Une forte intensité motivationnelle peut ne pas concrétiser par la réalisation d'un projet du fait de contrainte par l'individu.

La création de l'entreprise est la manifestation la plus claire de l'entrepreneuriat, qui est le résultat des activités, de l'entrepreneur. Ce processus de création renseigne sur la dynamique entrepreneuriale dans une région, ou dans un pays

D'une manière générale, la pluparts des entreprises de notre échantillon ont été créé à partir des années, 2010 et 2020. La forme juridique dominante est l'entreprise individuelle et la SARL. De plus, nous n'avons constaté que la plupart des entrepreneurs investie essentiellement dans le secteur de tourisme, dans lesquels ils possèdent de savoir-faire et d'expériences antérieur.

La majorité des entrepreneurs sont écrasante des hommes, ayant un âge mûr entre 31 ans et 45ans, dans la plupart des cas, ils sont à la fois propriétaire et gérants de leurs entreprises.

Conclusion générale

A partir des réponses des questions N°10 et N °18 Nous pouvons confirmer la première hypothèse qui stipule que l'entrepreneure touristique cherche à investir dans un secteur où il a les gens acquis de l'expérience antérieur. Parce que le facteur principal est l'existence d'un savoir-faire et d'une expérience antérieurs dans le même secteur où ils ont créé leur entreprise.

A partir des réponses aux questions N°13 et N°14 nous pouvons infirmer la deuxième hypothèse qui stipule que le développement de la motivation entrepreneuriale à déterminer par les relations personnelles et familiale chez les entrepreneurs touristiques car l'émergence de l'idée d'entreprendre, vient à partir les relations professionnelles et la connaissance du projet semblable sont à l'origine de l'idée de la création et la connaissance d'un projet.

A la lumière de ces conclusions, il ressort également de notre enquête ce qui concerne l'implantation géographique, l'échantillon révèle une forte concentration spatiale des entreprises enquêtées au niveau des agglomérations urbaines ou les infrastructures de base sont développées est le secteur choisit est vierge et la proximité d'un nombre important de même secteur, cette concentration se justifie par le fait que les potentialités territoriales favorisent la création d'entreprise.

D'après les entrevues menées avec les entrepreneurs privés, plusieurs contraintes entravant leur processus entrepreneurial qui rendent la durée de création de leur entreprise longue. Ces contraintes peuvent même freiner leur décision. La réalisation d'un projet d'investissement demeure difficile en Algérie vue la complexité du climat des affaires. Les principaux obstacles de l'entrepreneuriat touristique, sont principalement d'ordre administrative et financière (*rigidité des banques*). Les principales propositions, avancées par les entrepreneurs touristiques, enquêtés sont : la souplesse de l'administration et la lutte contre la bureaucratie, les facilités d'accès aux ressources financières et une meilleur implication des banques. Si le secteur touristique est accepté comme acteurs de Croissance pour le pays, alors il faut mettre fin aux pratiques discriminatoires, qui existe dans l'accès aux ressources de production, financières et matérielles, sans oublier de citer la pression bureaucratique. Nous souhaitons que ce modeste travail, contribue, dans le domaine de la recherche sur l'entrepreneuriat et apportera une goutte de connaissance dans la mer que représente ce champ de recherche.

Liste des abréviations et sigles

Abréviations	Significations
ANDI	Agence Nationale de Développement des Investissements
ANGEM	Agence Nationale de Gestion du Microcrédit
ANSEJ	Agence National de Soutien des Jeunes
CAP	Croissance, Autonomie, Pérennité
CNAC	Caisse Nationale d'Assurance Chômage
GEM	Global Entrepreneur ship
PIC	Pérennité, Independence, Croissance
PME	Petite et Moyenne Entreprise

Liste des tableaux

Tableau n°1 : Sommaire des écoles entrepreneuriales.....	9
Tableau N° 02 : La taille de l'échantillon de notre enquête	62
Tableau N° 03 : La taille de l'entreprise selon les catégories.....	66
Tableau N°4 : la répartition des entreprises enquêtées selon le domaine d'activité.....	67
Tableau N°5 : la répartition de la structure du financement initial des entreprises enquêtées .	67
Tableau N°06 : Répartition des entrepreneurs selon leur sexe	68
Tableau N°7 :..	68
Tableau n°8 : la répartition de l'âge des entrepreneurs.....	69
Tableau N°9 : Répartition des entrepreneurs selon le niveau d'instruction.....	70
Tableau N°10 : Le domaine d'activité des entrepreneurs Avant la création de l'entreprise ..	71
Tableau N° 11 : Répartition des entrepreneurs selon les entrepreneurs qui ont travaillé dans le même secteur	71
Tableau N° 12 : La position des entrepreneurs dans l'entreprise créée.....	73
Tableau N°13 : L'influence des parents sur la création de l'entreprise.....	73
Tableau N° 14 : Les raisons qui ont motivé les entrepreneurs à créer leurs entreprises	75
Tableau N°15 : les opportunités environnementales qui favorisent la création	79
Tableau N°16 : représente l'attachement à la région.....	79
Tableau N°17 : les facteurs qui ont à l'origine de la localisation de l'entreprise.....	80
Tableau N°18 : Les Contraintes à la création et dans les projets de l'entreprise.....	82
Tableau N°19 : la variable l'activité socio professionnelle avant la création de l'entreprise et l'âge des entrepreneurs.....	82
Tableau N°20 : La variable des motivations à la création et le sexe de l'entrepreneur.....	83

Tableau N°21 : la variable les opportunités environnementales qui ont favorisé la décision de créer l'entreprise et l'attachement à la région L'attachement à la région.....84

Tableau N°22 : la variable le travail de l'entrepreneur dans le secteur avant la création et le niveau d'instruction des entrepreneurs85

Tableau N°23 : Tris croisés entre la variable des motivations à la création et le sexe des entrepreneurs86

Tableau N°24 : la variable l'idée de la création de l'entreprise et la variable le travail de l'entrepreneur dans le secteur avant la création..... 87

Listes des figures

Figures N°01 : Le modèle non processuel de Shapero (1975).....	36
Figures N°02 : Modèle multidimensionnel de Gartner 1985	39
Figure N° 03 : Le modèle de création d'entreprise de Bygrave (1989).....	40
FigureN°04 : La forme générique du processus de création d'entreprise de Bruyat (1993)	43
Figure N° 5 : Structure de financement initial des entreprises enquêtées.....	68
Figure N°6 : Présentation de situation professionnelle avant la création de l'entreprise.....	71
Figure N° 07 : Présentations de la situation professionnelle (expérience antérieure)	72
Figure N°8 : Répartition des entrepreneurs selon le temps de travail dans le même secteur	72
Figure N° 09 : L'origine de l'idée de création.....	74
Figure N°10 : la situation qui à déclenche le processus de création de l'entreprise.....	76
Figure N° 11 : Caractéristiques favorisant le succès des entrepreneurs dans le monde de l'affaire	77
Figure N° 12 : Facteurs qui ont aidé dans le choix de secteur d'activité	78
Figure N°13 : Facteurs qui ont à l'origine de la localisation de l'entreprise.....	81

Remerciements

Dédicaces

Sommaire

Liste des abréviations

Introduction générale1

Chapitre I : généralité sur l'entrepreneuriat4

Introduction4

Section 1 : cadre conceptuel et théorique sur l'entrepreneuriat5

1. Aperçu théorique sur l'entrepreneuriat5

1.1 Définition de l'entrepreneuriat5

1-2 Les écoles entrepreneuriales6

1-2-1 L'école du « surhomme»6

1-2-2 L'école classique7

1-2-3 L'école des caractéristiques psychologiques7

1-2-4 L'école du management8

1-2-5 L'école du leader8

1-2-6 L'école de l'intrapreneur8

1-3 Les formes de l'entrepreneuriat10

1-3-1 Création par essaimage10

1-3-2 Création par franchise10

1-3-3 L'intrapreneuriat11

1-3-4 La reprise de l'entreprise11

1-3-5 La création ex-nihilo11

1-3-6 La création d'activité nouvelle	11
1-3-6 La création de filiale	12
1- 4 L'importance socio-économique de l'entrepreneuriat	12
1-5 L'impact de l'acte entrepreneurial	13
2- Aperçu théorique sur L'entrepreneur	13
2-1 Les caractéristiques de l'entrepreneur.....	15
2-1-1 Les traits de caractères	15
2-1-2 L'opportunisme	15
2-1-3 L'entrepreneur est un organisateur	16
.2-1-3 Un preneur de risques	16
2-1-4 La motivation	16
2-2 Typologie d'entrepreneur	17
2-2-1 La typologie selon Smith	17
2-2-2 La typologie selon Laufer	17
2-2-3Typologie Julien et Marchesnay	18
2-2-4 La typologie selon Schumpeter.....	19
2-3 Les objectifs de l'entrepreneur	19
2-3-1 La satisfaction des clients et la qualité	20
2-3-2 L'indépendance financière	20
2-3-3 La croissance du chiffre d'affaire, et la croissance des bénéfices	20
Section 2 : Création de l'entreprise : acte essentiel de l'entrepreneuriat	21
1- Les Étapes de la création d'entreprise	21
2- Les déterminants de la création de l'entreprise.....	21
2-1 Caractéristique individuelles.....	22

2-2 La situation sur le marché d'emploi	22
2-3 Importance du niveau de qualification.....	22
2-4 Contrainte de financement et aides au créateur	23
2-5 L'influence du milieu	23
2-5-1 La demande de marché et son accessibilité.....	23
2-5-2 Les économies d'agglomération et de localisation.....	23
2-5-3 Le marché du travail	24
2-6 Importance du niveau de qualification.....	24
2-7 Les déterminants environnementaux.....	24
3-Généralité sur la création d'entreprise et les PME.....	26
3-1 Définition de la PME	26
4- Caractéristique des PME	28
5- Les types de création.....	29
5-1 la création de reproduction.....	29
5-2 La création imitation.....	29
5-3 La création innovation-valorisation.....	29
5-4 La création innovation-aventure.....	30
6- Les atouts et les faiblesses des PME.....	30
6-1 les atouts des PME.....	30
6-2 Les faibles des PME	30
Conclusion.....	32
Chapitre II: Les déterminants à la création de l'entreprise.....	33
Introduction.....	33

Section 01 : Les modèles d’entrepreneuriat.....	34
1-Les modèles d’entrepreneuriat ...	34
1-1 Le modèle de SHAPERO (1975)	34
1-1-1 La discontinuité ou déplacement, variable de situation.....	34
1-1-1-1 Les situations négatives	34
1-1-1-2 Les situations positives	34
1-1-2 La crédibilité de l’acte, variable sociologique.....	35
1-1-3 La faisabilité de l’acte, variable économique.....	36
1-2 Le modèle de Gartner 1985	37
1-3 Le modèle de Bygrave (1989)	40
1-4 Le Modèle de Bruyat (1993)	42
Section 2 : les motivations de l’entrepreneur à l’égard de l’entrepreneuriat.....	46
1-Les facteurs motivationnels de l’entrepreneuriat	46
1-1 Définition de la motivation	46
1-2-1 Comprendre l’acte entrepreneurial.....	47
1-2-2 Les approches par les caractéristiques et les besoins des entrepreneurs	47
1-2-3 Les approches comportementales et cognitives de l’entrepreneur.....	48
1-2-3-1 Le modèle de la formation organisationnelle de Learned (1992)	48
1-2-3-2 Le modèle de l’évènement entrepreneurial de Shapero (1975)	48
1-2-2-3 Le modèle de l’intention entrepreneuriale de Boyd et Vozikis (1994)	50
1-2-3 Les principales dimensions environnementales favorisant la création.....	51
1-2-3-1 Les raisons socioculturelles.....	51
1-2-3-2 Les dimensions économiques et démographiques.....	51

1-2-3-3 Les motifs politiques	52
2-Les facteurs de motivation des entrepreneurs.....	52
2-1 Facteurs économiques	52
2-1-1- Accessibilité au marché	52
2-1-2 Ressource financières	53
2-1-3 Les ressources humaines	53
2-2 Facteurs psychologiques.....	53
2-2-1 Besoin d'indépendance	53
2-2-2 Besoin d'accomplissement	54
2-2-3 Créativité et innovation.....	54
2-2-4 La prise de risque	55
2-2-5 L'internalisé du lieu de contrôle	55
2-3 Facteurs sociologiques et culturels	55
2-3-1 L'éducation	55
2-3-2 L'âge	56
2-3-3 Le milieu familial	56
2-3-4 Le territoire	56
2-3-5 Les activités professionnelles antérieures	57
Conclusion	58
Chapitre III.....	59
Introduction.....	59
Section 1 : Méthodologie de la recherche.....	60

1- Méthodologie de la recherche	
1-1 Le terrain de l'enquête.....	60
1-2 Objectifs de l'enquête.....	60
1-3 Elaboration du questionnaire	60
1-4 La taille de l'échantillon.....	61
1-6 La formulation du questionnaire	64
1-7 Déroulement du questionnaire	64
1-8 Le traitement et dépouillement des questionnaires.....	65
Section 2 : Analyse des résultats de l'enquête.....	66
1-Analyse du profil des Entreprises créent.....	66
1-1 Répartitions des entreprises selon leurs tailles.....	66
1-2 Répartition des entreprises enquêtées selon le domaine d'activité.....	67
1-3 la structure du financement des entreprises	67
2- les origines et antécédents de l'entrepreneur.....	68
2-1 Répartition selon le sexe de l'entrepreneur.....	68
2-2 Situation matrimoniale.....	69
2-3 L'âge des créateurs d'entreprises.....	69
2-4 Répartition des entrepreneurs selon leurs niveaux d'instruction.....	70
2-5 Répartition des entrepreneurs selon la situation professionnelle de l'entrepreneur avant la création.....	70
2-6 Parcours professionnel (expérience antérieur)	71
2-7 Travaillé dans le même secteur d'activité, avant de lancer votre entreprise.....	72
2-8 Position des entrepreneurs dans l'entreprise créée	73

2-9 L'influence des parents sur la création de l'entreprise.....	73
3-Les motivations de l'entrepreneur a l'égard de la création de l'entreprise	74
3-1 L'origine de l'idée de création de l'entreprise	74
3-2 Les raisons qui ont motivé les entrepreneurs à créer leurs entreprises	74
3-3 la situation qui à déclenche le processus de création de l'entreprise.....	75
3-4 Caractéristiques favorisant le succès des entrepreneurs dans le monde de l'affaire	76
3-5 Facteurs qui ont aidé dans le choix de secteur d'activité	77
3-6 Opportunités environnementales favorisant la création	78
3-7 L'attachement à la région	79
3-8Facteurs qui ont à l'origine de la localisation de l'entreprise.....	79
3-9 Difficultés entravant la création d'entreprise	81
4- Les tris croisés entre les variables.....	82
4-1- Les tris croisé entre la variable l'activité socio professionnelle avant la création de l'entreprise et l'âge des entrepreneurs.....	82
4-2 Les Tris croisés entre la variable (<i>les motivations à la création</i>) et le sexe de l'entrepreneur.....	83
4-3 Les Tris croisés entre les opportunités environnementales qui ont favorisé la décision de crée l'entreprise et l'attachement à la région L'attachement à la région entrepreneur	84
4-4 Les Tris croisés entre la variable le travail de l'entrepreneur dans le secteur avant la création et le niveau d'instruction des entrepreneurs.....	85
4-5 Les Tris croisés entre la variable les motivations à la création et le sexe des entrepreneurs	86
-Synthèse des résultats.....	87
Conclusion.....	90

Conclusion générale91

Bibliographie

Liste des tableaux et figures

Annexes

Table des matières

Résumé

Annexe

Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou

Faculté des sciences Économiques, Commerciales et science de Gestion

Département des sciences commerciales

Questionnaire adressé aux chefs d'entreprises du secteur touristique

Ce questionnaire entre le cadre de la préparation d'un mémoire de master en spécialité Marketing Hôtelier et Touristique concernant les déterminant de la création des entreprises touristiques.

Nous avons serions reconnaissants de bien vouloir répondre aux questions suivantes aussi franchement que possible .Veillez cochez le caissier de la réponse reflétant votre, certaine question admettent plusieurs possibilités de réponse. Les informations recueillies auront une finalité strictement scientifique et l'anonymat de l'entrepreneur et de l'entreprise sera gardée confidentielles.

Merci

I- Le profil de l'entreprise :

1- Quel est le profil de votre entreprise ?

1 -Nom ou raison social :

.....

2- la forme juridique de l'entreprise :

.....

3- Adresse lieu d'implantation :

.....

4- Année de début de l'activité :

.....

2- Quel est la taille de votre entreprise selon les catégories suivantes ?

-Micro entreprise (1 à 9 salariés)

-Petite entreprise (10 à 45 salariés)

-Moyenne entreprise (50 à 250 salariés)

-Grande entreprise (250 à 1000 salariés)

3-Secteur d'activité de votre entreprise

a)Services		e) Maintenance	
b) Artisanat		f) animation	
c) hébergement		j) Restauration	
d) Transport		h) Agence de voyage	

04- Quelle est la structure du financement initial ?

- Epargne personnelles (autofinancement)

-Emprunts bancaires

- Capitaux familiaux

- Emprunts chez les amis

II-Origin et antécédents de l'entrepreneur

05-Sexe :

- masculin

-féminin

06-Situation matrimonial:

-Marié(e)

-Célibataire

- Divorcé

07-AGE :

19-25 ans

26-30 ans

31-45ans Plus de 45

08-Niveau d'instruction :

-Primaire

-Secondaire

-Moyenne

-Universitaire

-Formation professionnelle

09-Situation professionnelle de l'entrepreneur avant la création de l'entreprise

-Employé -Stagiaire -Chômeur
-Chef d'une autre entreprise - Etudiant

10- Avez-vous une expérience professionnelle antérieure ?

-Oui -Non

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

-Oui -Non

Si c'est oui, pour combien de temps

Moins d'une année De 4 à 8ans
De 1à 4 ans Plus de 8ans

12-Quel est votre position dans l'entreprise ?

Propriétaire
Directeur générale

Si autre, précisez.....

13-Pensez-vous que vous avez été influencé par vos parents ?

-Oui -Non

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

14-Comment est venue l'idée de crée votre entreprise ?

-Conseil d'un bureau d'étude -Connaissance d'un projet semblable
-Relations professionnelles -Relation personnelle et familiale
-Si autre, précisez

15-Parmi ces raisons, les quelles vous ont motivé le plus, à vous lancer en affaires ?

-Réaliser un rêve -Expérimenter des idées

- Améliorer votre situation financière -Etre son propre patron
- Contribuer à crée des emplois -Prise de risque
- Si autre, précisez.....

16-Selon vous, l'une ou l'autre des situations suivantes a déclenché le processus de création de votre entreprise :

- Argent à investir -Travail insatisfaisant - Opportunité
- Temps libre -Perte d'emploi
- Autres,.....

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

- Etre déterminé - Avoir du leadership -Etre créatif
- Etre rationnel -Avoir une personnalité forte
- Autres,.....

18-Quels sont les facteurs qui vous ont aidés dans le choix de votre secteur d'activité ?

- Un fort taux de rentabilité - Savoir-faire et expérience antérieures
- Secteur porteur à long terme - Entreprise familiale - Pas de concurrents
- Autres,.....

19-Quelles sont les opportunités environnementales qui ont favorisé la décision de créer votre entreprise ?

- Agglomération urbaine importante Infrastructure développées
- Avantage fiscaux -Proximité d'autre activité
- Autres,.....

20-Dans votre choix d'implantation, comment considérer vous l'attachement à la région?

- Très important -Important -pas important
-Peu important -pas du tout important

21-Indiquez Quels sont les facteurs qui ont à l'origine de la localisation de votre entreprise?

- proximité d'un nombre important d'entreprise du même secteur
- Proximité d'un nombre important d'entreprise dont le secteur est complémentaire
- Proximité d'un nombre important d'entreprise fournisseur
- Proximité d'un nombre important d'entreprise clientes
- Le secteur choisi est vierge

22-Quelles sont les principaux problèmes ayant entravé la réalisation de votre projet ?

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

Merci pour votre aimable collaboration, et votre participation

Bibliographie

Ouvrages

- **Bérangère DESCHAMPS**, « le processus de reprise d'entreprise par les entrepreneurs personnes physique », p232.
- **Bruyat C**, « Contributions épistémologiques au domaine de l'entrepreneuriat », Revue française de g Fayolle A, « L'enseignement de l'entrepreneuriat dans les universités françaises : analyse de l'existant et propositions pour en faciliter le développement » p : 15.
- **COVIN Jeffrey G., SLEVIN Dennis P.**, « A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior », Entrepreneurship Theory and practice, Fall, 1991
- **Cunningham J B, Lischeron J**, « Defining entrepreneurship », , Journal of Small Business Management, Vol 29, N° 1, Janvier 1991.p34
- **Fayolle A**, « Le métier de créateur d'entreprise », Editions d'Organisations, France, 2003,P 53
- **Fayolle A**, « Processus entrepreneurial et recherche en entrepreneuriat : les apports d'une approche perceptuelle et empirique du domaine » AIREPME, CIFPME, 5ème congrès international francophone sur la PME, 25, 26 et 27 octobre 2000, Lille p : 9
- **Fayolle(A), Filion (L.J)** : *Devenir entrepreneur, des enjeux aux outils*, Paris, village Mondial, p 17
- **Gifford Pinchot**, « *Why you don't have to leave the corporation to become an entrepreneur*», 1985,p53
- **HENRI, (C)** : « entrepreneuriat et création d'entreprise », 1er édition de Boeck université, Bruxelles, p48-64.
- **Hernandez E-M**,« L'entrepreneuriat Approche théorique le Harmattan», France 2000, P 89.
- **Julien P.A et Marchesnay.M**, « Entreprenariat ».Ed. Economica, 1996. P52.
- **LOUART, P. Motivation**. In : SIMON, Y. et JOFFRE, P. (éd.), Encyclopédie de gestion. Paris: Economica, 1997, p1205
- **Louis Jacques FILLION** « *le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances* », cahier de recherche Janvier 1997.
- **Mahe de boislandelle**. « La gestion des ressources humaines dans les PME ».economica, paris, 1998.P486

- **Mouloungui A M**, « Processus de transformation des intentions en actions entrepreneuriales », Université Charles de Gaulle, Lille III, 2012, p : 10.
- **P. Albert, P.Mougenot**, La création d'entreprises high-tech. Revue Française de Gestion, n° 68, mars-avril, (1988).
- **Shapero A, Sokol L**, «The social dimensions of entrepreneurship », Encyclopedia of entrepreneurship, Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1982, p: 72-90.
- **Sophie Boutillier Et Dimitri Uzunidis 1999** : La légende de l'entrepreneur, coll. Alternatives Economiques, éd. Syros, 1999, p48.
- **Torres Olivier** « les PME ». Ed, Flammarion, Paris, 1999, P13.
- **Verstraet. T**, « histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat », management et société, 2000, p293.
- **Wtterwulaghe**, « La PME une entreprise humaine », Ed, de Boeck, 1998, p14.

Mémoires et thèses

- **ABDEFETTAH Sonia, ABERBOUR Khelidja**, « *Les déterminants de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants* », 2014.
- **ABIDAT Nouraya**, « *l'intention de l'entrepreneuriat féminin, Cas des étudiantes de fin de cycle de l'université de Bejaia* », Mémoire de Master II, Juin 2014.
- **AISSANI .N** «*la politique de soutien des PME et leur rôle dans le développement économique en Algérie* », Mémoire de magister en Sciences Commerciale, université d'Oran, 2006.
- **AKTOUF Omar**. « *Méthodologie des Sciences sociales et approche qualitative des organisations : une introduction à la démarche classique et une critique* ». HEC, Montréal : les presses de l'université du Québec, 1987.
- **Arnaud BERTHONNET** « *Le tourisme en Algérie une histoire à écrire* », Université de Paris IV Sorbonne, 2011.
- **BENREDJEM Rédha**, « *l'intention entrepreneuriat : l'influence des facteurs liés à l'individu et au milieu* ». Cahier de recherche, 2009.
- **Berreziga Amina**, «*la culture entrepreneuriale chez les entrepreneurs algériens* », colloque national sur : les stratégies d'Organisation et d'Accompagnement des PME en Algérie.
- **BRUYAT Christian**, «Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation », Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France, Grenoble II, ESA, 1993, p : 160.
- **CHELIL.A, AYAD.S**, « *PME en Algérie, réalité et perspective université de Tlemcen* », 20.

- **FRANCIS brouillard** « facteurs de motivation à démarrer une entreprise en Abitibi-TÉMISCAMINGUE » UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À CHICOUTTMI, 2005, p19. 08
- **Gharbi Samia** « *Les PME/PME en Algérie, Etat des lieux* ».In : Les cahiers de LAB.RII, N° 238, mars 2011.
- **Gasse Y**, « l'influence des milieux dans la création d'entreprise », centre d'Entrepreneurial et de PME.QUEBEC. Université, Laval, 2003, p62.
- Ministère de l'Industrie, de la petite et moyenne Entreprise, et de la promotion de l'investissement, bulletin d'information, statistique n° 33, 1ere semestre 2018.
- **NASROUN.N**, « *Dynamique entrepreneuriale des PME dans la wilaya de Bejaia*», mémoire de magister en Sciences de gestion, université de Bejaia, 2011.
- **OUSALEM Hachemi, YOUNICI K.**, « Contribution de l'ANSEJ à la dynamique entrepreneuriale : Cas de l'ANSEJ Bejaia », université Béjaia mémoire de fin d'étude, 2012, page : 35.
- **SALAH.L** :«*l'intention entrepreneuriale des étudiants : cas du Liban*», thèse pour le doctorat de Nouveau Régime Science de Gestion, Université de Nancy 2, 2011, France.
- **Tounès A**, « L'intention entrepreneuriale », Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE », Thèse en Science de Gestion, Université de Rouen, Faculté de Droit, des Science Economiques et de Gestion, 2003, p : 38 et 39.
- **W- Tabet-Aouel Lachachi**, « Le processus entrepreneurial en Algérie une adaptation du modèle de Gartner », Les cahiers du cread 2014, N° 107-108, p.32
- **Widad Gechtouli, Manelle Gechtouli**. « *l'entrepreneuriat en Algérie : quels enjeux pour quelles réalités* »,Buisness school,Paris,Nice,2014.

Webographie

- www.commerce.gov.dz.
- www.doingbusiness.org.
- www.gemconsortium.org, Global Entrepreneurship Monitor.
- www.ipag.fr.
- www.nouvelobs.com..

Résumé

L'entrepreneuriat est un moyen pour assurer la capacité d'innovation elle se caractérise principalement par l'acte de la création d'entreprise.

Le but de notre réflexion consiste à étudier un certain nombre de déterminants pour l'entrepreneur touristique dans les wilayas du centre d'Algérie.

Il ressort de notre étude que la plupart des entrepreneurs ont un fort sentiment d'indépendance et d'autonomie et la volonté de créer leurs propres emplois. Cette caractéristique est la plus motivante pour ce lancer en affaire.

L'idée de la création des entreprises touristiques dans les wilayas du centre d'Algérie est la résultante d'un ensemble de déterminants qui sont :

La connaissance d'un projet semblable ou similaire, la construction des relations professionnelles et familiales affecte des choix à entreprendre.

Mots clés :

Entrepreneuriat, entrepreneur, création d'entreprise, les entreprises touristiques, déterminants de la création.

Abstract

Entrepreneurship is a means to ensure the ability to innovate it is characterized mainly by the act of business creation.

The purpose of our reflection is to study a number of determinants for the tourism entrepreneur in the wilayas of central Algeria.

Our study shows that most entrepreneurs have a strong sense of independence and autonomy and a willingness to create their own jobs. This feature is the most motivating for this business launch.

The idea of creating tourism businesses in the wilayas of central Algeria is the result of a set of determinants that are: Knowledge of a similar or similar project, the construction of professional and family relationships affects choices to be made.

Keywords:

Entrepreneurship, entrepreneurship, business creation, tourism businesses, determinants of creation.