



Université d'Oran 2

Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion

THESE

Pour l'obtention du diplôme de Doctorat « L.M.D »

En Sciences de Gestion

**Le rôle du profil de l'entrepreneur dans le succès de la
PME Algérienne**

Présentée et soutenue publiquement par :

Mme MRABET Mansouria

Devant le jury composé de :

M.SALEM Abdelaziz	Professeur	Université d'Oran 2	Président
M.BENCHIKH Houari	Professeur	Université d'Oran 2	Rapporteur
M.NAIT BAHLOUL Mokrane	Maitre de Conférence (A)	Université d'Oran 2	Examineur
Mme. BOUZADI Sultana	Professeur	Université USTO	Examineur
M. BENCHENI Youcef	Maitre de Conférences (A)	Université de Mostaganem	Examineur
Mme. DAOUD Fatiha	Maitre de Conférences (A)	ESE Oran	Examineur

Année 2019 /2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

REMERCIEMENTS

Même si cette thèse est un travail personnel, je souhaite ici rendre hommage et exprimer ma profonde gratitude à tous ceux qui, de près ou de loin, ont contribué à sa réalisation et à son aboutissement.

La rédaction de ce manuscrit constitua l'une des étapes les plus longues et douloureuses de mes quatre années de thèse. Et cette page fut sans aucun doute celle qui aura nécessité le plus d'efforts et d'attention de ma part, tant je tenais à remercier comme il se doit les personnes ayant participé, directement ou non, à l'achèvement de ce travail.

Mes remerciements s'adressent tout d'abord à mon Directeur de thèse **M.BENCHIKH Houari**. Tout au long de ce travail, il a su m'apporter un soutien constant, une disponibilité, une écoute, une confiance et des conseils précieux et avisés à la hauteur de ses compétences et de ses réelles qualités humaines, pour la patience dont il a su faire preuve pendant ces nombreuses années où j'ai souvent douté, Je n'aurais pu imaginer meilleurs guides pour accompagner mes premiers pas dans le monde de la recherche scientifique.

Mes remerciements s'adressent aussi aux membres du jury qui ont accepté de juger ce travail, qui auront à lire et à évaluer ce travail, et leurs remarques et critiques permettront d'améliorer ce travail.

Merci à mes proches pour avoir longtemps supporté mon irritabilité lorsqu'il fallait aborder le délicat sujet de l'avancement de ma thèse : mes parents, mon frère, mes sœurs, mon beau frère et mon mari qui m'ont apporté beaucoup de soutien et d'encouragement en ces moments de doute que connaît tout doctorant. Merci pour tout !

Enfin je renouvelle toute mon amitié et ma sympathie à ceux qui m'ont accordé du temps et m'ont témoigné un soutien constant dans ce long travail de recherche.

DEDICACES

Je dédie ce mémoire en premier lieu à mes parents, qui m'ont toujours soutenus et encouragé à suivre mes aspirations, mes passions et à atteindre mes objectifs.

A mon père, a celui qui m'a aidé à découvrir le " savoir " le trésor inépuisable. De tous les pères, tu as été le meilleur, tu as su m'entourer d'attention, m'inculquer les valeurs nobles de la vie, m'apprendre le sens du travail, de l'honnêteté et de la responsabilité. Tu as été et tu seras toujours un exemple à suivre pour tes qualités humaines, ta persévérance et ton perfectionnisme. Des mots ne pourront jamais exprimer la profondeur de mon respect, ma considération, ma reconnaissance et mon amour éternel.

A ma mère qui œuvre à ma réussite, de par son éducation, sa présence, son appui et son amour. A la plus douce et la plus merveilleuse de toutes les mamans. A une personne qui m'a tout donné sans compter. Aucun hommage ne saurait transmettre à sa juste valeur ; l'amour, le dévouement et le respect que je porte pour toi.

Que dieu leur procure bonne santé et longue vie.

A mon très cher frère «ANES», mes sœurs « IMANE » et « HAZAR » et mon beau frère « KARIM » Je ne pourrais d'aucune manière exprimer ma profonde affection et mon immense gratitude pour tous les sacrifices consentis, votre aide et votre générosité extrêmes ont été pour moi une source de courage, de confiance et de patience.

A ma petite nièce ILHEM, J'espère que ma thèse sera pour toi une source de fierté et qu'elle sera un exemple à suivre. Ta joie de vivre et ton sourire ont été pour moi le meilleur encouragement que je puisse avoir.

À mon cher époux HAFID pour son soutien moral, et pour tous les sentiments d'affection et d'amour qui représentent pour moi le pilier de tous mes efforts.

À tous les membres de ma famille sans aucune exception.

Et à tous ceux que ma réussite leur tient à cœur.

« J'aime passionnément le mystère,
parce que j'ai toujours l'espoir de le débrouiller »

Charles Baudelaire
Artiste, écrivain, Poète (1821 - 1867)

SOMMAIRE

Introduction Générale	8
-----------------------------	---

PARTIE THEORIQUE

Chapitre I : La Petite et Moyenne Entreprise (PME)

Introduction.....	17
<u>Section 1</u> : Généralités sur les PME	18
<u>Section 2</u> : La PME Algérienne.....	25
Conclusion	41

Chapitre II : L'Entrepreneuriat et L'Entrepreneur

Introduction.....	43
<u>Section 1</u> : Entrepreneuriat.....	44
<u>Section 2</u> : Entrepreneur.....	53
Conclusion	61

Chapitre III : Le Succès Entrepreneurial

Introduction.....	63
<u>Section 1</u> : Le concept de succès	64
<u>Section 2</u> : Les facteurs clés du succès	68
Conclusion	74

PARTIE EMPIRIQUE

Chapitre IV : Le Protocole de L'Enquête

Introduction.....	77
<u>Section 1</u> : Objectifs et méthodologie de l'enquête.....	78
<u>Section 2</u> : L'élaboration et l'administration du questionnaire.....	80
<u>Section 3</u> : La détermination de l'échantillon.....	85
Conclusion	91

Chapitre V : Le traitement empirique et l'analyse des résultats

Introduction	93
<u>Section 1</u> : L'analyse des données	94
<u>Section 2</u> : Les Résultats	113
Conclusion	132
Conclusion Générale	133
Bibliographie	137
La liste des ANNEXES disponibles	148
Tables des Matières	149
Index des Tableaux	154
Index des Schémas	156
Annexes	157

Introduction Générale

Introduction Générale

Depuis l'ouverture économique dans les années 90, l'Algérie a affiché des discours d'encouragement et d'ouverture au parc d'entreprises privées à travers des réformes et des lois facilitant la création des entreprises. Toutefois, il est fini le temps où la rente pétrolière soutenait l'économie et les réformes engagées par l'Etat Algérien. En effet, devant le recul flagrant des prix de baril du pétrole et l'instabilité du Fonds de Régulation des Recettes (FRR), l'Etat Algérien s'est engagé dans une politique de rationalisation des dépenses. Il est temps et urgent de tourner vers des solutions alternatives pour s'en sortir de cette dépendance vis-à-vis de la rente pétrolière. Le gouvernement algérien parle de diversifier l'économie et proclame que l'entreprise doit devenir le cœur de l'économie algérienne. Le gouvernement cherche tout à la fois à réduire un petit peu les subventions, augmenter les recettes fiscales, diminuer les importations, lutter contre le secteur informel et améliorer le sort peu enviable des entreprises privées. Une des solutions envisageable est l'encouragement de la création et du développement de la Petite et Moyenne Entreprise « PME ». L'importance d'une PME, c'est quelle est dotée d'un certain nombre d'atouts irremplaçable. Ce type d'entreprises jouent un rôle très important dans la création de richesse, d'emploi et au développement de l'économie.

Cependant, la notion de la PME et en corrélation avec celle de l'entrepreneuriat. La PME et l'entrepreneuriat sont aujourd'hui reconnus dans le monde entier comme une source essentielle du développement économique, leur capacité à s'adapter aux pressions de l'environnement dans les pays industrialisés avancés dans les économies émergentes est en développement. La création d'entreprise est devenue aujourd'hui un enjeu majeur pour la quasi-totalité des pays par leur contribution dans la création d'emploi et du renouvellement du tissu économique. La création d'entreprises est la manifestation la plus claire de l'entrepreneuriat, qui est le résultat des activités de l'entrepreneur.

Néanmoins, l'entrepreneur est devenu le personnage central du développement économique. Il défie le risque d'incertitude, exploite ses idées pour bénéficier au maximum des opportunités qui se présentent. Sa réussite dépend de sa capacité à créer de nouvelles idées et de les réaliser sous forme de projet d'entreprise. La volonté de créer une entreprise est issue d'un profil psychologique. L'entrepreneur est doté de caractéristiques particulières, qui dépend de ses caractéristiques individuelles, sa motivation, et enfin de ses compétences.

Introduction Générale

Afin d'encourager la création des PME et initier les algériens à l'esprit d'entreprendre, l'Etat algérien a mis en place depuis 1996 un dispositif de financement et d'accompagnement de création des PME au profit des jeunes. Selon les statistiques officielle du site, ANSEJ (Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes) annonce « le chiffre de 367 980 projets de création de micro-entreprises financés et accompagner depuis 1996 jusqu'à 2016. Le dernier bilan en 2016 de l'ANSEJ rapporte un taux de 55% d'entreprises (202 389) qui ont réussi, 35% (128 793) en difficultés et 10% (36 798) en échec total ».

Les recherches menées dans le domaine de création des PME et de l'entrepreneuriat, ont depuis longtemps privilégié l'approche économique et sociologique et tout récemment managériale. Mais, la dimension psychologique a aussi un aspect très important dans l'explication du succès et la pérennité de l'entreprise. Il est certain que les conditions économiques, sociales et managériales sont importantes, mais le comportement de l'entrepreneur est aussi déterminant dans la création, le développement et le succès de l'entreprise. L'entrepreneur doit avoir un certains nombre de traits pour le différencier d'un autre individu.

C'est pour cette raison que nous nous sommes intéressés au profil de l'entrepreneur afin de vérifier des nouvelles pistes explicatives aux difficultés que connaît la situation de la création des PME et le succès des entrepreneurs en Algérie. C'est une manière différente de s'intéresser à l'élément humain dans l'entreprise. Notre principal objectif est de mettre en relief les principaux facteurs entrepreneuriaux qui peuvent affecter le succès d'une PME Algérienne. Autrement dit, notre mission principale est de connaître le profil des entrepreneurs quant aux facteurs de succès qui jouent un rôle fondamental pour le succès de leurs affaires.

Notre choix s'est porté sur l'entrepreneur car il possède les compétences et la motivation suffisantes pour créer une activité économique, se lancer sur un secteur d'activité, créer des emplois, etc. par contre le chef d'entreprise appelé dirigeant d'entreprise, n'est pas nécessairement le fondateur de l'entreprise.

Introduction Générale

Pour répondre à ces questions, nous avons mobilisé un cadre théorique précis.

1. Cadre Théorique :

Dans le but de découvrir les facteurs de succès des PME et de comprendre les déterminants de leur succès, de nombreux chercheurs ont tenté d'établir un lien entre le profil de l'entrepreneur et le succès de son entreprise.

Par exemple, les valeurs personnelles, les antécédents familiaux ou d'autres caractéristiques individuelles sont dans certains cas corrélés avec le succès (Getz et Petersen, 2005 ; Gundry et Welsch, 2001 ; Kotey et Meredith, 1997 ; Morris *et al.*, 2006 ; Walker et Brown, 2004),

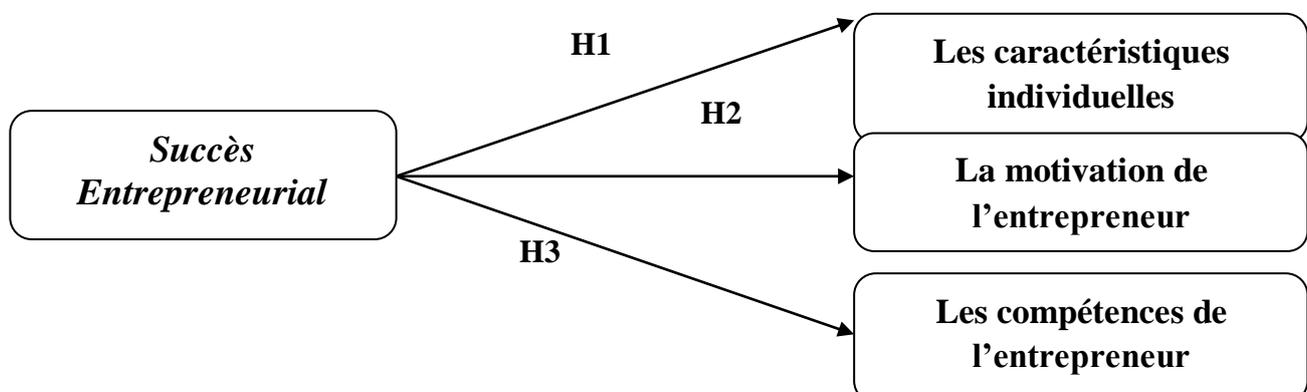
Plusieurs chercheurs se sont alors tournés vers l'étude des comportements des entrepreneurs de PME et leur relation avec le succès de leur entreprise.

Dans la littérature, plusieurs travaux se sont intéressés à la problématique du succès des petite et moyenne entreprises (McClelland, 1961 ; Gartner, 1988 ; Julien et Marchesnay, 1997 ; Pfeffer et Salancick, 1978 ; Chandler et Jansen, 1992 ; Herron et Robinson, 1993). Les facteurs les plus étudiés sont les caractéristiques individuelles de l'entrepreneur, ses compétences, ses motivations.

Le schéma n°01 représente le modèle de recherche que nous avons utilisé pour identifier les facteurs de succès des entrepreneurs de PME et leur conception du succès, ces deux concepts étant définis de façon étendue dans le troisième chapitre.

Selon la littérature consultée, nous supposons également que cette relation puisse être modulée en fonction des caractéristiques des entrepreneurs.

Schéma n°01 : Modèle conceptuel des facteurs clés de succès



Introduction Générale

2. Cadre Méthodologique :

Pour tenter de vérifier la question principale de notre travail, et confirmer ou infirmer les hypothèses, nous avons opté pour une démarche hypothético-déductive qui part d'un cadre théorique et d'hypothèses pré-établies que l'on cherche à corroborer (Karl POPPER 1933), et cette démarche s'articule en méthode quantitative qu'on va utiliser le questionnaire comme un outil d'investigation du terrain que nous trouvons adéquate pour ce type de sujet. Ainsi, notre enquête a été réalisée sur la base d'un échantillon de 120 entrepreneurs exerçant dans différents wilayas d'Algérie regroupé en trois régions : Est, Ouest et Centre et qui œuvrent dans divers secteurs d'activités, sélectionnées au hasard (aléatoire).

3. Problématique :

Le but recherché dans ce travail n'est pas de faire une analyse exhaustive de la situation des PME en Algérie, mais de ce concentré sur la thématique spécifique de leur succès.

À cet égard, cette analyse nous mène à formuler la question centrale suivante :

« Quel est le rôle du profil de l'entrepreneur dans le succès de la PME Algérienne ? »

A partir d'une analyse synthétique de la littérature, nous avons construit nos trois hypothèses.

H1 : Le succès de la petite et moyenne entreprise est lié aux caractéristiques individuelles.

Selon Wiklund (1999) « Ceux qui connaissent le succès sont ceux qui y croient le plus intensément et le plus longtemps »¹. Dans ce sens plusieurs auteurs comme McClelland (1961) stipulent que « Le succès des nouvelles entreprises est lié essentiellement à la personnalité même de l'entrepreneur »².

¹Wiklund, J.(1999), «The sustainability of the entrepreneurial orientation-performance relationship», Entrepreneurship Theory & Practice, p 37-41.

² McClelland, D. (1961), «The achieving society », Princeton, Nj Van Nostrand Reinhold.

Introduction Générale

H2 : Le succès d'une PME peut être soutenu par des motivations profondes de son entrepreneur.

Selon Gustave et Mafuku (2008), « La volonté du propriétaire exploitant de croître est aussi importante que son aptitudes à susciter et à gérer la croissance et la réussite de l'entreprise »³.

H3 : La compétence de l'entrepreneur est considérée comme un facteur de succès pour l'entreprise.

Selon Man et al (2002) « Les compétences entrepreneuriale pourraient être appréhendées comme l'ensemble des caractéristiques de haut niveau, représentent la capacité de l'entrepreneur de réussir dans son métier »⁴.

4. Structure de la thèse:

Notre travail est partagé en cinq chapitres :

- **Le Premier Chapitre** : Intitulé Petite et Moyenne Entreprise (PME), on met en relief l'identité et la spécificité économique de la petite et moyenne entreprise et on donne un état des lieux de ce secteur en Algérie à travers les différentes statistiques.
- **Le Deuxième Chapitre** : Sera consacré à l'entrepreneuriat et à présenter l'acteur principale du phénomène de l'entrepreneuriat qui est l'entrepreneur.
- **Le Troisième Chapitre** : Ce chapitre tente de mettre en avant les éléments favorisant le succès de la petite et moyenne entreprise et les différentes approches centrées sur l'entrepreneur, à savoir les caractéristiques individuelles, la motivation, et les compétences d'entrepreneur. Ainsi nous allons voir les facteurs qui peuvent expliquer le succès entrepreneurial.
- **Le Quatrième Chapitre** : Le présent chapitre a pour objectif la présentation détaillée de la méthodologie utilisée dans le cadre de ce travail. Nous allons expliquer notre démarche concernant l'élaboration et le contenu du questionnaire, l'échantillon étudié ainsi que l'administration du questionnaire.

³ Gustave E, et Mafuku K. (2008), « Facteurs de transition : de la micro-entreprise à l'entreprise capitaliste moderne en république démocratique du Congo », Edition Print book, p33.

⁴ Man et al. (2002), « the competitiveness of Small and Medium Enterprises- A conceptualization with focus on entrepreneurial competences », Journal of Business Venturing, Vol 17, p 123-142

Introduction Générale

- **Le Cinquième Chapitre :** nous allons traiter notre problématique sur le terrain en distribuant le questionnaire à des entrepreneurs de la petite et moyenne entreprise dans différents wilayas d'Algérie.

L'objet du dernier chapitre s'articule autour de l'enquête que nous mènerons auprès d'un échantillon de PME privées dans 22 wilayas d'Algérie. Les résultats nous permettront de vérifier les préoccupations de notre problématique.

PARTIE THEORIQUE

- ***CHAPITRE I : La Petite et Moyenne Entreprise PME ;***
- ***CHAPITRE II : L'entrepreneuriat et L'entrepreneur ;***
- ***CHAPITRE III : Le succès entrepreneurial.***

*Chapitre I : La Petite
et Moyenne Entreprise*

- PME -

Chapitre I : La Petite et Moyenne Entreprise - PME -

Introduction Chapitre I

Les PME par leurs investissements et par leurs emplois jouent un rôle désormais indiscutable dans le dynamisme et le développement économique des différents pays, quelque soit leurs degrés de développement.

Les pays développés voient dans la PME un complément important à la grande entreprise, et une source de création d'emploi. Les pays sous développés y voient un outil efficace de développement industriel taillé à leur mesure.

Avant d'entrer dans le vif du sujet, il convient d'abord de cerner le sens de la PME, de connaître ses caractéristiques, d'apprécier son poids dans l'économie et de détecter ses forces et ses faiblesses, ce sera l'objet de ce premier chapitre.

En Algérie, la nouvelle forme de développement se tourne vers la création d'entreprises privées particulièrement les PME qui sont considérées comme un vecteur de croissance, un générateur d'emplois, et un moteur de progrès socio-économique.

Ce chapitre sera divisé en deux sections :

Section 1 : Généralités sur les PME

Section 2 : La PME Algérienne

Chapitre I : La Petite et Moyenne Entreprise - PME -

Section 1 : Généralités sur les PME

Introduction :

Le sigle PME est aujourd'hui d'usage courant pour parler des « Petites et Moyennes entreprises » que l'on oppose aux grandes entreprises. Or, ce concept est souvent peu précisé recouvre des perceptions différentes.

Quoiqu'un courant de la recherche se soit centré sur une perspective unique et universelle de la PME, nombre d'auteurs s'accordent aujourd'hui à reconnaître la contingence et donc la diversité du phénomène comme ils l'ont signalé JULIEN.P-A et MOREL.B en 1986, dans leur livre « La belle entreprise »;« La PME, est un concept flou dont les définitions varient »⁵.

I. Définition de la Petite et Moyenne Entreprise :

La notion des petites et moyennes entreprises reste toujours un problème compliqué par les existantes dans les définitions officielles des PME et par les ambiguïtés de la terminologie utilisée, de sorte qu'il est difficile d'établir une définition unique généralement retenue ou acceptée par tous.

L'encyclopédie de l'économie et de gestion (2001) définit les PME comme des entreprises juridiquement et financièrement indépendantes dans lesquelles le dirigeant assume la responsabilité financière, technique et sociale sans que ces éléments soient dissociés.

Il est difficile d'établir une classification universelle par catégories ou de comparer les résultats des entreprises, des sous-secteurs ou des pays, puisque le secteur des PME, englobe une grande variété d'activités productives et de mode d'exploitation qui répondent à une large gamme de débouchés commerciaux

Cependant, diverses définitions existent dans la littérature concernant la PME ; certains auteurs la définissent à partir de deux critères : l'effectif et le chiffre d'affaires ; selon Bressy et Konkuyt, (2000) « les PME sont les entreprises dont l'effectif salarié est inférieur à 500. Elles englobent les très petites entreprises (moins de 10 salariés), les petites entreprises (10 à 49 salariés) et les moyennes entreprises (50 à 499 salariés) »⁶.

⁵ Julien P.A, et Morel B. (1986), « La Belle Entreprise », Edition Boreal, p.13.

⁶ Bressy G, et Konkuyt C. (2000), « Économie », Dalloz, P 78.

Chapitre I : La Petite et Moyenne Entreprise - PME -

D'autres auteurs la voient sous d'autres plans. Julien et Marchesnay, (1988) considèrent la PME, comme « une entreprise juridiquement, sinon financièrement indépendante, opérant dans les secteurs primaires, manufacturiers ou des services, et dont les fonctions de responsabilités incombent le plus souvent à une seule personne sinon à deux ou trois, en général seules propriétaires du capital »⁷.

La démarche scientifique oblige à chercher un modèle capable d'expliquer l'ensemble des comportements, et pour cela, elle généralise et fait des regroupements pour montrer que les cas particuliers découlent d'un cadre général. « La recherche dans le domaine des PME n'échappe pas à cette règle. C'est pourquoi un grand nombre de chercheurs tenté de construire des typologies des PME afin de retrouver des ressemblances »⁸.

I.1. Approches quantitatives :

Cette définition ne tient en compte que des éléments les plus apparentes de l'entreprise (Wtterwulghe, 1998). Elle se base sur un ensemble de critères qui, dans leur ensemble mesurable et quantifiable à savoir :

- Le nombre d'effectifs employé ;
- Le chiffre d'affaire ;
- Le montant du capital social engagé.

I.2. Approches qualitatives :

Approche dite également théorique, sociologique ou encore analytique, elle met le point sur les éléments distinctifs qui caractérisent l'entreprise de petite dimension (Wtterwulghe, 1998). Nous retiendrons les critères les plus importants à savoir :

- La dimension humaine et la qualité de la gestion de l'entreprise ;
- Les stratégies et les objectifs de la direction.
- L'autonomie et l'indépendance juridique.

⁷ Julien P.A, Marchesnay. M. (1988), « La petite entreprise », Vuibert gestion, P 33.

⁸ Wtterwulghe R (1998), « La PME : une entreprise humaine », De Boeck scientifique, P 23-27.

Chapitre I : La Petite et Moyenne Entreprise - PME -

Après l'application de la définition de la PME retenue par l'Union Européenne dans la Charte de Bologne en juin 2000 par l'Algérie donne une configuration claire de la PME algérienne. En effet cette définition est fondée sur trois critères : les effectifs, le chiffre d'affaires et l'indépendance de l'entreprise. Elle stipule :

- Employant de 1 à 250 personnes ;
- Dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 2 Milliards DA et bilan annuel n'excède pas 500 Millions DA ;
- Qui respecte le critère d'indépendance⁹

En fonction des critères énumérés, trois types de PME sont à distinguer et qui sont résumées dans le tableau suivant :

Tableau n°01 : Classification des PME en Algérie adoptée depuis 2001

Taille	Effectifs	Chiffre d'affaire	Total du bilan
 Très petite ou micro entreprises	 1 à 9	Moins de 20 millions de dinars 	Moins de 10 millions de dinars
 Petite entreprises	 10 à 49	Moins de 200 millions de dinars 	Moins de 100 millions de dinars
 Moyenne entreprises	 50 à 250	De 200 millions de dinars à 2 milliards de dinars 	De 100 millions de dinars à 500 millions de dinars

Source : Réalisé sur la base des données du Ministère du Développement industriel et de la Promotion de l'Investissement (MDIPI), Commission Européenne (2009), Rapport annuel sur PME, p5.

⁹ Une entreprise indépendante est celle dont le capital ou les droits de vote ne sont pas détenus à 25% (La loi n°01-18 du 27 Ramadhan 1422 correspondant au 12 décembre 2001 portant « loi d'orientation sur la promotion de la petite et moyenne entreprise »).

Chapitre I : La Petite et Moyenne Entreprise - PME -

II. Les caractéristiques générales des PME:

Les PME sont très diverses, et travaillent dans tous les secteurs d'activité. Mais au total elles ont tout de même des points communs (Marchesnay et Fourcade, 1997). La taille reste une caractéristique de base, par laquelle se distingue une PME d'une grande entreprise, et représente la source des autres caractéristiques spécifiques à la PME.

On peut retenir les caractéristiques suivantes :

- La PME est caractérisée par une centralisation et personnalisation de la gestion autour du propriétaire-dirigeant ; la petite entreprise est définie par Marchesnay. M, Julien P.A comme « une entreprise où le dirigeant, assume la responsabilité technique et financière de l'entreprise »¹⁰. Le patron de l'entreprise est la personne qui prend la plus parts des décisions, et surtout les plus importantes d'entre elles.
- La PME se caractérise aussi par une stratégie intuitive ; la fonction de décision se fait de la manière suivante : Intuition- Décision- Action. Elle se caractérise aussi, par un nombre réduit de niveaux hiérarchiques, et une polyvalence élevée des personnes.
- La PME possède un système d'information interne simple et peu formalisé, caractérisé par la diffusion plus rapide de l'information entre les membres de l'entreprise, grâce à la proximité entre le patron et ses employés au niveau interne d'une part, et d'autre part, on trouve un système d'information externe simple basé sur les contacts directs dû essentiellement à la proximité du marché.
- La PME se caractérise par un organigramme plat par rapport à celui des grandes entreprises. Ceci implique que le propriétaire participe activement à tous les aspects de la gestion de son entreprise.
- Les entrepreneurs expriment une certaine aversion au risque du marché, et à l'incertitude du marché, de ce fait, la petite entreprise répond en se spécialisant dans des créneaux, stratégies de niche, alliances. Le marché de la PME est donc souvent local, et peu de PME exportent sur les marchés étrangers.
- L'entreprise de petite taille possède une faible capacité de financement, les apports de capitaux sont de type familial, de voisins, et fait moins recours aux capitaux étrangers.

¹⁰ Julien P. A. et Marchesnay M. 1988 « La petite entreprise, principes d'économie et de gestion » Paris Vuibert, coll. gestion

Chapitre I : La Petite et Moyenne Entreprise - PME -

III. Cadre juridique des PME

L'encadrement juridique et réglementaire des petites et moyennes entreprises diffèrent d'un pays à un autre en raison que chaque état établit ses propres règles législatives et juridiques en fonction des exigences de sa politique économique.

Parmi les formes juridiques de la PME que le chef d'entreprise doit choisir sont principalement : une entreprise individuelle¹¹, une Entreprise Unipersonnelle de Responsabilité Limitée (EURL), une Société A Responsabilité limitée (SARL), une Société en Nom Collectif (SNC), une Société Par Action (SPA).

- L'entreprise individuelle : cette forme sociale convient à l'investisseur désirant être son propre patron et seul propriétaire de son affaire¹².

Une entreprise individuelle est une entreprise qui est la propriété exclusive d'une personne physique. L'entrepreneur exerce son activité sans avoir créé de personne juridique distincte.

Les différentes formes d'entreprise individuelles sont commerçants, artisans, professions libérales, agriculture.

- Société en Nom Collectif (SNC) : dans ce type de société, les associés ont tous la qualité de commerçant et répondent indéfiniment et solidairement des dettes sociales. L'avantage de cette forme juridique présente une organisation statutaire souple et il n'est pas exigé un capital minimum obligatoire. Les PME peuvent adopter cette forme sociale lorsqu'elles disposent de faibles capitaux notamment pour les projets innovants peu consommateurs de fonds propres.

- Société A Responsabilité Limitée (SARL) : c'est une société dans laquelle la responsabilité des associés est limitée au montant de leur apport. Les associés sont représentés par des parts sociales. Cette forme d'entreprise est constituée de deux (02) associés au minimum et 20 au maximum.

- Société Par Action (SPA) : la société par actions est constituée entre des associés qui ne supportent les pertes qu'à concurrence de leurs apports. Le nombre des associés ne peut être inférieur à sept (07) membres.

¹¹ Après une étude faite par l'auteur Bizaguet dans son ouvrage « les petites et moyennes entreprises », il fait apparaître que la très grande majorité de PME plus de deux tiers sont constituées sous la forme individuelle, en raison qu'une seule personne physique assure la direction, perçoit les bénéfices et supporte les risques.

¹² « Guide de l'investisseur », direction générale des impôts, Ministère de Finance, Algérie, 2009, p7

Chapitre I : La Petite et Moyenne Entreprise - PME -

IV. Avantages et Inconvénients des PME :

IV.1. Les atouts des P.M.E

La P.M.E. possède ses propres avantages qui accroissent son efficacité et qui lui permettent de satisfaire ses propres buts tout en jouant son rôle économique et social.

Selon (Barreyre, 1975), les avantages potentiels de la PME par rapport aux entreprises de grande taille sont bien connus, et se résument en général à :

- Elles ont un statut dynamique qui prend en considération les caractéristiques et les changements de l'environnement dans lequel elles évoluent. La petite entreprise subit l'environnement en adaptant, en inventant de nouvelles conditions et de nouvelles bases de compétitivité ;
- Deux compétences distinctives qui leur permettent de créer des bases de compétitivité spécifique : **la flexibilité et l'interactivité**. La flexibilité désigne la souplesse de l'organisation et des moyens de production d'une entreprise pour répondre aux fluctuations rapides de la demande et aux évolutions de l'environnement technico-économique. L'interactivité selon les rapports d'Olivier Williamson au cours des années 80, l'interactivité est présentée comme une voie stratégique pour l'entreprise, découlant d'une spécialisation dans la « chaîne de valeur » pour l'entreprise.
- Les coûts salariaux sont beaucoup moins élevés que dans les grandes entreprises ;
- La souplesse de leurs structures de décision et leur réactivité leur permet très souvent de saisir les meilleures opportunités ;

IV.2. Limites et insuffisances des P.M.E:

Les petites entreprises rencontrent des problèmes particuliers que ne rencontrent pas les grandes entreprises comme elles affrontent quelques obstacles qui font leurs désavantages qui requièrent comme suit (Benbayer et Trari, 2009)

- L'absence d'une véritable gestion commerciale (distribution & marketing) d'une part, et la gestion des ressources humaines d'autre part, sont des problèmes déterminants non seulement pour la compétitivité, mais pour la survie ;

Chapitre I : La Petite et Moyenne Entreprise - PME -

- Des problèmes de production : en général, les PME utilisent des méthodes traditionnelles de production, sans qu'elles n'essaient de les adapter pour tirer profit des nouveaux outils, de nouvelles matières premières ou de nouveaux marchés.
- Les P.M.E. n'ont pas les moyens d'innover. Elles manquent de moyens financiers pour assurer des investissements en recherche ou d'investissement plus généralement.

Conclusion de la Section 1:

La PME dont la définition se fonde sur un ensemble de critères très variés dépendant chacun du domaine d'appréhension du concept qui est d'avantage considérée comme l'un des piliers de la promotion de la croissance économique, apparaît un des objets d'étude qui occupent de plus en plus la scène des débats d'ordre économique.

Grâce à sa petite taille, la PME bénéficie de quelques atouts qui lui sont propre, tels le caractère direct et flexible du management, la facilité de la communication et la rapidité de la circulation de l'information.

Section 2 : La PME Algérienne

Introduction

La place de l'entrepreneuriat dans l'économie algérienne semble devenir une préoccupation majeure et récurrente. Le nombre de mesures mises en place par l'état algérien ces dernières années en atteste. Des formations en entrepreneuriat voient le jour dans l'enseignement supérieur et des colloques autour des thématiques entrepreneuriales sont organisés. Cette effervescence autour des pratiques de l'entrepreneuriat résulte d'abord d'une amélioration des conditions sécuritaires et politiques dans le pays et d'une prise de conscience du gouvernement quant à l'importance de la création d'entreprise pour la relance économique.

En effet, l'entrepreneuriat serait pour l'Algérie un moyen de développement économique permettant en plus de la réalisation de la valeur ajoutée et de l'amélioration de la croissance nationale, de lutter contre le chômage et le travail informel (Benredjem, 2010).

I. Genèse et développement des PME Algériennes

Melbouci (2006)¹³ avait fait une distinction entre deux périodes cruciales marquant l'histoire de l'évolution de l'entrepreneuriat et du secteur privé en Algérie. En effet, elle possède en matière de la création d'entreprises une expérience particulièrement intéressante qu'elle a acquise tout au long des quatre dernières décennies. Il s'agit d'une expérience intervenue dans un pays qui a hérité à l'indépendance d'un nombre peu significatif d'entreprises gérées par des nationaux et qui fut donc à ses débuts un moment de véritable apprentissages pour les créateurs d'entreprises et les institutions d'appui : cette expérience ce déroula en deux phases assez bien délimitées dans le temps :

I.1 L'entrepreneur de l'Algérie indépendante :

➤ Les décennies 60-70 : la création d'entreprise ou l'état entrepreneur

¹³ Melbouci L (2006) « De l'économie administrée à l'économie de marché : quelles stratégies pour l'entrepreneur algérien face à la concurrence mondiale ? » communication au 8ème congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, Fribourg.

Chapitre I : La Petite et Moyenne Entreprise - PME -

Juste après l'indépendance, l'Algérie s'est engagée dans un ambitieux programme de développement visant à assurer la transformation locale des richesses et accroître leur utilisation à l'intérieur de l'économie. L'objectif principale de la politique de développement suivie et de transformer l'économie algérienne en y implantant une industrie de base, en procédant à des transformations des rapports de propriété au sein de l'agriculture et en maîtrisant le commerce extérieur à l'aide des instruments de l'état.

L'Etat a été pendant plus de 30 ans le principal entrepreneur et employeur, il s'impose ainsi comme propriétaire du patrimoine des entreprises et responsable de leur création mais aussi de leur gestion. Pour assurer son contrôle sur la gestion des entreprises, l'Etat a mis en œuvre des dispositifs multiples. Il assume également les résultats de leur gestion comme on peut l'observer à travers les nombreuses opérations répétées d'assainissement financier prises en charge par le Trésor public durant cette période et destinées à rétablir les équilibres financiers de ces entités en déficit chronique.

L'entrepreneur privé de son côté était vu comme « un profiteur » et était accusé d'appartenir à une classe de bourgeoisie exploiteuse (charte national de 1976)¹⁴. Pour lutter contre toute forme d'exploitation, l'Etat algérien a limité le champ de l'entrepreneuriat privé. Les entrepreneurs ne doivent s'investir que dans des activités complétant celle des grandes entreprises d'Etat. La taille de leur affaire ne doit pas dépasser le seuil d'une entreprise moyenne (les codes d'investissement 1963, 1966 et 1982).

Il est évident de signaler que l'entrepreneur, même s'il n'a pas été écarté de l'activité économique durant cette période, était encadré par un environnement spécifique : un marché non concurrentiel, prix fixés administrativement, monopole d'Etat, bureaucratie (bancaire et administrative) pesante et corruption touchant les différentes sphères de l'économie.

➤ **Les décennies 80-90 : désengagement de l'Etat et l'essor de l'entreprise privée**

Début des années 80, le processus de désengagement de l'Etat a ouvert la porte à l'émergence et au renforcement du secteur privé qui jusque-là était principalement concentré dans trois branches : l'industrie alimentaire, le textile et les matériaux de construction.

¹⁴ La Charte nationale est un ensemble de textes proposés par le président algérien Houari Boumédiène, traitant de différents aspects de la vie quotidienne et de la vie politique algérienne.

Chapitre I : La Petite et Moyenne Entreprise - PME -

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

Toutefois, vu les événements environnementaux internes et externes, l'Algérie a brusquement rompu avec son système économique : elle se lance, à la fin des années 80, dans la mise en place d'une nouvelle organisation axée sur le marché. Là il y a lieu de s'interroger sur la nouvelle vision de l'entrepreneuriat algérien.

I.2 L'entrepreneur de l'Algérie en transition vers l'économie de marché :

La décennie 1990 marque inéluctablement un tournant dans le processus de libéralisation de l'économie algérienne. En effet, après l'échec du socialisme et les déficits de la plupart des grandes entreprises d'Etat, l'Algérie lance de grandes réformes pour instituer l'économie de marché, un arsenal juridique considérable a été développé notamment au cours de l'année 1990 pour asseoir les bases d'une telle transformation : libération des prix (loi 90-01 du 14 avril 1990 sur la monnaie et le crédit, loi de février 1990 sur la fixation des salaires sur une libre négociation salariés-employeurs), abolition du monopole sur le commerce extérieur, ouverture du capital de certaines entreprises publiques à des actionnaires privés (ordonnance 95-22 du 26 août 1995)¹⁵, et création d'un marché financier en 1996.

D'un autre côté, l'Etat a entrepris sous la pression des institutions monétaires internationales (FMI, banque mondiale...) d'encourager l'investissement privé en lui facilitant l'accès au crédit.

L'Etat vise l'entrepreneur comme acteur principale du développement économique de la nouvelle orientation. Désormais, l'entrepreneur est mis au centre de la réflexion pour l'élaboration des politiques de développement. Plusieurs institutions ont vu le jour rien que pour aider l'entrepreneur à créer et accroître son affaire.

Dans cette phase de transition l'Etat algérien continue d'assurer un rôle incitatif par l'intermédiaire de l'agence de promotion et de soutien à l'investissement (APSI)¹⁶ qui, grâce

¹⁵ Ordonnance no 95-22 du 26 août 1995 relative à la privatisation des entreprises publiques.

¹⁶ APSI, Agence pour la promotion et soutien à l'investissement créée en 1994 et remplacée en 2001 par l'ANDI, Agence Nationale pour le développement de l'investissement.

Chapitre I : La Petite et Moyenne Entreprise - PME -

au différents avantages fiscaux qu'elle accorde aux nouveaux entrepreneurs, a entraîné un mouvement important de création de petite et moyenne entreprise.

Avec la montée du chômage plus récemment surtout les jeunes de moins de 30 ans (qui représentent près de 70% de la population) l'état a suscité la création d'aides financières initiales à la création d'entreprises développées en leur direction dans le cadre de l'Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ).

II. Les caractéristiques générales des PME Algériennes :

À la lumière de quelques recherches antérieures (Gillet, 2003 ; Hamed, 2003 ; Melbouci, 2004), quelques caractéristiques et singularités des PME algériennes peuvent être énumérées :

- Les PME algériennes sont souvent concentrées dans des niches ou des créneaux que le secteur public a délaissés. Elles ont des positions confortables de monopole ;
- Elles sont plutôt familiales et peu favorables à l'ouverture du capital aux étrangers ;
- Une partie importante de leur activité se pratique dans l'informel (Financement, Production, Commercialisation, Approvisionnement) ;
- Leur marché est principalement local ou national et peu ouvert à l'extérieur ;
- La collaboration entre entrepreneurs avec les autorités publiques n'est pas assez développée ;
- Les techniques de croissance (cession, fusion, regroupement...) sont non maîtrisées et non utilisées ;
- Les PME algériennes possèdent des ressources sous-utilisées, faute d'un environnement propice aux affaires.

III. Le financement des PME Algériennes :

Le financement des Petites et Moyennes Entreprises a toujours été le centre des préoccupations pour les différents responsables d'entreprises et autorités politiques. Et malheureusement la plupart des petites entreprises sont confrontées au même problème au cours des premiers jours : trouver l'argent qui leur permettra de se lancer, de croître et de tester leurs produits et services.

Chapitre I : La Petite et Moyenne Entreprise - PME -

III.1. Les besoins de financement des PME en Algérie :

Les PME font face à trois (03) besoins de financement :

III.1.1 Les besoins de financements liés à l'investissement :

La PME se retrouve à un besoin de financement d'investissement lorsqu'elle veut :

- Améliorer la productivité et pousser à la modernisation et à l'innovation ;
- Maintenir les capacités de production existante en procédant à des investissements de remplacement (remplacement d'un matériel ancien, amorti, usé ou démodé par un autre) ;
- Valoriser le capital humain, ce qu'on appelle les investissements humains et sociaux tels que les dépenses de formation, décision de recrutement d'employés, dépenses de l'amélioration des conditions de travail.

III.1.2 Les besoins de financement liés à l'exploitation :

Toute entreprise quelque soit son efficacité ou quelque soit sa structure financière, peut se retrouver confrontée à un problème de trésorerie. Ce problème peut survenir car, à court terme, l'entreprise doit de manière permanente chercher à assurer le financement de son actif circulant (stock, crédits accordés aux clients, créances diverses).

A cet égard, l'entreprise recourt à des crédits de fonctionnement qui ont des données plus courantes que ceux d'investissement permettant son équilibre financier.

III.1.3 Les besoins de financement liés à l'innovation :

Dès qu'il s'agit de projet de recherche et de développement ou innovant, il est surtout question de choix risqué et coûteux, de plus le coût des travaux de recherche et développement compte parmi les principales contraintes au développement de tels travaux.

Les processus d'innovation sont clairement marqués par la prééminence de nombreux subventions, avances remboursables et avantages fiscaux octroyés par les organismes publics.

Chapitre I : La Petite et Moyenne Entreprise - PME -

III.2 Les principales sources de financements :

Pour arriver à satisfaire l'ensemble des besoins cités ci-dessus, on distingue généralement deux (02) grandes sources de financement ; des financements dont l'origine est « Interne » qui proviennent des fonds propres de la société, et des financements dont l'origine est externe, qui proviennent principalement des organismes financiers.

III.2.1 Financement interne :

Toutes les entreprises peuvent recourir à leurs moyens propres et à ceux de leurs associés pour financer partiellement ou totalement leurs besoins en équipements ou en fonds de roulement.

- **L'autofinancement** : On appelle autofinancement : « l'opération qui consiste pour une entreprise à financer ses investissements sans faire appel à des capitaux extérieurs. Elle se finance donc avec ses propres capitaux »¹⁷. L'autofinancement continue d'être la préférence de source de financement pour les porteurs de projets lorsqu'ils ont la possibilité de recourir. Les entrepreneurs privilégient une forte autonomie financière obtenue à partir des économies personnelles, pour financer la création de leurs entreprises.
- **La cession d'actif** : les entreprises obtiennent également des ressources interne par cession d'actif ; cette source de financement est occasionnelle, elle se produit lorsque l'entreprise renouvelle ses immobilisations par la revente d'anciennes devenues obsolètes ou faisant double emploi.
- **Les cessions bail (lease-back)** : Opération voisine du crédit bail, le lease-back est un système par lequel une entreprise cède des immobilisations à une société de crédit-bail pour lui louer ensuite. Outre une amélioration de sa trésorerie, « le lease-back permet à l'entreprise cédante de récupérer des fonds et d'alléger sa structure financière, mais l'oblige par ailleurs à s'engager envers l'acquéreur sur la durée de la location et le montant des loyers »¹⁸.
- **Les prélèvements sur le fond de roulement** : Lorsque le fond de roulement d'une affaire est supérieur à ses besoins d'exploitation (trésorerie excédentaire), l'entreprise peut en prélever certaines sommes pour réaliser des investissements supplémentaires.

¹⁷ Bernet L-ROLLAND (2008), « Principes de techniques bancaires », 25ème édition, DUNOD, Paris, p336

¹⁸ Hutin.H ; Toute la finance d'entreprise en pratique, Edition d'organisation, 2003, P136

Chapitre I : La Petite et Moyenne Entreprise - PME -

III.2.2 Financement externe :

Dans un monde globalisé, où la concurrence est devenue très rude entre les entreprises, où les crédits clients sont nécessaires pour s'accaparer de nouvelles parts de marché, et où le développement des marchés financiers est extraordinaire, l'entreprise doit trouver des sources de financement pour son cycle d'exploitation et chercher à optimiser les coûts liés à ces financements.

- **Le financement externe direct (via marché financier) :** Le marché financier peut être définie comme étant le lieu qui permet aux agents à capacité de financement de prêter directement des fonds aux agents à besoins de financement (entreprises), au moyen d'instruments financiers appelés titres.
- **Le financement externe indirect (bancaire) :** Le financement bancaire est un autre moyen de financement externe permettant d'atténuer les insuffisances des capitaux propres sur l'équilibre financier des entreprises. Selon sa maturité le crédit bancaire peut être accordé à court, moyen ou long terme.
 - Les crédits à court terme : On désigne sous le nom de crédits à court terme l'ensemble des techniques de financement spécialisées relatives au recouvrement des besoins liés au cycle d'exploitation, et d'autre part, des moyens de financement dont la durée est extrêmement courte, allant de quelques jours à quelques mois.
 - Les crédits à moyen et long terme : Appelés aussi les crédits d'investissement ils sont destinés à financer la partie haute du bilan de l'entreprise, le remboursement de ce crédit ne peut être assuré que par les bénéfices réalisés. Pour accorder ces crédits, la banque exige à l'entreprise de disposer d'un minimum de fonds propres. En moyenne, l'apport initial est de 30% du montant du besoin de financement exprimé.
 - Les crédits à long terme : Les crédits à long terme sont, par définition, des crédits dont la durée excède sept ans. Ils sont destinés généralement à financier des investissements lourds, c'est-à-dire ceux dont la durée d'amortissement va au-delà de sept ans.

Chapitre I : La Petite et Moyenne Entreprise - PME -

IV. Les Contraintes de création d'entreprises en Algérie :

Le rapport Doing Business¹⁹ réalisé par la Banque Mondiale, fait une comparaison des pays dans le monde et ce dans le domaine de l'entrepreneuriat. Il a conclu que l'Algérie ne facilite pas la tâche aux chefs d'entreprises, bien au contraire. Ce qui fait que l'Algérie est très mal classée.

Les principales raisons de cette mauvaise position sont dues à certains obstacles, créés notamment par le système d'imposition très élevé qui est estimé à 72% du bénéfice brut. Cela fait que le travail reste très difficile avec notre pays, notamment lors de la signature et l'exécution des contrats (classée 154ème dans le monde en 2015).

Le domaine de l'import-export n'est pas épargné et semble compliqué, car pas moins de 8 documents sont nécessaires pour exporter des marchandises, dont le coût est évalué à 1260 Dollars. Ce qui ne laisse aux entrepreneurs Algériens, que très peu d'opportunité afin de profiter de la position géographique Algérienne, carrefour de la méditerranée. En matière de commerce transfrontalier, l'Algérie se positionne au 129ème rang.

Les PME privées en Algérie, présentent aujourd'hui des structures économiques, financières et organisationnelles fragiles, ce qui n'a fait que freiner le développement des entreprises en Algérie et ce depuis les années 90.

Un certain nombre de contraintes ont été ressorties par la Banque Mondiale qui sont au nombre de six :

Tableau n°02 : Les contraintes rencontrées par les entreprises Algérienne

Contraintes liées au marché informel	<ul style="list-style-type: none">•La non-déclaration des ressources humaines, financières et même techniques et technologiques.•La non-facturation.•L'évasion fiscale.•La concurrence déloyale des importateurs qui parviennent à éviter les barrières tarifaires.
---	--

¹⁹ Le rapport Doing Business est le premier d'une série de rapports offrant une analyse détaillée de la réglementation des affaires dans les 16 économies de la région.

Chapitre I : La Petite et Moyenne Entreprise - PME -

Contraintes liées au marché du travail	<ul style="list-style-type: none">•Manque de managers, de gestionnaires, de personnels intermédiaires, de techniciens qualifiés.•Fortes contraintes dans la gestion du personnel : contrats, procédures et coût de licenciement.•Inadaptation de la formation avec les techniques modernes de gestion : management, gestion de la qualité, marketing.•Inexistence des instituts de formation.•Plans de formation mal-ciblés.
Contrainte liées au marché du foncier	<ul style="list-style-type: none">•Ambiguïté du statut juridique des assiettes foncières, due au fait que la plupart des opérateurs installés ne possèdent pas d'actes de propriété légale et authentique.•Inutilisation de la majorité des terrains viabilisés, car ils appartiennent soit à des sociétés publiques en faillite, soit à des propriétaires privés qui les conservent à des fins de spéculation.•Le paiement par des investisseurs d'une quote-part financière unique afin d'accéder au foncier; ce qui entraîne un découragement des petits investisseurs à fonds propres très limités.•Le prix du mètre carré très variable et souvent trop élevé.•Les infrastructures ne répondent pas souvent aux exigences techniques de la future entreprise.
Contraintes administratives	<ul style="list-style-type: none">•Les délais trop longs dans le traitement des dossiers.•Des procédures administratives bureaucratiques.•La non-fiabilité des informations fournies par les opérateurs économiques.•Des procédures administratives mal assimilées par les administratifs et les opérateurs.•Des réglementations qui mettent trop de temps pour être assimilées et mises en œuvre par l'administration.•Accroissement de la sphère informelle dans le secteur des affaires.

Chapitre I : La Petite et Moyenne Entreprise - PME -

Contraintes d'accès à l'information	<ul style="list-style-type: none">•Inexistence d'une banque de données sur les entreprises.•Inexistence de données sur les marchés.•Inexistence de données sur les opportunités d'investissement.•Faible utilisation de l'outil informatique, exemple: Internet dans le monde des affaires
Contraintes d'ordre financier	<ul style="list-style-type: none">•Le coût du crédit est élevé; les garanties demandées sont excessives et les délais de traitement des dossiers sont trop longs.•La méconnaissance des sources de financement et de la notion de « prise de risque partagé ».•Pertes de change dues à la chute brutale de la valeur du dinar algérien.•La parafiscalité n'encourage pas l'emploi.•Inadaptation des mécanismes bancaires avec les nouvelles règles du marché ouvert.

Source : Réalisé sur la base de l'article de Mme. Ghalia BENYAHIA-TAIBI, Nadjat Djamane-Seguini, L'évolution Du Rôle Des Pme Privées Dans Le Développement Economique En Algérie : Synthèse Macroéconomique, Page 10.

V. Cadre des PME en Algérie

Pendant longtemps, les PME algériennes ont été négligées car la grande préoccupation des pouvoirs publics s'articulait autour de la grande organisation. L'Etat a considéré l'entreprise publique comme l'instrument privilégié de la réalisation de sa politique économique ; c'est à elle que revient le développement du pays.

En Algérie comme les autres pays, les petites et moyennes entreprises constituent la grande partie du tissu économique.

V.1. Classification des PME en Algérie par statut juridique :

Suite à l'adoption de la loi d'orientation sur la PME en 2001, la population de PME a connu une évolution remarquable en terme de nombre de création d'entreprise.

Chapitre I : La Petite et Moyenne Entreprise - PME -

La population globale des petites et moyennes entreprises, au 1^{er} semestre 2018 s'élève à 1 093 170 entités contenant les PME publiques et privées.

Tableau n°03 : Evolution PME privées par rapport à l'ensemble des entreprises algériennes par statut juridique entre 2014 - S1/2018

	2014	2015	2016	2017	S1/2018
PME privées	851 511	934 037	1 022 231	1 074 236	1 092 908
PME publiques	542	532	390	267	262
TOTAL	852 053	896 811	1 022 621	1 060 289	1 093 170

Source : Réalisé sur la base des données du Ministère du Développement industriel et de la Promotion de l'Investissement (MDIPI) 2014- S1/2018.

Ce tableau montre clairement la hausse enregistrée dans le nombre des PME du secteur privé, Par contre, le secteur public a enregistré tout au long de la période 2014-S1/2018 une particulière diminution, néanmoins, cette diminution est expliquée par la privatisation dictée par la loi de l'économie de marché.

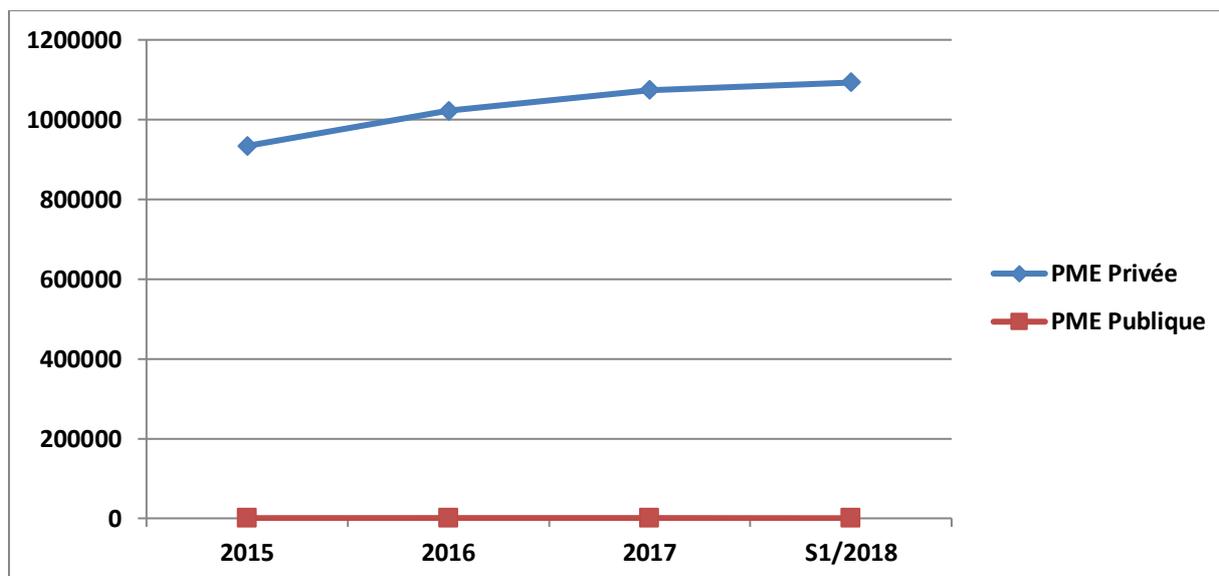
Au 1^{er} semestre 2018, la population globale des PME s'élève à 1 093 170 entités, dont le secteur privé est dominant dans le tissu économique, soit un nombre de 1 092 908 entités représentées par un taux de 99% du total.

Les PME publiques ne représentent qu'une minime partie de la PME algériennes soit 0.01%. En outre, leur nombre suit une courbe descendante depuis la période 2014-S1/2018. Cette diminution a été faite à la faveur essentiellement des choix stratégiques des pouvoirs publics après une restructuration du secteur public.

Le schéma suivant illustre l'évolution du nombre de PME.

Chapitre I : La Petite et Moyenne Entreprise - PME -

Schéma n°02 : Evolution des PME en Algérie durant 2014 - S1/2018



V.2. Répartition des PME par secteur d'activité :

Les répartitions des PME entre les différents secteurs d'activité économique se présentent de la manière suivante

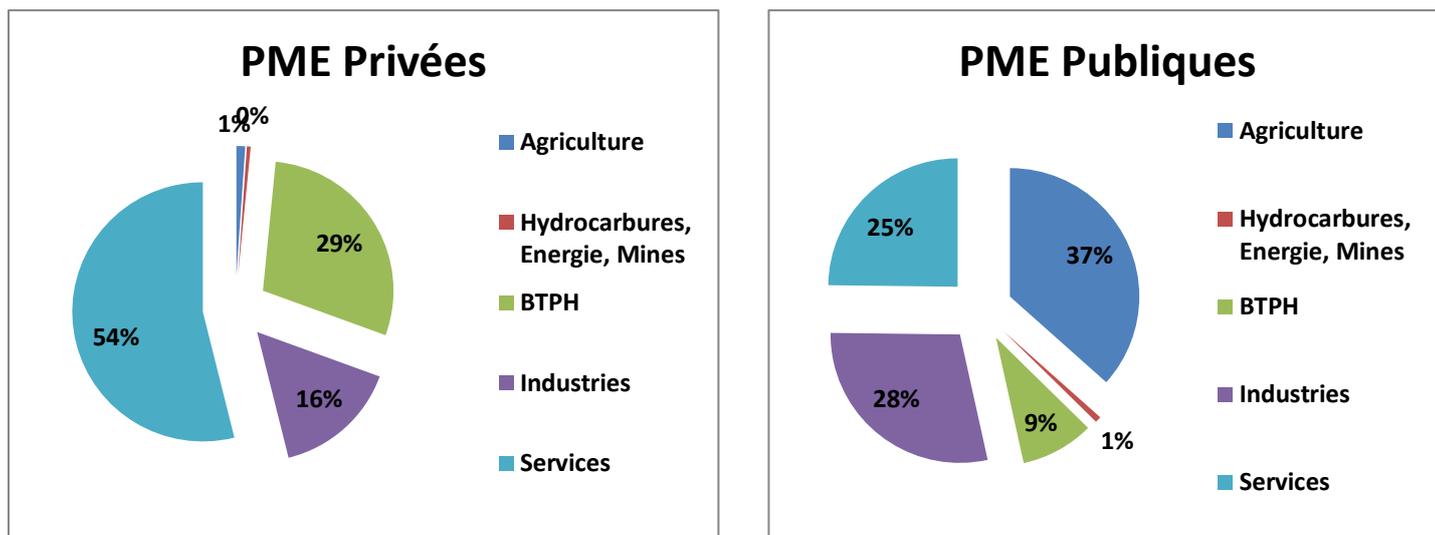
Tableau n°04 : Répartition des PME par secteur d'activité (S1/2018)

Secteurs d'activité	PME privées	%	PME publiques	%
Agriculture	6877	1,09 %	96	36,64 %
Hydrocarbures, Energie, Mines	2936	0,47 %	2	0,76 %
BTPH	182 477	29,05 %	24	9,16 %
Industries	97 728	15,56 %	75	28,63 %
Services	338 201	53,83 %	65	24,81 %
Total Général	628 219	100 %	262	100 %

Source : Réalisé sur la base des données du Ministère du Développement industriel et de la Promotion de l'Investissement (MDIPI) S1/2018.

Chapitre I : La Petite et Moyenne Entreprise - PME -

Schéma n°03: Répartition des PME par secteur d'activité



Les PME privées exercent dans tous les secteurs d'activité de l'économie nationale, principalement dans les services (54%), Bâtiment et travaux public avec un taux de (29%) et l'industrie (16%). Et enfin, un taux très faibles est représenté par le secteur agricole ainsi que le secteur des mines et carrières.

Les PME publiques exercent dans tous les secteurs d'activité de l'économie nationale, principalement dans l'agriculture avec un taux de (37%) et 28% pour l'industrie, les services (25%), BTPH (09%). Et enfin, avec un taux très faible de (9%) dans le secteur BTPH et (1%) dans le secteur Mines et Carrières (schéma n°3).

V.3. Répartition des PME privées selon la région :

Selon la répartition spatiale du Schéma National d'Aménagement du Territoire (SNAT), les PME (personnes morales) sont prédominantes dans le Nord et, à un degré moindre, dans les Hauts-Plateaux.

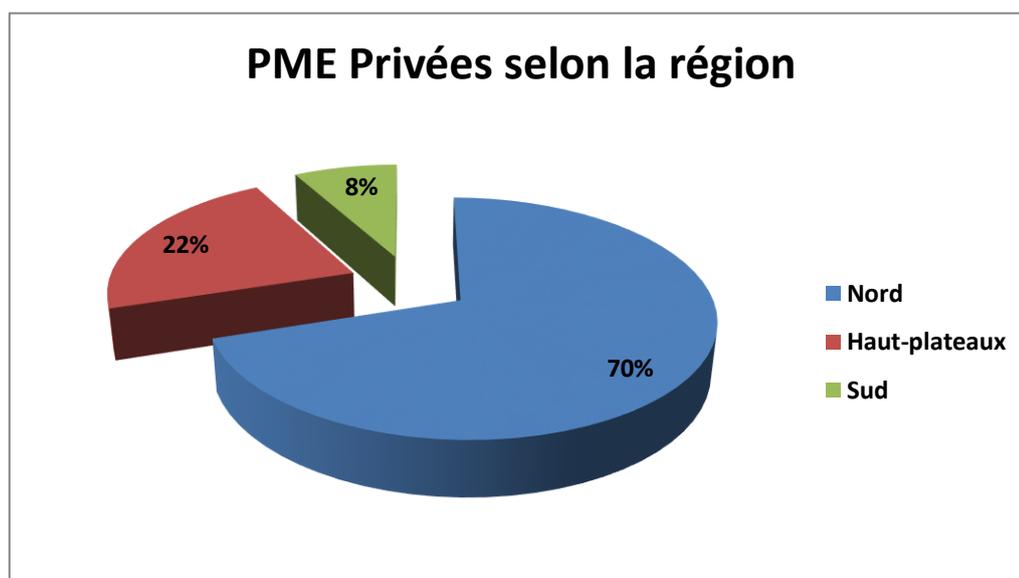
Chapitre I : La Petite et Moyenne Entreprise - PME -

Tableau n°05 : Concentration des PME privées (personnes morales) par région (S1/2018)

Région	PME privées	%
Nord	438 260	70%
Haut-plateaux	136 899	22%
Sud	53 060	8%
TOTAL	628 219	100%

Source : Réalisé sur la base des données du Ministère du Développement industriel et de la Promotion de l'Investissement S1/2018.

Schéma n°04: Répartition des PME privées selon la région



La région du Nord regroupe, 438 260 PME, soit 70 % des PME du pays, suivie par la région des Hauts-Plateaux avec 136 899 PME soit 22%, et les régions du Sud et du Grand Sud accueillent 53 060 PME soit 9% du total.

Chapitre I : La Petite et Moyenne Entreprise - PME -

V.4. Evolution de l'emploi par type de PME :

Selon l'OCDE (2002), les PME jouent un rôle important dans la promotion d'une croissance économique viable à la création d'emplois, tout en contribuant au capital social, culturel et environnemental des nations.

La PME a réalisé des progrès important ces dernières années, en termes de création d'emplois. Et pour cela les PME permettent de diminuer le taux de chômage.

Tableau n°06 : Emplois générés par les PME durant la période S1/2017 - S/2018

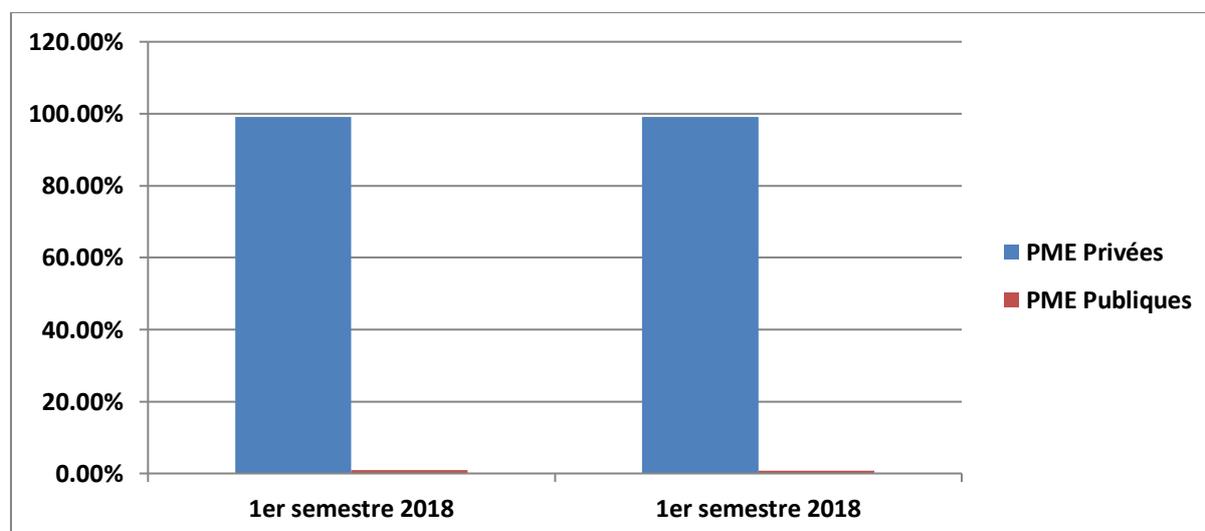
Types de PME	1 ^{er} semestre 2017		1 ^{er} semestre 2018	
	Nombre	%	Nombre	%
PME privées	2 578 279	99,09	2 668 173	99,18
PME publiques	23 679	0,91	22 073	0,82
Total	2 601 958	2 601 958	2 690 246	100%

Source : Réalisé à partir des données de la direction de l'industrie des PME.

L'effectif global des PME, à la fin du 1er semestre 2018, est de 2 690 246 PME, dont seulement 222 073 relèvent des PME publiques.

Le graphique suivant illustre l'évolution de l'emploi créé par le secteur des PME.

Schéma n°05: Evolution de l'emploi par type de PME



Chapitre I : La Petite et Moyenne Entreprise - PME -

Conclusion de la Section 3:

Depuis près de deux décennies, et suite aux multiples réformes décidées, l'importance de l'enjeu économique et social des PME reste l'élément le plus efficace et le moins coûteux pour le développement économique d'un pays en pleine mutation.

« L'avenir de l'Algérie réside dans le développement des PME, ce sont des milliers d'entreprise constituées dans les domaines porteurs qui pourront développer le pays. En effet, la PME est une véritable colonne vertébrale de l'économie nationale »²⁰.

²⁰ Lamiri A. (1999), « Crise de l'économie Algérienne », les presses d'Alger, p256.

Chapitre I : La Petite et Moyenne Entreprise - PME -

Conclusion Chapitre I

Quel que soit la classification utilisée, les PME constituent dans de nombreux pays, la forme dominante d'organisation de l'entreprise. Elles représentent entre 95% et 99% selon les pays et assurent 60 à 70% de la création de l'emploi.

Les PME sont les entités économiques les plus faciles à créer, les plus dynamiques et potentiellement les unités qui réussissent le mieux à promouvoir le tissu économique. De part leur petite taille, les emplois que seront capables de créer et les faibles moyens que demande leur création, elles resteront, en effet, parmi les moyens efficaces de développement économique. La création d'entreprises constitue le moteur du renouvellement du tissu économique, de la création d'emplois, de la stimulation de l'esprit d'entreprise, de la créativité et de l'innovation local.

En Algérie, les PME sont définies par un texte réglementaire se basant sur le nombre de salarié (1 à 250) et le chiffre d'affaires (moins ou égale à 2 milliards de Dinars). Le total du bilan ainsi que le critère d'indépendance. Ce secteur bénéficie d'un droit de regard réel et permanent de la part des pouvoirs publics par l'établissement de plusieurs organismes d'aide et la mise en œuvre des différents programmes, et ce traduit positivement sur la réalité de ce secteur à travers les indicateurs économiques malgré les difficultés (administratives, financières, etc.).

Chapitre II :
L'Entrepreneuriat et
L'Entrepreneur

Chapitre II : L'Entrepreneuriat et L'Entrepreneur

Introduction Chapitre II

L'entrepreneuriat constitue aujourd'hui un phénomène qui attire de plus en plus les chercheurs dans les domaines de l'économie et de la gestion. C'est un phénomène complexe qui au cours du temps a pris plusieurs significations. Plusieurs auteurs et chercheurs dans ce domaine ont essayé d'apporter une définition pour ce concept.

La création et le développement des entreprises est le fait des entrepreneurs, c'est-à-dire, de ceux qui mobilisent et gèrent les ressources humaines et matérielles, dont le but est de créer, de développer et d'implanter des solutions permettant de répondre aux besoins des individus.

L'entrepreneur a un rôle irremplaçable dans l'économie et la société. Il est son ferment, puisque, d'une part, il crée des entreprises et des emplois, ensuite, il introduit des innovations de rupture comme des innovations incrémentales, et enfin, il participe au renouvellement et à la restructuration du tissu économique.

Ce chapitre sera consacré à l'entrepreneuriat et l'entrepreneur, nous allons présenter dans un premier lieu (section 1) l'entrepreneuriat, son importance et ses formes. La deuxième section (section 2) sera les principales théories traitant cet acteur « Entrepreneur », ses caractéristiques, la typologie existante.

Chapitre II : L'Entrepreneuriat et L'Entrepreneur

Section 1 : Entrepreneuriat

Introduction

Il est parfaitement admis que l'entrepreneuriat est un vecteur vital de l'économie grâce à ses apports à l'économie et à la société qui concernent la création de richesses, l'emploi, l'innovation, le renouvellement du parc d'entreprises, l'exploitation des ressources, la diversification et la complémentarité des entreprises...etc.

I. Définition de l'entrepreneuriat :

L'entrepreneuriat peut se définir comme étant « l'activité économique à but lucratif menée dans les conditions de risque et d'incertitude. Il a aussi un lien avec l'innovation parce que les entrepreneurs cherchent à découvrir de nouvelles combinaisons des facteurs de production pour réaliser un profit »²¹.

Il existe plusieurs définitions du concept d'entrepreneuriat qui varient selon les chercheurs et leurs disciplines (économie, gestion, sociologie, psychologie, etc.). Pour mieux cerner le phénomène complexe qu'est l'entrepreneuriat dans sa globalité. Nous avons retenu trois conceptions :

La première conception est celle de Julien et Marchesnay (1996), « le mot entrepreneuriat a été choisi en Québec par le conseil de la langue française, au détriment du terme anglais « *entrepreneurship* ». Ce mot désigne : l'état (la qualité) de ce lui ou de ceux qui sont entrepreneurs. Cet état résulte de plusieurs facteurs plus ou moins complémentaires, l'esprit d'entreprise²², la création d'entreprise et l'action d'entreprendre ou de conduire une entreprise en étant un entrepreneur »²³.

La deuxième conception est celle de Bruyat (2001) le mot entrepreneuriat désigne : « une dynamique de changement pour l'individu, ce dernier, en s'investissant dans la création

²¹ United Nations. (2010), « Promouvoir L'entrepreneuriat Dans La Région De La CEE: La Réduction Des Obstacles Au Développement Des Entreprises Dans Les Pays De La Région », Editions Print book, p1.

²² L'esprit d'entreprise peut être défini « comme l'aptitude d'un individu, d'un groupe social, d'une communauté à :prendre des risques pour engager des capitaux (pour investir) dans une sorte d'aventure, consistant à apporter quelque chose de neuf (L'innovation) en employant et en combinant de la façon la plus performante possible des ressources diverses ».

²³ Julien P-A, et Marchesnay M, (1996), « L'entrepreneuriat », Edition Economica, Paris, p8

Chapitre II : L'Entrepreneuriat et L'Entrepreneur

de son entreprise, est susceptible de changer de savoir-faire, d'attitude, de valeurs et de statut sociale. En ce sens, l'entrepreneuriat est le rapport entre (individu/création de valeur) »²⁴.

La troisième conception est celle de Verstraete (2005) qui définit l'entrepreneuriat comme : « un phénomène conduisant à la création d'une organisation impulsée par un ou plusieurs individus s'étant associés pour l'occasion »²⁵. Il considère l'entrepreneuriat comme un phénomène complexe qui peut être un type particulier d'organisation lancé par un entrepreneur qui agit pour atteindre ses objectifs. Ce terme « entrepreneuriat » contient le mot « entrepreneur », donc la démarche entrepreneuriale est incitée par l'individu.

Tableau n°07 : Récapitulatif des fondements du concept d'entrepreneuriat

Origines	Concepts
Cantillon (1734)	Capacité de prendre le risque de créer son propre emploi Capacité d'un individu de se prendre en main et de prendre des risques dans un environnement incertain.
Smith (1776)	Capacité pour un individu de se prendre en main et de prendre des risques, assurant ainsi la mise en œuvre des projets : inclut la capacité de produire des biens et de créer de la valeur, qui en retour influence l'entrepreneur.
Say (1803)	Capacité de créer une organisation et de la gérer de façon à générer des profits ou à la faire croître : donc une dimension de profits et de croissance.
Kirzner (1973)	Inclut la capacité à détecter et à exploiter des occasions, ce qui équivaut à détecter les imperfections du système pour rétablir l'équilibre.
Timmons (1994)	Suppose que l'entrepreneuriat est un état cognitif qui conduit une personne à agir au type d'action, et tout cela part d'une idée et la détection d'une opportunité d'affaire.
Anderson (2002)	Il est impossible de s'accorder sur une définition précise de l'entrepreneuriat.
Verstraete (2003)	L'entrepreneuriat concerne le phénomène relevant d'une relation symbiotique entre l'entrepreneur et l'organisation impulsée par celui-ci.

²⁴ Bruyat C. (2001), « Créer ou ne pas créer : une modélisation du processus d'engagement dans un projet de création d'entreprise », revue de l'entrepreneuriat, Volume 1, N° 1, p11.

²⁵ Verstraete T. (2005), « Paradigmes et entrepreneuriat », revue de l'entrepreneuriat, Volume 4, N° 1, p37.

Chapitre II : L'Entrepreneuriat et L'Entrepreneur

II. Approches de l'entrepreneuriat

La littérature entrepreneuriale permet de distinguer trois principales approches dominante dans la recherche en entrepreneuriat : descriptive, comportementale et processuelle.

L'approche descriptive appelée aussi approche par les traits qui répond principalement à la question « qui est l'entrepreneur ? », l'approche comportementale appelée aussi approche par les faits répond à la question « que fait l'entrepreneur ? » et la troisième approche (approche processuelle) répond à la question « comment ? »

Dans notre travail de recherche, nous allons aborder la question du profil de l'entrepreneur dans le chapitre III, et notre travail s'intéresse aux deux premières approches seulement de l'entrepreneuriat, à savoir l'approche descriptive et comportementale.

II.1. Approche descriptive (Approche par les traits) :

L'approche descriptive appelée également, approche par les traits (Stevenson et Jarillo, 1990) est une approche centrée sur l'individu. Elle a pour objectif de cerner les traits de personnalité et les attributs qui définissent la personnalité de l'entrepreneur. L'hypothèse principale derrière cette école de pensée est que les chefs d'entreprise possèdent des traits de personnalité, des caractéristiques personnels et un système de valeurs qui les prédisposent à une activité entrepreneuriale et les distinguent des autres individus (Greenberger et Sexton, 1988 ; Gartner, 1990 ; Shaver et Scott, 1991) .

Jusqu'à la fin des années 80, de nombreux chercheurs ont essayé de mettre en avant les caractéristiques psychologiques et les traits de personnalité qui caractérisent les entrepreneurs qui réussissent « L'approche par les traits de personnalité a essayé d'établir le profil psychologique typique de l'entrepreneur, en partant du principe que les personnes qui possèdent les mêmes caractéristiques que les entrepreneurs auront une tendance supérieure ou un potentiel à agir de manière entrepreneuriale, ce dont seront dépourvues les personnes qui ne possèdent pas ces caractéristiques. Les chercheurs ont donc procédé par la recherche de déterminants du comportement (besoins, attitudes, croyances et valeurs spécifiques). L'entrepreneur et le non entrepreneur doivent pouvoir être différenciés par des tendances entrepreneuriales et des traits psychologiques distincts » (Basso, 2006).

Chapitre II : L'Entrepreneuriat et L'Entrepreneur

Parmi les traits de personnalité cités dans la littérature : le goût de risque, le besoin d'accomplissement, le besoin de pouvoir, la créativité, l'innovation, le besoin d'indépendance et d'autonomie (Marchesnay, 2002, Reynolds, 1988 ; Cachon, 1992).

Malgré une vaste littérature consacrée aux caractéristiques psychologiques des entrepreneurs, il est toujours possible de recenser de nouveaux traits de personnalité de ces entrepreneurs mais il est impossible de définir un profil type de l'entrepreneur. En effet, il n'y a pas d'entrepreneur typique (Low et Mac Millan, 1988 ; Bull et Williard, 1993).

II.2. Approche comportementale (Approche par les faits)

Nous parlons souvent de l'entrepreneur mais nous oublions que son succès ne dépend pas uniquement de ses traits de personnalité et de ses caractéristiques psychologiques

En effet, « l'entrepreneur se forme graduellement, influencé d'abord affectivement par sa famille, ensuite symboliquement par le milieu du travail et ses modèles entrepreneuriaux, et enfin sociologiquement par son implication graduelle dans un milieu, son enracinement et son intégration dans ce dernier » (Schmitt, 2008). En résumé, la dimension individuelle de l'entrepreneur n'est rien sans un environnement adéquat.

« Les variables environnementales caractérisant les individus sont donc devenues, elles-mêmes de réels objets d'analyse » (Tounés, 2003). De nombreuses publications ont montré l'importance de l'environnement socioculturel, du réseau personnel et professionnel, du contexte familial et du cadre politique et économique dans l'explication des comportements entrepreneuriaux. (Bowen et Hisrich, 1986 ; Hisrich et O'Kinneide, 1986 ; Abric J-C, 1987; Filion, 1991 ; Casson, 1991).

III. Importance de l'entrepreneuriat :

L'entrepreneuriat offre d'innombrables atouts tant pour l'économie, (création d'entreprise, création de valeur) que pour la société (création d'emplois) et l'individu (source d'épanouissement individuel) (Fayolle, 2004).

- ✓ *Création d'emploi* : l'entrepreneuriat constitue un moyen pour la résorption du chômage, il est considéré comme source potentiel de création d'emploi où entreprendre est devenu une nécessité pour l'intégration sociale pour l'entrepreneur et ses membres de famille.

Chapitre II : L'Entrepreneuriat et L'Entrepreneur

- ✓ *Croissance économique* : l'activité entrepreneuriale n'a pas pu être un effet direct sur la croissance économique mais l'accélère, grâce à la présence d'une population nombreuse d'individus entrepreneurs. Et pour cela elle rapporte une diversification de l'industrie par l'établissement de pôle de croissance.
- ✓ *Renouvellement du parc d'entreprises* : l'entrepreneuriat permet de renouveler et reconstruire le tissu économique par la création des entreprises ex-nihilo, la reprise d'entreprise et la réactivation d'entreprise
- ✓ *Innovation* : la fonction d'innovation est importante, d'après Schumpeter, les entrepreneurs constituent le moteur de l'innovation en identifiant les opportunités que les autres acteurs ne voient pas et en développant les technologies et les concepts qui vont donner naissance à des nouvelles activités économiques.

IV. Les paradigmes de l'entrepreneuriat :

Alain Fayolle et Verstraete (2005) identifient quatre paradigmes, qui permettent de cerner le domaine de la recherche en entrepreneuriat :

IV.1. Le paradigme de l'opportunité d'affaire :

Il repose sur l'idée que l'entrepreneuriat est un processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation des opportunités. La construction de ce paradigme s'inspire largement des travaux de Schumpeter (1935) et de Kizner (1973).

Schumpeter souligne l'importance de l'innovation qui constitue l'entrepreneuriat, tandis que Kizner met en évidence l'importance de la découverte d'opportunités dans les marchés. L'ensemble de ces travaux ont en commun la mise en évidence de l'entrepreneur comme étant un acteur à la recherche d'opportunité et de profit.

IV.2. Le paradigme de la création d'une organisation :

La conception de Gartner (1995) repose sur l'idée que l'entrepreneuriat est un phénomène consistant à créer une nouvelle organisation.

IV.3. Le paradigme de la création de valeur :

Selon Ronstadt (1984), Bruyat et Julian (2001), la création de valeur est un phénomène ou un processus créant de la valeur qu'elle soit individuelle, économique ou sociale.

Chapitre II : L'Entrepreneuriat et L'Entrepreneur

IV.4. Le paradigme de l'innovation :

La théorie économique s'est intéressée tardivement à l'innovation. Parmi les premiers qui ont travaillé sur le concept, Joseph Schumpeter, qui considère que l'entrepreneuriat et l'innovation sont associés, Ce qui constitue le fondement de l'entrepreneuriat est l'innovation qui peut être soit, un nouveau produit ou service, nouvelles sources de matière première, nouvelle méthode de productions, de distribution ou de vente, etc.

V. Les situations de l'entrepreneuriat :

La création d'entreprise et d'une façon plus large, l'entrepreneuriat sont aujourd'hui reconnues comme étant des phénomènes vitaux pour la société, par leur contribution à la régénération et au développement de l'économie.

Selon Fayolle et Fillion (2006), « nous vivons dans un monde où existent de plus en plus de travailleurs autonomes, de micro entreprises et de petites entreprises. Les gens sont appelés à adopter des attitudes de plus en plus entrepreneuriales, même ceux qui vont faire carrière dans les grandes organisations privées ou publiques »²⁶.

Une action entrepreneuriale, qui s'exprime dans le cadre d'un projet entrepreneuriale, peut prendre plusieurs formes :

- Entreprendre pour son propre compte (créer ou reprendre son entreprise).
- Entreprendre pour le compte d'une entreprise (intrapreneuriat).
- Entreprendre pour le compte de la société (actions humanitaires, associatives).

Nous détaillons dans ce qui suit, ces différentes formes d'entrepreneuriat :

V.1. La création d'une nouvelle entreprise ou ex-nihilo (à partir de rien)

Elle peut concerner les petites et micro-entreprises, le travail indépendant, les PME et les grandes entreprises.

La création ex-nihilo 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. Il faudra du temps pour arriver à implanter son produit dans un marché, pour convaincre les utilisateurs et les acheteurs par le nouveau produit. Les risques doivent être

²⁶ Fayolle A. et Fillion L.-J. (2006), « Devenir entrepreneur : des enjeux aux outils », Editions Print book, p56.

Chapitre II : L'Entrepreneuriat et L'Entrepreneur

bien évalués par l'entrepreneur, il doit aussi gérer les disponibilités qu'il a dans son milieu, qui lui permettent de mieux saisir l'opportunité.

V.2. La création par essaimage :

L'essaimage (ou spin-off) consiste en le soutien apporté par une entreprise mère à ses salariés (essaimé) pour lui permettant de créer sa propre entreprise tout en restant salarié chez elle.

L'essaimé travaille souvent en sous-traitance pour son ancien employeur, puis petit à petit diversifie sa clientèle et conquiert son indépendance véritable.

On distingue trois types d'essaimage :

- **L'essaimage à chaud, ou social** : c'est la forme la plus répandue, ce cas de figure est utilisé lorsque la société essaimant cherche à résoudre un problème de sureffectif ou met en œuvre une politique de restructuration. Ainsi, elle va mettre en place un dispositif fortement incitatif et encourageant.
- **L'essaimage à froid ou actif** : ce type, résulte de l'initiative de salariés ayant un projet de création d'entreprise. C'est dans le cadre d'une politique de ressources humaines qui encourage l'esprit créatif et innovant.
- **L'essaimage stratégique** : c'est la mise en pratique d'une approche économique de l'essaimage qui met une démarche gagnant/gagnant pour externaliser une activité. Il y a alors transfert de compétences, de technologie ou de brevet avec dans certain cas une coopération commerciale.

V.3. La création par franchise :

La franchise est un accord commercial et juridique par lequel une entreprise appelée le « franchiseur » s'engage à fournir à une seconde entreprise, dite « franchisee », un savoir-faire, une formation, et une assistance permanente en contre partie d'une rémunération. Ce type de création consiste, d'une certaine façon, à imiter un fonctionnement qui existe dans un contexte géographique donné

La franchise peut avoir plusieurs formes. Nous décrivons ci-après ces formes de franchise :

Chapitre II : L'Entrepreneuriat et L'Entrepreneur

- ✓ *Franchises de distribution* : ici le franchiseur joue en quelque sorte le rôle de centrale d'achat. Il sélectionne des marchandises produites par des tiers. Ceci peut le cas échéant se faire en concertation avec les franchisés.
- ✓ *Franchises de service* : le franchisé utilise le savoir-faire du franchiseur pour offrir sous l'enseigne ou sous le nom de marque déposée du franchiseur des prestations de service correspondant aux instructions de celui-ci. La marque représente le savoir-faire du système et la particularité de la méthode employée.
- ✓ *Franchises de production* : les franchisés acquièrent le droit de fabriquer des marchandises selon les instructions du franchiseur. Ainsi les fabricants de boissons mettent à la disposition de leurs franchisés selon les cas la matière première (par exemple concentré de cola) ainsi que leur savoir-faire pour la mise en bouteille.

La création en franchise bénéficie également d'un accompagnement important, mais payant, de la part du franchiseur. Elle peut permettre à celui qui n'a pas d'idées propre ou qui n'a pas une capacité à innover de réaliser son objectif de création d'entreprise.

V.4. L'Intrapreneuriat :

Elle consiste en la création d'une nouvelle activité (conquête de nouveaux marchés) par un employé entrepreneur au sein de son entreprise mère. Le personnage clé de ce phénomène est l'intrapreneur est un agent de changement. Il agit de façon entrepreneuriale dans une organisation au sein de laquelle il travaille, mais qui ne lui appartient pas

V.5. La reprise d'entreprise (Repreneuriat) :

Elle se définit comme un processus par lequel une personne physique ou morale. Le repreneur, acquiert la propriété d'une entreprise ou d'une activité existante et occupe les fonctions de direction générales.

La reprise peut être réalisée par un individu pour son propre compte ou par une entreprise existante. Deux cas peuvent être examinés :

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

Chapitre II : L'Entrepreneuriat et L'Entrepreneur

- ✓ **La reprise d'entreprise ou d'activité en difficulté** : si les difficultés sont déclarées (entreprises en redressement judiciaire), il est indispensable de connaître le cadre légal de reprise d'entreprise en difficulté. Avoir des relations avec des acteurs clés dans ce milieu, apparaît également comme une condition importante.

Nous synthétisons dans ce qui suit, les différentes formes d'entrepreneuriat.

Tableau n°08 : Récapitulatif des différentes formes de l'entrepreneuriat

Formes entrepreneuriale	Définition
Création d'une nouvelle entreprise	La création d'une entreprise indépendante par un seul ou plusieurs associés.
Création par essaimage	Un salarié permet de créer son entreprise avec l'aide de son employeur.
Création par franchise	Un accord par lequel une entreprise, le franchiseur, accorde à une autre entreprise, le franchisé, le droit de commercialiser des types de produits et/ou services.
Intrapreneuriat	Le développement de nouvelles activités dans l'entreprise.
Repreneuriat	Reprendre une entreprise qui existe déjà ou qui a connu des difficultés (faillite...).

Conclusion de la Section 1 :

La création de nouvelles entreprises (ou tout type de création) serait donc un moyen de lutter contre le chômage et la pauvreté, d'intensifier la concurrence sur les marchés et de s'adapter aux véritables besoins des consommateurs, de stimuler la quête de nouveaux marchés et de faire face aux mutations rapides qu'entraîne la mondialisation économique. Elle pourrait même permettre à un plus grand nombre de citoyens de s'épanouir personnellement et professionnellement.

Chapitre II : L'Entrepreneuriat et L'Entrepreneur

Section 2 : Entrepreneur

Introduction :

L'entrepreneur, c'est l'essence ou le cœur même de l'entrepreneuriat. C'est celui qui innove en fonction des opportunités qui se présentent, mais aussi qui organise les ressources pour produire et commercialiser, tout en recherchant son intérêt.

On peut attribuer différentes caractéristiques à l'entrepreneur, même si elles ne sont pas nécessairement particulières. On peut aussi montrer qu'il existe différents types d'entrepreneurs jouant des rôles différents dans le changement.

I. Définition de l'entrepreneur :

L'entrepreneur est le principal acteur du phénomène entrepreneurial. Le plus difficile dans l'étude de son rôle consiste à définir qui est un entrepreneur ou ce qu'est un entrepreneur. L'entrepreneurship est un phénomène qui existe depuis longtemps mais il reste très difficile d'en donner une définition qui fera l'unanimité.

Le Petit Robert donne trois définitions du mot « entrepreneur »:

1. La première définition fait référence à l'acte d'entreprendre (celui qui entreprend quelque chose).
2. La seconde voit dans l'entrepreneur « une personne qui se charge de l'exécution d'un travail ».
3. La troisième, dans une perspective économique, est entrepreneur « toute personne qui dirige une entreprise pour son propre compte, et qui met en œuvre les divers facteurs de production (agents naturels, capital, travail), en vue de vendre des produits ou des services ».

Richard Cantillon (1726), est le premier à avoir défini l'entrepreneur, et pour cela il définit l'entrepreneur par son affrontement au risque, c'est-à-dire qu'il n'ya aucune garantie de ce qu'il va recevoir d'après sa décision d'entreprendre, « celui qui assume le risque de l'incertain s'engage fermement envers tiers »²⁷.

²⁷ Boutilier S. et Uzunidis D. (1995), « L'Entrepreneur : une analyse socio-économique », Edition Economica, Paris.

Chapitre II : L'Entrepreneuriat et L'Entrepreneur

J-B Say (1803), il définit l'entrepreneur comme l'intermédiaire entre le savant qui produit la connaissance et l'ouvrier qui applique à l'industrie, son objectif est d'accroître la production et de maximiser son profit, « l'entrepreneur c'est l'agriculteur, le manufacturier ou le commerçant qui entreprend de créer pour son compte, à son profit et ses risques, un produit quelconque »²⁸.

Pour Kirzner (1973), « L'entrepreneur doit être vigilant pour détecter puis exploiter les opportunités qui peuvent se présenter. L'entrepreneur se présente comme l'argent économique qui exploite l'information »²⁹.

Pour Drucker (1985), l'entrepreneur est l'élément essentiel de la flexibilité, en percevant le changement comme la norme habituelle et comme un signe de bonne santé. Il cite « c'est un révolutionnaire de l'économie car l'innovation est son instrument spécifique de son esprit d'entreprise. C'est l'action qui consiste à ouvrir de nouvelles opportunités aux ressources pour créer des richesses »³⁰.

Fayolle (2004) s'interroge sur ce concept en posant la question de savoir s'il faut définir l'entrepreneur par : ce qu'il est, ce qu'il fait, par ses origines et ses besoins ou par ses activités et leur résultat ?

D'autres auteurs encore définissent l'entrepreneur comme un preneur de risque, détecteur d'opportunités, capable d'évoluer dans des situations et des contextes différents liés à des entreprises existantes ou en voie de création.

Tableau n°09 : Récapitulatif des différentes définitions de l'entrepreneur

Chercheurs	Définition
Joseph Schumpeter (1928)	Voit l'entrepreneur comme un innovateur, qui met en œuvre une technologie.
J-B Say (1803)	Le définit comme son propre patron qui prend des risques et qui veut créer des profits.

²⁸ Tounés A. (2007), « L'intention entrepreneuriale, théorie et modèles », Edition Sanabil Med Sa, Paris, p70.

²⁹ Kirzner I-M. (1973), « Competition and entrepreneurship », Chicago, University of Chicago Press;

³⁰ Drucker P-F. (1985), «The Practice of Innovation» , Innovation and Entrepreneurship Practice and Principles, Harper & Row, New York, pp. 19-33

Chapitre II : L'Entrepreneuriat et L'Entrepreneur

Kirzner (1973)	L'entrepreneur doit être vigilant pour détecter puis exploiter les opportunités qui peuvent se présenter.
Drucker (1985)	C'est un révolutionnaire de l'économie
Fayolle (2004)	Pose la question de savoir s'il faut définir l'entrepreneur par « ce qu'il est, ce qu'il fait, par ses origines et ses besoins ou par ses activités et leur résultat » ³¹

II. Les Caractéristiques de l'entrepreneur :

« L'entrepreneur demeure l'acteur clé du dynamisme entrepreneurial ceci justifie l'intérêt continu sur l'étude des caractéristiques individuelles qui permettent de prévoir la réussite du projet entrepreneurial »³². Il existe chez l'entrepreneur quelque chose qui le distingue du reste de la population. Nous allons essayer de présenter les principales caractéristiques d'un entrepreneur

II.1. L'entrepreneur comme initiateur : les premières recherches dans le domaine de l'entrepreneuriat ont porté sur l'entrepreneur comme initiateur, acteur du processus, ayant une intention et une volonté pour s'introduire dans le domaine des affaires. Ces études portaient sur les caractéristiques psychologiques « l'approche par traits » et le modèle de Schumpeter (1935).

II.2. Un besoin d'accomplissement : citons les travaux de McClelland (1961-1965) qui étaient basés sur « le critère du besoin d'accomplissement »³³, pour lui ce dernier est l'un des éléments indissociables des caractéristiques de l'entrepreneur.

L'entrepreneur préfère être le responsable des solutions de ses problèmes, au lieu de subir des commandes (être un simple salarié), d'établir ses propres objectifs « Être son propre patron ».

II.3. Entrepreneur innovateur : J.Schumpeter (1935), souligne que les individus capables d'innover méritent seuls l'appellation « Entrepreneur », ils sont doués d'imagination et font preuve d'initiative et de volonté, ils assurent le passage entre le monde scientifique de la découverte et des inventions, et le monde économique des innovations.

³¹ Fayolle A. (2005), « Introduction à l'entrepreneuriat », Edition Dunod, France, p21.

³² Ibidem (Renvoi à l'ouvrage cité en note 1)

³³ En se référant à la pyramide de Maslow, le besoin d'accomplissement est dans le 5ème niveau (le sommet de la pyramide), c'est-à-dire que l'individu après la satisfaction de ses besoins primaires, de sécurité...etc. il a besoin de réaliser de soi.

Chapitre II : L'Entrepreneuriat et L'Entrepreneur

II.4. Un preneur de risque : créer une entreprise ou commercialiser une innovation présente un risque supérieur. Plusieurs études ont démontré que, « le plus souvent, le jeune entrepreneur connaît mal ces coûts et les potentialités du marché. Les spécialistes s'accordent pour considérer la prise de risque comme étant une caractéristique qui différencie les entrepreneurs des autres individus »³⁴.

Selon Tounés A. (2007), lors de création d'une entreprise, l'entrepreneur va assumer des risques de différentes natures :

- *Risque Financier* : engager des fonds et rembourser des dettes ;
- *Risque Professionnelle* : quitter un emploi pour créer une entreprise, de s'engager dans l'inconnu ;
- *Risque Familiale* : créer une entreprise c'est consacrer plus de temps à son travail et moins à sa famille.

Pour lui l'entrepreneur doit supporter les risques liés aux contraintes du marché et aux variations des prix, il effectue des achats à des prix certains pour fournir tous les facteurs nécessaires à sa production. Ses ventes et ses recettes sont par contre aléatoire. Son revenu et son profit sont incertain. Face à toutes ces difficultés, le créateur est un individu qui cherche à minimiser ses risques.

III. Les qualités d'un entrepreneur :

L'entrepreneur demeure l'acteur clé du dynamisme entrepreneurial (A. Fayolle, 2005) ceci justifie l'intérêt continu sur l'étude des caractéristiques individuelles qui permettent de prévoir la réussite du projet entrepreneurial. Nous pouvons ajouter les caractéristiques et qualités en les synthétisant dans le tableau suivant :

Tableau n°10 : Synthèse des caractéristiques et qualités d'entrepreneur

Caractéristiques	Qualités
Confiance en soi	Croit en ses propres capacités ; Indépendant ; Optimiste.

³⁴ Cachon J-C. (1991), « Entrepreneurs : Pourquoi? Comment? Quoi? », Revue du nouvel-Ontario, N°13-14, p22.

Chapitre II : L'Entrepreneuriat et L'Entrepreneur

Concentré sur les tâches à accomplir ou les résultats à atteindre	Soucieux de la réussite ; Bûcheur, dynamique, énergique ; Prend des initiatives.
Acceptation des risques	Prend des risques calculés ; Aime les défis.
Etoffer d'un chef	Bon communicateur ; Attentif aux suggestions et aux critiques ; S'intéresse aux autres ; Concerné par le développement des autres.
Originalité	Innovateur, Créatif ; Souple et ouvert d'esprit ; Ingénieux ; S'adapte rapidement et facilement.
Tourné vers l'avenir	Prévoyant ; Visionnaire ; Intuitif.

Source: Bayad M; Boughattas Y; Schmitt C, 2006.

Nous pourrions nous demander s'il est possible de retrouver toutes ces caractéristiques chez une même personne; probablement pas ! Par contre, nous savons qu'un entrepreneur qui veut survivre à la concurrence se doit d'être innovateur et créatif.

IV. Typologie d'entrepreneur :

A base des caractéristiques psychologiques, sociologiques et managériales de l'entrepreneur, les chercheurs ont donné une certaine classification (Julien et Marchesnay, 1996).

Les typologies les plus courantes dans la littérature en entrepreneuriat seront présentées dans ce qui suit.

IV.1. Selon les conditions de la création : l'artisan et l'opportuniste

Norman Smith (1960), a proposé une classification fameuse, en distinguant l'entrepreneur artisan et l'entrepreneur opportuniste.

Chapitre II : L'Entrepreneuriat et L'Entrepreneur

- *L'entrepreneur artisan* : caractérisé par une compétence technique et un faible niveau de formation, caractérisé par une forte volonté d'autonomie et d'indépendance.
- *L'entrepreneur opportuniste* : est mieux formé, ayant un niveau de formation élevé et des expériences dans le domaine de gestion.

IV.2. Selon le profil du dirigeant : le technicien et le manager

Dunkelberg et Cooper (1982), ont proposé une classification qui prolonge la précédente, en mettant l'accent sur le style de direction de l'affaire.

- *Le technicien* : s'intéresse avant tout aux conditions de fabrication du produit, il s'agit avant tout de mettre en valeur ses compétences professionnelles.
- *Le manager* : il va surtout se concentrer sur les problèmes de gestion des ressources, souvent du fait de sa formation (diplôme en gestion) ou/et de son expérience professionnelle (cadre administratif). Il sera attentif à la réduction des coûts, à l'économie de moyens, mais aussi aux investissements hors production.

IV.3. Selon les conditions de l'innovation : du « prospecteur » au « réacteur »

Cette typologie est le fait de Miles et Snow (1978), deux auteurs américains qui ont étudié la relation entre l'entrepreneuriat et l'innovation. Ils ont distingué quatre types d'entrepreneurs.

- *Le prospecteur* : peut être considéré comme l'innovateur « pure ». cette personne cherche en permanence des innovations (de produit ou de procédé), mais il n'est pas sûr qu'elle les rentabilise et les développe elle-même.
- *L'innovateur* : va beaucoup plus loin dans le processus entrepreneuriale, il recherche systématiquement des innovations qu'il exploite à fond lui-même.
- *Le suiveur* : va imiter, suivre systématiquement, de façon proactive et délibérée, les innovations qui apparaissent sur le marché.
- *Le réacteur* : adopte une stratégie émergente et réactive. L'entrepreneur s'adapte après-coup et au coup. Cette attitude « opportuniste », passive, peut s'avérer payante lorsque le degré de turbulence du secteur est assez faible.

IV.4. Selon la logique d'action : le PIC et le CAP

Julien et Marchesnay (1996) ont proposé cette typologie en partant du principe qu'il existe trois grandes aspirations socio-économiques chez l'entrepreneur :

Chapitre II : L'Entrepreneuriat et L'Entrepreneur

- *La pérennité de son entreprise* : c'est-à-dire le souci de durée, notamment dans l'espoir de la transmettre à un repreneur ou à un membre de la famille.
- *L'indépendance* : chaque entrepreneur souhaite être indépendant en termes de propriété de capital, ou autonome en termes de prise de décision.
- *La croissance* : c'est la volonté de puissance et le désir du pouvoir.

A partir de ces trois grandes aspirations, on peut faire apparaître deux logiques d'action, et, partant, deux grands types d'entrepreneurs :

L'entrepreneur PIC (Pérennité, Indépendance, Croissance) :

Ayant comme priorité la Pérennité de son activité, il cherche l'Indépendance en refusant des associés, c'est-à-dire des emprunts extérieurs à long terme. En cherchant vers la fin la croissance de son activité sans qu'elle mette en risque sa pérennité et son indépendance patrimoniale. On retrouve l'entrepreneur PIC beaucoup dans les entreprises familiales

L'entrepreneur CAP (Croissance, Autonomie, Pérennité) :

L'entrepreneur CAP vise la croissance forte (la rentabilité à court terme) ou un degré de risque est présent, il cherche l'autonomie de décision, peu intéressé par l'indépendance du capital (il fait appel à des capitaux externes, peut externaliser ses fonctions et ses activités). Il est faiblement intéressé par la pérennité de son activité (peut facilement changer d'activité).

Nous pouvons synthétiser ces différentes typologies dans le tableau suivant :

Tableau n°11 : Typologie d'entrepreneur

Auteurs	Typologie
Norman Smith (1960)	Deux types d'entrepreneurs : 1. L'entrepreneur artisan ; 2. L'entrepreneur opportuniste.
Laufer (1975)	Quatre types d'entrepreneurs : 1. Le manager ; 2. L'entrepreneur orienté vers la croissance ; 3. L'entrepreneur orienté vers l'efficacité ; 4. L'entrepreneur artisan

Chapitre II : L'Entrepreneuriat et L'Entrepreneur

Miles et Snow (1978)	Quatre types d'entrepreneurs : <ol style="list-style-type: none">1. Le prospecteur ;2. L'innovateur ;3. Le suiveur ;4. Le réacteur.
Dunkelberg et Cooper (1982)	Deux types d'entrepreneurs : <ol style="list-style-type: none">1. Le technicien ;2. Le manager.
Julien et Marchesnay (1996)	Deux types de propriétaires-dirigeants : <ol style="list-style-type: none">1. PIC (Pérennité, Indépendance, Croissance) ;2. CAP (Croissance, Autonomie, Pérennité).

Conclusion Section 2 :

La définition de l'entrepreneur a connu une évolution à travers le temps cependant que la structure économique mondiale se transformait et devenait plus complexe. La notion d'entrepreneur s'est précisée est s'est élargie pour inclure les concepts tenant à la personne plutôt qu'à l'activité économique.

L'entrepreneur apparaît, à certains, comme un individu peu ordinaire, doté de caractéristiques psychologiques uniques, voire même d'une capacité intuitive à entreprendre. Il apparaît à d'autres plutôt comme un manager capable d'innover, d'organiser et d'agir (identifier les ressources, les approprier, les mettre en œuvre) et disposant d'une capacité de leadership. L'entrepreneur peut évoluer dans des situations et des contextes très différents liés à des entreprises existantes ou en voie de création.

Plusieurs facteurs peuvent expliquer le succès entrepreneurial. Nous allons traiter cette question dans le chapitre suivant.

Chapitre II : L'Entrepreneuriat et L'Entrepreneur

Conclusion chapitre II

Dans ce chapitre, nous avons déterminé les deux concepts en lien avec notre problématique, à savoir, l'entrepreneuriat et l'entrepreneur. Et dans le troisième chapitre nous allons voir les facteurs qui peuvent expliquer le succès entrepreneurial.

Le domaine de recherche en entrepreneuriat a connu un développement fulgurant durant les deux dernières décennies. (Kuratko, 2005) qualifie cette croissance de « la plus éminente force économique que le monde ait connu durant ces dernières années »³⁵. Cette évolution s'est accompagnée par une croissance de l'intérêt accordé à l'individu entrepreneur et à la recherche de facteurs pouvant expliquer pourquoi certains individus réussissent à devenir des entrepreneurs tandis que d'autres n'y arrivent pas. Dans ce contexte, l'entrepreneuriat a plusieurs effets sur la croissance économique, la création d'emploi et l'enrichissement du tissu économique.

L'entrepreneur prend une place occupée dans la recherche économique à travers l'histoire ; il ressort que l'entrepreneur a un parcours et des caractéristiques. L'entrepreneur est avant tout un créateur, car par son engagement il crée une entité, l'entreprise. Cette entreprise peut revêtir plusieurs formes : une grande organisation, une moyenne entreprise, une petite entreprise, ou bien une très petite entreprise, celle qui est appelée communément une micro-entreprise.

Après avoir défini clairement l'objet de notre recherche, nous allons traiter dans le chapitre suivant, le cadre d'études à savoir : Le succès entrepreneurial

³⁵ Kuratko D-F. (2005) «, Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges», Entrepreneurship Theory and Practice, Vol. 29, N° 5, p577-598.

Chapitre III : Le Succès Entrepreneurial

Chapitre III : Le Succès Entrepreneurial

Introduction Chapitre III

Plusieurs chercheurs tentent de comprendre les liens qui existent entre la pérennité, le profit et sans oublier la croissance des PME. Certains auteurs comme Audretsch et Thurik (2001) et Bosma, Praag et Wit (2000) ont souligné le lien entre entrepreneuriat et développement économique tant au niveau national que régional.

La littérature actuelle sur le succès entrepreneuriale s'oriente en majorité sur le rôle des attributs de l'entreprise comme principal facteur pour la réussite et la performance. Néanmoins, peu de chercheurs ont pu justifier que la compétence individuelle de l'entrepreneur et son profil sont également des facteurs importants pour le succès des entreprises. Actuellement, l'importance du dirigeant que ce soit ces caractéristiques individuelles, ces motivations et ces compétences sont considérée comme partie intégrante, voire inéluctable, de la recherche en PME (Julien, 1990 ; Marchesnay, 1993).

Ce chapitre tente de mettre en avant les éléments favorisant le succès de la petite et moyenne entreprise en passant par sa relation avec la croissance, la survie, la pérennité et les différentes approches centrées sur l'entrepreneur, à savoir les caractéristiques individuelles, la motivation, et les compétences d'entrepreneur.

Chapitre III : Le Succès Entrepreneurial

Section 1 : Le concept de succès

Introduction :

Dans cette section, nous allons parler du succès entrepreneurial tel qu'il a été défini par Moreau (2004) et Sammut (1998) ainsi que sa forte hétérogénéité avec les termes : *croissance, profit et pérennité* qui représente des éléments majeurs au sein du concept de succès.

I. Les notions de succès :

Le terme « *Succès* » vient du latin « *successus* » ou « *succēdo* » qui signifient selon CNRTL³⁶ « sans rien qui le détermine, se prend toujours en bonne part et se dit des avantages qu'on obtient ». « Qui a bien tourné, qui a réussi » et « aboutir, réussir, prospérer ». Ce terme renvoie aujourd'hui à un heureux résultat, un triomphe, une chance, ou encore au caractère favorable de ce qui arrive.

Il apparaît que la notion de performance est une des dimensions avancées pour mesurer le concept de succès. Ainsi, à travers toutes les recherches apportées dans ce sens, éventuellement dans les travaux de Murphy, Trailer et Hill (1996), la pérennité, la croissance et les profits sont les trois dimensions dont la fréquence d'utilisation est les plus élevés dans toute la littérature.

Le succès apparaît comme indicateur de mesure du concept de performance. Il a été très souvent utilisé dans le domaine de la recherche en entrepreneuriat. Il est apparu comme plus pertinent pour l'observation des conditions de succès ou bien même de survie de ses entreprises.

II. Les indicateurs de mesures du concept de succès

Selon Witt (2004) les indicateurs de mesures du concept de succès sont : le profit la croissance et la pérennité.

³⁶ Centre National des Ressources Textuelles et Lexicales

Chapitre III : Le Succès Entrepreneurial

II.1. Le profit :

Kirzner (1930) décrit l'activité entrepreneuriale comme la découverte d'opportunités de profit que les autres individus n'avaient pas découvertes avant lui d'où le concept de « *vigilance entrepreneuriale* ». Il écrit : « Mais évidemment, nous savons que les êtres humains n'opèrent pas dans un monde de parfaite connaissance, et c'est cela qui nous conduits à souligner l'importance de la vigilance dont les individus peuvent faire preuve à l'égard d'informations nouvelles »³⁷. Donc le profit est la récompense obtenue grâce à l'habileté de l'entrepreneur à anticiper les réactions des individus face au changement.

L'entrepreneur kirznerien contrairement à l'entrepreneur schumpétérien est un découvreur d'opportunité qui existe déjà mais ne crée rien.

Dans le développement économique aussi, selon Kirzner, l'entrepreneur est un répondant et créant des opportunités, il doit capturer les occasions de profits, plutôt que les générer. Selon Solymossy (1998, 2000), Witt (2004), Lussier (1995), Lussier et Pfeifer (2000), la notion de profit est considérée comme un indicateur de mesure et aussi élément majeur dans la compréhension du concept de succès entrepreneurial.

Cantillon (1931), Menger (1950) et Schumpeter (1934) considèrent que l'un des résultats principaux de l'acte d'entreprendre est le profit. Alors que Jean Baptiste Say (1845) associe plus la notion du profit à l'entrepreneur, tandis que Knight (1921) et Kirzner (1979 et 1981) le considère comme étant l'élément central.

Tableau n°12: Importance des profits dans les théories fondamentales de l'entrepreneur

Richard Cantillon	Jean-Baptiste Say	Frank Knight	Joseph Schumpeter	Israel Kirzner
le profit est considéré comme un résultat important de l'acte entrepreneurial	Réaliser des profits est associé à l'entrepreneur	Réaliser des profits est l'élément central de la théorie	le profit est considéré comme un résultat important de l'acte entrepreneurial	Réaliser des profits est l'élément central de la théorie

Source: Bosma, Van Praag ET Wit (2000), « *Determinants of Successful Entrepreneurship* », *Scientific Analysis of Entrepreneurship and SMEs*, page n°13.

Cette notion de profit a été acceptée par la majorité de la communauté scientifique et représente un indicateur de mesure du succès entrepreneurial.

³⁷ Boutillier S., Uzunidis D., De l'incertitude du marché au risque des affaires : la fonction de l'entrepreneur, La Revue Research Network On Innovation, Réseau de Recherche sur l'innovation, N°22 / 2011, p20.

Chapitre III : Le Succès Entrepreneurial

II.2. La croissance :

L'entreprise, a-t-on souvent écrit, tout comme l'individu, naîtrait, croîtrait, puis disparaîtrait tôt ou tard. On peut qualifier de naissance son démarrage. En croissant, elle se transforme et modifie sa structure, organisant ainsi sa mue (Montmorillon, 1997) ; mais cela est vrai aussi pour celles qui ne croissent pas ou croissent peu, comme c'est le cas de plus de 70 % des entreprises, qui doivent aussi s'ajuster à l'évolution de l'environnement (Davidsson, 1991).

Selon Nègre (1987), la croissance de l'entreprise correspond à l'augmentation de sa taille dans le temps. Pour Verna (1994), « la croissance est à la fois l'action de croître et le résultat de cette action »³⁸. L'auteur désigne donc par ce mot à la fois le fait qu'une entreprise devienne plus importante et les circonstances de cet agrandissement.

La mesure de croissance qui fait l'objet d'un vaste débat et relève d'une estimation différente de l'évolution des variables, tel que le profit, les actifs, les immobilisations, la valeur ajoutée, l'emploi, les ventes ou encore les mesures subjectives relevant des objectifs du dirigeant (Chrisman et McMullan, 2000 ; Wiklund, 1999 ; Delmar, 1997, cité par Boukar, H, 2009).

II.3. La pérennité :

La pérennité, elle est définie par le dictionnaire le Robert comme « l'état ou le caractère de ce qui dure toujours ou du moins très longtemps ». Elle est synonyme d'éternité et d'immortalité.

Dans un essai de définition, De Geus (1997) relie la pérennité de l'entreprise à une durée de vie exceptionnelle. Il qualifie l'entreprise de pérenne lorsque celle-ci a pu, tout au long de son existence, résister aux mutations de l'environnement. Cette quête de pérennité pourrait générer des transformations qui peuvent toucher le cœur même de l'activité de l'entreprise voire impliquer une redéfinition de son portefeuille d'activité.

A partir de cette analyse, il apparaît qu'une entreprise pérenne est une entreprise qui arrive à se maintenir en vie, à éviter la défaillance lors des ruptures d'équilibre et à inverser le processus de son déclin. C'est une entreprise qui se dote de certaines qualités de la continuité

³⁸ Verna Gérard « Croissance ou survie ? Quelle sera l'attitude la plus probable pour une petite entreprise légale du tiers-monde ? », Gestion 2000, 1994.

Chapitre III : Le Succès Entrepreneurial

de son existence sur une longue période et ce indépendamment de la nature même de son activité, de ses dirigeants et de ses produits.

Conclusion Section 1 :

A travers notre recherche, nous avons remarqué que beaucoup de recherches ont été menés pour essayer de comprendre la notion et les mesures de succès. En fait, le succès est le résultat d'un ensemble de choses. On se retrouve face à un faisceau de facteurs. Autrement dit, l'obtention du résultat de succès dépendra alors de plusieurs facteurs mis en commun. Cet ensemble de faits, est regroupé sous différent facteurs de succès.

Chapitre III : Le Succès Entrepreneurial

Section 2 : Les Facteurs Clés Du Succès

Introduction :

La section suivante s'inspire de l'approche descriptive (Approche par les traits) et l'approche comportementale (Approche par les faits) concernant le profil de l'entrepreneur afin d'établir des liens théoriques probables entre des ensembles particuliers de facteurs de succès, et le succès de l'entreprise.

L'entrepreneur demeure l'acteur clé du dynamisme entrepreneurial (A. Fayolle, 2005, p21) ceci justifie l'intérêt continu sur l'étude des caractéristiques individuelles qui permettent de prévoir le succès du projet entrepreneurial. D'après Blawat, les caractéristiques se décomposent en trois dimensions : les caractéristiques individuelles, la motivation, et les compétences d'entrepreneur. (M. Bayad; Y. Boughattas; C. Schmitt 2006, P5).

I. Les Caractéristiques Individuelles

Un entrepreneur est une personne imaginative qui décèle des occasions d'affaires, qui prend des décisions modérément risquées en vue d'innover. Etre entrepreneur c'est d'abord une façon d'être, avant d'être une façon de faire.

Les variables suivantes, soit le sexe et l'âge, le niveau d'instruction, l'expérience antécédente, la formation et enfin l'entourage, influent sur les expériences de la vie et sur l'accès à des réseaux qui ont des répercussions sur le succès de l'entrepreneur.

➤ **Sexe et âge**

Selon la documentation recensée, les femmes auraient moins d'occasions de vivre des expériences pertinentes, disposeraient de moins de réseaux de soutien et auraient plus de difficultés à réunir des ressources (Sexton et Robinson, 1989).

Il semble que les institutions financières imposent parfois des exigences plus strictes aux femmes propriétaires d'entreprise en ce qui concerne les garanties de prêts et qu'elles restreignent d'autant leur capacité de croissance (Riding et Swift, 1990). Il est également probable que les femmes sont plus axées sur la famille et moins disposées à poursuivre les objectifs économiques liés à l'expansion de l'entreprise (Brush, 1992). Selon Cooper et coll.

Chapitre III : Le Succès Entrepreneurial

(1994), le sexe de l'entrepreneur a une incidence défavorable sur la croissance des petites entreprises, mais absolument aucune sur la pérennité de ces dernières.

Les jeunes entrepreneurs sont peut-être plus enclins à prendre des risques et à faire croître leur entreprise. Selon Davidsson, il se peut que ceux-ci aient besoin de gagner un revenu supplémentaire.

L'individu plus âgé a généralement déjà atteint ses objectifs initiaux. Cependant, même si les jeunes sont plus motivés à accroître leurs activités, il se peut aussi que leurs ressources financières et leurs réseaux soient limités. Bien que restreintes, les données empiriques suggèrent que l'âge du propriétaire exploitant tend à avoir une influence défavorable sur le succès (Boswell, 1973; Davidsson, 1991).

Peut-être que les plus jeunes sont désireux de devenir entrepreneurs mais ils ne possèdent généralement ni les capitaux, ni l'expérience nécessaire pour le faire.

➤ **Niveau d'instruction :**

Il y a probablement un lien entre les études et les connaissances. Les études supérieures doivent permettre à l'entrepreneur de mieux faire face aux problèmes et de saisir les occasions dont dépend la croissance de l'entreprise. Cependant, les données empiriques concernant l'effet du niveau d'instruction sur le rendement de l'entreprise ne sont pas concluantes. Selon Cooper et al. (1992), dix études qu'ils ont été consultées soulignent un lien favorable entre le niveau d'instruction de l'entrepreneur et le succès de l'entreprise. Selon les auteurs, le fait détenir un baccalauréat a un effet favorable aussi bien sur la pérennité que sur la croissance des petites entreprises.

➤ **L'expérience antécédente :**

L'expérience antérieure du dirigeant dans son expérience personnelle lui permet de concrétiser sa vision. Pour Bloodgood et al. (1996), l'expérience passée de travail dans l'équipe dirigeante d'une entreprise est un antécédent significatif du succès de l'entreprise.

En effet, l'expérience du dirigeant, peut être perçue comme la somme des connaissances accumulées au fil des ans. Les diverses expériences des entrepreneurs représentent un ensemble de ressources (connaissances des affaires et réseaux personnels) qui peut être utilisé pour le succès des petites entreprises.

Chapitre III : Le Succès Entrepreneurial

➤ **Formation :**

Le lien entre le type de formation et l'activité de l'entreprise s'est avéré significatif dans certaines études. St-Pierre et Mathieu (2003) montrent que les dirigeants ayant une formation technique sont plus souvent à la tête des entreprises manufacturières qui affichent les plus hauts taux de croissance et d'innovation, ce qui est confirmé par Almus et Nerlinger (1999) sur un échantillon de nouvelles entreprises de haute technologie. Leurs connaissances du domaine permettent aux dirigeants de mieux connaître les besoins et défis de l'entreprise ainsi que les difficultés du secteur, et de gérer adéquatement les risques liés au développement de leur organisation.

➤ **Entourage :**

Un certain nombre d'études indiquent qu'il y a plus de chances que les entrepreneurs aient eu des parents propriétaires d'une entreprise. On suppose qu'ils acquièrent le savoir-faire requis durant leur jeunesse (Dushenseau et Garder, 1988) de sorte qu'ils sont plus enclins à considérer l'entrepreneuriat comme un choix de carrière viable. Les données empiriques suggèrent que le fait d'être issu d'une famille d'entrepreneurs augmente les chances de survie de son entreprise (Cooper et al, 1994, Papadaki et al., 2000).

Cependant, il existe peu de preuves de l'influence du contexte familial sur les perspectives de croissance d'une entreprise. Bien qu'une étude ait conclu à l'absence de lien entre les antécédents familiaux et la croissance d'une micro entreprise (Cooper et al, 1994), nous verrons si le fait de venir d'une famille d'entrepreneurs influe favorablement sur la croissance d'une entreprise.

II. Motivations de l'entrepreneur :

Les motivations sont des facteurs qui déterminent le comportement. Elles sont considérées comme les raisons profondes qui amènent quelqu'un à agir. Plusieurs motivations peuvent mener au succès de l'entreprise. Le défi en est une : le fait de vouloir relever des défis, aimer faire des choses difficiles et se confronter à des projets existants peuvent amener au succès de son entreprise (Hornaday et Aboud, 1971).

L'indépendance et l'autonomie ont été reconnues comme des motivations à entreprendre (Stoner et Fry, 1982). Le besoin de réalisation et d'accomplissement sont parmi les caractéristiques des entrepreneurs (Gasse et D'Amours, 2000). Finalement, il est possible

Chapitre III : Le Succès Entrepreneurial

que la voie entrepreneuriale soit vue comme un moyen de faire de l'argent, d'avoir une situation financière intéressante (Paturel R, 2013).

Papadaki et Chami (2002) ont adopté les indicateurs suivants des attitudes et de la motivation à croître des entrepreneurs : a) la détermination de l'entrepreneur (disposition à prendre des risques); b) le désir d'indépendance; c) le désir de cesser de chômer.)

- **La volonté de prendre des risques :** La détermination de l'entrepreneur désigne la volonté de prendre des risques et d'être proactif, et indique l'engagement à la croissance. La disposition à prendre des risques se traduit par la volonté du propriétaire exploitant d'accepter de prendre des risques financiers personnels. La détermination se mesure souvent par le degré d'accord des entrepreneurs avec des énoncés comme « Diriger mon entreprise est l'activité la plus importante de ma vie ».
- **Désir d'indépendance :** les fondateurs d'entreprises hautement performantes éprouvent un intense désir d'indépendance. Selon Perren (2000), le désir d'être son propre patron stimule la motivation à la croissance des propriétaires exploitants de petites entreprises.
- **Désir de cesser de chômer :** la littérature a ce sujet donne à penser que certaines personnes se lancent en affaires parce qu'elles manquent de travail, et non parce qu'elles ont des aptitudes et des comportements dénotant un esprit d'entreprise. On pourrait alors s'attendre à constater un degré de croissance parmi les entreprises fondées par des individus désireux de cesser de chômer (Gustave E et Mafuku K, 2008).

III. Compétences de l'entrepreneur :

Pour réussir son entreprise, il faut détenir certaines compétences et capacités. Les travaux d'Ibrahim et Goodwin (1986) sur les facteurs d'échec et de succès des très petites entreprises, ont montré que la compétence du dirigeant est une des principales conditions, sinon la condition essentielle, du succès d'une très petite entreprise notamment durant les premières années de création.

Aussi, Per Davidsson définit les compétences entrepreneuriales comme « des comportements intentionnels et informés d'un individu ou d'une équipe, s'appuyant sur un éventail donné de ressources et sur une volonté explicite de les utiliser, et qui ont pour résultat final le succès d'une initiative entrepreneuriale »³⁹.

³⁹ Verstraete T. et Saporta B. (2006), « Création d'entreprise et Entrepreneuriat », Editions de l'ADREG, p230.

Chapitre III : Le Succès Entrepreneurial

En résumé, nous retenons la définition de la compétence entrepreneuriale comme étant un ensemble d'aptitudes intentionnelles et motivées d'un entrepreneur à réussir un projet en coordonnant et combinant un ensemble de ressources individuelles et collectives.

La question qui nous a interpellés à ce stade concerne la nature des compétences qu'un entrepreneur doit acquérir et développer tout au long de sa carrière entrepreneuriale.

Autrement dit, notre question est la suivante : quelles sont les compétences qu'un entrepreneur doit posséder pour réussir son projet entrepreneurial?

Historiquement, l'analyse de la documentation scientifique nord-américaine réalisée par Lorrain (1995) « a montré que les recherches réalisées avant 1990 et s'intéressant aux compétences que doivent posséder les entrepreneurs, sont rares et se concentraient surtout sur l'identification de certaines compétences dites entrepreneuriales »⁴⁰, comme la capacité à élaborer une vision d'affaires (Hambrick et Crozier, 1985; Milton, 1989) ou la capacité à identifier des opportunités d'affaires (Kirner, 1976; Vesper, 1989) ou bien l'habileté à réseauter (Aldrich et al., 1987).

Progressivement, d'autres typologies des compétences entrepreneuriales apparaissent. Par exemple, Chandler et Jansen (1992) proposaient la typologie la plus répandue en littérature entrepreneuriale, et qui a été validée auprès de 134 dirigeants de PME : les compétences entrepreneuriales, managériales et technico-fonctionnelles. Les auteurs ont décliné ces compétences en capacités à : identifier et prendre avantage d'opportunités, travailler intensément, coordonner les intérêts et les activités de l'entreprise, diriger des individus, affirmer sa position dans un réseau d'affaires et les capacités techniques (capacité à utiliser les outils, les procédures et les techniques dans un champ de spécialisation).

Récemment, Laviolette et Loue (2006), se sont basés sur la typologie de Chandler et Jansen (1992) pour proposer un référentiel de compétences entrepreneuriales, managériales, marketing et commerciales, en gestion des ressources humaines et en gestion financière.

⁴⁰ Lorrain J. (1995), « Le profil psychologique des entrepreneurs à succès: analyse critique de la documentation scientifique », Rapport inédit, Fondation de l'Entrepreneurship du Cœur du Québec, p8.

Chapitre III : Le Succès Entrepreneurial

Tableau n°13 : Les compétences entrepreneuriales

Auteurs	Compétences identifiées
(Hambrick et Crozier, 1985; Milton, 1989)	<ul style="list-style-type: none">• La capacité à élaborer une vision d'affaires
(Kirner, 1976; Vesper, 1989)	<ul style="list-style-type: none">• La capacité à identifier des opportunités d'affaires
(Aldrich et al., 1987)	<ul style="list-style-type: none">• L'habileté à réseauter (Se construire un réseau)
Chandler et Jansen (1992)	<ul style="list-style-type: none">• Identifier et prendre avantage d'opportunités,• Travailler intensément,• Coordonner les intérêts et les activités de l'entreprise,• Diriger des individus,• Affirmer sa position dans un réseau d'affaires et les capacités techniques

Conclusion Section 2 :

Ces caractéristiques ont pour principal but de servir de base à l'évaluation du potentiel entrepreneurial, à révéler leurs atouts et à réveiller leur soif d'entreprendre.

Il est important pour tout entrepreneur de savoir comment obtenir et améliorer ses compétences d'une manière continue afin d'exercer efficacement ses fonctions et réussir son entreprise « L'entrepreneur et le succès des nouvelles entreprises: ceux qui connaissent le succès sont ceux qui y croient le plus intensément et le plus longtemps »⁴¹. Plusieurs auteurs comme (McClelland, 1961) stipulent que le succès des nouvelles entreprises est lié essentiellement à la personnalité même de l'entrepreneur.

Les valeurs entrepreneuriales (âge, genre, environnement familiale etc.) les compétences (managériales, social, entrepreneuriale etc.) et les motivations (prendre des risques, indépendances etc.) ont été identifiées comme des variables importants pour le succès de son entreprise. Les facteurs à l'origine du succès des PME sont divers et variés. Ils dépendent dans leur ensemble du profil et des aspirations du propriétaire dirigeant.

⁴¹ Wiklund, J. (1999), op.cit, p37-41.

Chapitre III : Le Succès Entrepreneurial

Conclusion Chapitre III

La première section de ce chapitre a eu pour ambition de développer les différences et similitudes sur le succès, nous avons également développé les notions de la pérennité, le profit et la croissance au sein du concept de succès, pour arriver à définir plus clairement le succès et déterminer les éléments autour qui l'ont favorise.

Pour assurer le succès entrepreneurial, l'entrepreneur est tenu d'être motivé, doté d'un bon niveau d'éducation, d'expérience. Le créateur est amené également à développer un riche capital social pour le conseiller et le soutenir notamment un réseau d'affaires.

En s'appuyant sur une base théorique, notre travail s'est centré sur la notion d'une prédisposition de profils des entrepreneurs et leurs caractéristiques comme facteurs explicatifs du succès de l'entreprise. Et pour cela la littérature entrepreneuriale nous a appris que le succès d'une aventure entrepreneuriale ne dépend pas uniquement d'un environnement favorable à la création mais également des caractéristiques de l'entrepreneur.

En d'autres termes, à travers un échantillon d'entrepreneurs algériens nous allons essayer de savoir si leurs profils, leurs motivations et compétences, ont un impact, au moins partiel, sur le succès entrepreneurial.

PARTIE EMPIRIQUE

- ***CHAPITRE IV* : Le protocole de l'enquête;**
- ***CHAPITRE V* : Le traitement empirique et l'analyse des résultats ;**

Chapitre IV : Le Protocole de L'Enquête

Chapitre IV : Le Protocole de L'Enquête

Introduction Chapitre IV

L'interprétation et l'analyse des résultats de l'enquête effectuée sur le terrain, représentent les derniers aspects à effectuer pour toute recherche. Partant du principe que tout travail de recherche n'aura un sens que si les propositions exploratoires et hypothèses de la recherche soient mises en œuvre et validées.

Le présent chapitre a pour objectif la présentation détaillée de la méthodologie utilisée dans le cadre de ce travail. Nous allons expliquer notre démarche concernant l'élaboration et le contenu du questionnaire, l'échantillon étudié ainsi que l'administration du questionnaire.

Chapitre IV : Le Protocole de L'Enquête

Section 1 : Objectifs et méthodologie de l'enquête

Introduction

Cette section expose l'aboutissement de l'étude empirique pour répondre à notre question principale à savoir : Quels est le rôle du profil de l'entrepreneur dans le succès de la PME Algérienne ? Ce choix empirique nous a orientés vers une enquête sur le terrain qui couvre un échantillon de 120 PME de différents wilayas d'Algérie fournies par les entrepreneurs afin de porter des éléments de réponses à notre problématique.

I. Objectifs principaux de l'enquête :

L'objectif principal recherché à travers cette enquête consiste à analyser le succès de quelque PME Algériennes, sachant que beaucoup de ce type d'entreprises disparaissent après les trois premières années d'existence. Il s'agit donc d'identifier les entreprises ayant un succès par rapport au profil de l'entrepreneur.

Cette enquête vise à faire ressortir le profil de l'entrepreneur, la personnalité de l'entrepreneur (Sexe et âge, niveau d'instruction, expériences, formation et entourage), également la motivation de l'entrepreneur qui joue un rôle primordial dans le succès de l'entrepreneur. Ainsi nous allons présenter les principales compétences que l'entrepreneur doit les maîtriser, les acquérir, les consolider, les faire évoluer afin de réussir son entreprise.

II. Méthodologie de recherche :

Pour répondre à la question portant sur les facteurs de succès des PME, nous avons réalisé une enquête sur le terrain à partir d'un échantillon d'entreprises dont la majorité a dépassé les premiers cycles de vie. On utilise le questionnaire pour collecter les données. Ce mode de collecte convient avec la nature du thème de cette recherche.

La collecte des données a pris environ 06 mois, et s'est déroulé du 01/07/2018 au 31/12/2018. Pour remplir le questionnaire, nous avons choisi plusieurs méthodes qu'on va les voir dans la prochaine section.

Le tableau ci-dessous nous montre un récapitulatif sur le nombre d'entreprises et de questionnaire lors des deux envois :

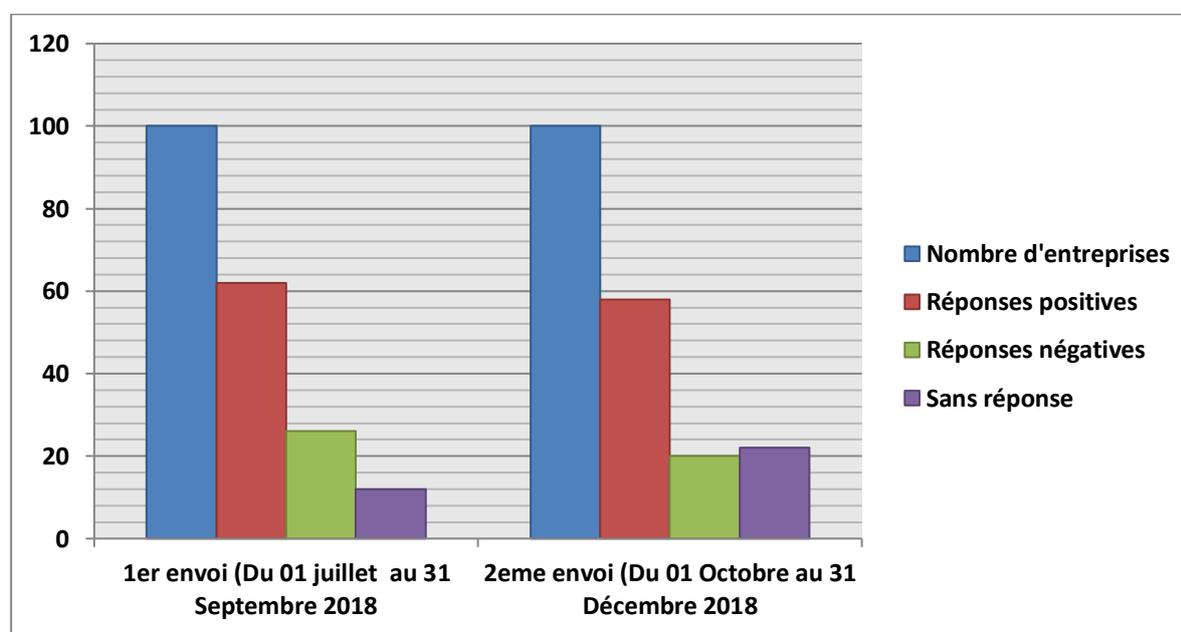
Chapitre IV : Le Protocole de L'Enquête

Tableau n°14 : Récapitulatif du nombre d'entreprises lors des deux envois.

	1 ^{er} envoi (Du 01 juillet au 31 Septembre 2018)	2eme envoi (Du 01 Octobre au 31 Décembre 2018)
Nombre d'entreprises	100	100
Réponses positives	62	58
Réponses négatives	26	20
Sans réponse	12	22

Le graphique suivant illustre nombre d'entreprises lors des deux envois.

Schéma n°06: Récapitulatif du nombre d'entreprises lors des deux envois.



Chapitre IV : Le Protocole de L'Enquête

Section 2 : L'élaboration et l'administration du questionnaire

Introduction

Le questionnaire a été élaborer selon les objectifs de la problématique, à savoir identifier le succès des petites et moyennes entreprises en essayant de comprendre la personnalité (les traits), les motivations et les différentes attitudes des entrepreneurs privées qui sont à l'origine du succès de leur entreprise.

I. L'élaboration du questionnaire :

I.1 L'idée du questionnaire :

Pour les besoins de notre enquête nous avons utilisé un questionnaire adressé aux entrepreneurs du secteur privé ayant été à l'origine de la création de leur propre entreprise.

Le questionnaire sert à « collecter des données primaires, et il est bien adapté aux recherches quantitatives puisqu'il facilite le traitement de grands échantillons et d'établir des relations statistiques ou des comparaisons chiffrées »⁴².

Les concepts théoriques relatifs à notre thème nous ont permis d'établir un questionnaire composé de **19 questions**, lesquelles varient entre les différents types de questions : fermée, question à choix simple, question à choix multiple et échelle de Likert. En effet ces questions sont destinées aux entrepreneurs de l'entreprise.

Le questionnaire à été élaborer dans le but de déterminer le profil de l'entrepreneur afin de répondre à notre principale question de recherche : « Quels est le rôle du profil de l'entrepreneur dans le succès de la PME Algérienne ? ».

I.2. Le plan du questionnaire :

Le questionnaire comporte deux types de réponses :

1. Réponse fermées
2. Réponse a choix multiples

Notre questionnaire est réparti en 3 parties :

⁴² THIETART R.A, (1999) « Méthode de Recherche en Management », 2^e édition, Dunod, Paris, , p226.

Chapitre IV : Le Protocole de L'Enquête

Première partie : Entrepreneuriat et création d'entreprise (6 questions).

Cette première partie a pour but d'identifier 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 du secteur d'activité.

Q1 : L'idée de création d'entreprise ;

Q2 : Le choix du secteur d'activité ;

Q3 : Le statut avant la création d'entreprise ;

Les trois premières questions ont été posées dans le but de connaître le statut de l'entrepreneur avant la création de son entreprise, son idée qui lui a poussé à la créer et son choix d'activité. (Facteurs Paramétrique)

Q4 : Formation adaptée dédiée aux créateurs d'entreprises ;

Cette question traduit l'aptitude des dirigeants à gérer en autonomie leur entreprise.

La variable "Formation" prend la valeur "1" lorsque l'entrepreneur a suivi une formation, et la valeur "0" dans le cas contraire.

Q5 : L'influence du contexte familial ;

Q6 : La profession du père des répondants.

Ces deux questions traduisent la présence des entrepreneurs dans leurs entourages, et la profession du père elle pourra nous aider à savoir si le métier d'un entrepreneur est inné ou acquis, Est-ce qu'on naît entrepreneur ou est-ce qu'on le devient ?

Deuxième partie : Succès de l'entreprise (4 questions).

La deuxième partie s'interroge sur les questions qui mettent en évidence le succès de l'entreprise, ainsi les principales motivations et compétences de l'entrepreneur.

Q7 : L'objectif visé de l'entreprise;

Cette variable traduit l'objectif principal visé par l'entrepreneur pour son entreprise, pour pouvoir mesurer le concept du succès.

Chapitre IV : Le Protocole de L'Enquête

Q8 : Les principales motivations d'un entrepreneur ;

Cette question traduit la variable Motivation qui mesure le comportement de l'entrepreneur au sein de l'entreprise, cette variable nous permet de juger les principales motivations qui peuvent mener au succès de l'entreprise.

1. Pas du tout d'accord	2. Pas d'accord	3. Neutre	4. D'accord	5. Tout à fait d'accord
-------------------------	-----------------	-----------	-------------	-------------------------

La variable prend les valeurs "1", "2", "3", "4", "5" selon l'échelle de *Likert*.

Q9 : Les compétences de l'entrepreneur ;

1. Pas du tout d'accord	2. Pas d'accord	3. Neutre	4. D'accord	5. Tout à fait d'accord
-------------------------	-----------------	-----------	-------------	-------------------------

Cette variable nous permet de juger les attitudes qu'un entrepreneur doit acquérir et développer tout au long de sa carrière entrepreneuriale afin de réussir son entreprise. La variable prend les valeurs "1", "2", "3", "4", "5" selon l'échelle de *Likert*.

Q10 : Le succès de l'entreprise.

Cette question traduit l'évolution des quatre variables durant les trois dernières années, cela nous permettra de mesurer le succès de l'entreprise.

Troisième partie : Présentation de l'entrepreneur et de son entreprise (9 questions)

Cette dernière partie nous permet d'identifier et présenter l'entrepreneur le propriétaire de l'entreprise, les questions ont porté sur son profil : sexe, âge, niveau d'instruction, expérience antécédente, formation et entourage.

Q11 : Le sexe de l'entrepreneur

Cette question traduit la variable sexe du dirigeant de l'entreprise, cela nous permettra de savoir quel genre est le plus dominant.

Q12 : L'âge de l'entrepreneur

Cette question traduit la variable d'âge du dirigeant qui mesure l'expérience des dirigeants.

Chapitre IV : Le Protocole de L'Enquête

Q13 : La situation familiale de l'entrepreneur

Cette variable traduit la situation actuelle de l'entrepreneur,

Q14 : Le niveau d'instruction de l'entrepreneur

Cette question traduit l'aptitude des dirigeants à gérer en autonomie leur entreprise.

Q15 : Le secteur d'activité

Q16 : L'expérience dans cette branche d'activité

Q17 : La nature de l'entreprise

Q18 : Effectifs

Q19 : L'année de création de l'entreprise

Les cinq dernières questions ont été posées dans le but d'identifier l'entreprise créée à savoir l'année de création, son secteur d'activité, le nombre d'effectifs et la nature l'entreprise.

I.3. Les difficultés rencontrées :

Il faut savoir que, tout au long de notre enquête, nous avons rencontré d'énormes difficultés, pour convaincre les entrepreneurs à répondre à nos questions. En effet, nous pouvons relever une grande résistance de certains entrepreneurs privés qui ont refusé de coopérer avec nous.

Sans oublier que dans la plupart des cas, les entrepreneurs ne sont pas disponibles à répondre aux questions, ce qui a constitué une contrainte majeure pour l'aboutissement de notre enquête.

Parfois, il nous a été difficile, voir impossible, de pénétrer dans certaines entreprises, en particulier les moyennes entreprises. Autrement dit, le questionnaire est déposé à la réception, où on nous demande de revenir ultérieurement pour le récupérer, dans la majorité des cas non-rempli.

Une dernière limite à souligner est celle de la distance vu que nous avons mené une enquête sur le territoire national, sur différents wilayas d'Algérie, il nous a été difficile de ce déplacer dans chaque wilayas d'Algérie et de trouver des PME.

Chapitre IV : Le Protocole de L'Enquête

II. L'administration du questionnaire :

En premier temps, nous avons choisi un échantillon de convenance étant donné que les entrepreneurs sont issus de notre entourage (familles et des amis qui nous ont mis en relation avec des responsables d'entreprises).

Nous avons opté pour une deuxième méthode qui est le « face à face » seulement pour la région OUEST. Nous nous sommes déplacés au niveau du siège des entreprises pour rencontrer les propriétaires de ces entreprises et leur administrer le questionnaire. Nous nous sommes présentés en tant que chercheur universitaire, effectuant un questionnaire dans le cadre d'une thèse, sur le thème de " *le rôle du profil de l'entrepreneur dans le succès de la PME Algérienne* ".

On note que pour des raisons de disponibilité des entrepreneurs questionnés, nous avons opté pour une troisième méthode qui consiste à déposer le questionnaire au niveau de l'entreprise pour être remplis et le récupérer ultérieurement.

La passation du questionnaire a bien été accueillie par certains entrepreneurs, qui n'ont pas hésité à nous consacrer du temps nécessaire, afin de parler d'eux-mêmes et de leurs exploits personnels, de leurs motivations, de leur façon de gérer, de prendre des risques et leur esprit d'entreprise et d'indépendance.

D'autres questionnaires ont été envoyés et récupérés par des mails professionnels dont nous avons une base de données des PME.

Pour chacune des entreprises où nous n'avons pas pu nous déplacer, nous avons recueilli le nom de notre contact (donné par recommandation) auquel le questionnaire fut envoyé.

Nous avons prié le destinataire de transmettre si besoin était le questionnaire au dirigeant de l'entreprise concernée par les questions posées.

Le questionnaire était introduit par une note explicative destinée aux chefs d'entreprises pour faciliter la lecture et la compréhension de ce dernier. Les documents en question sont reproduits avec une demande d'exploitation du questionnaire en **Annexe n°2**.

Chapitre IV : Le Protocole de L'Enquête

Section 3 : La détermination de l'échantillon

Introduction

Pour le besoin de notre travail, nous avons mené une enquête sur le territoire national à partir d'un échantillon d'entrepreneurs.

I. Définition de la population :

La population correspond à l'ensemble des individus concernés par l'enquête, que l'on veut étudier, elle n'est pas forcément des personnes. Elle peut être des hôpitaux, des entreprises, des pays, etc.

La population visée par notre enquête est constituée d'un ensemble de PME privées opérant dans différents wilayas d'Algérie et s'exerçant dans différents secteurs d'activité.

II. Choix de l'échantillon :

Dans les sciences humaines, un échantillon désigne un certain nombre d'individus choisi dans une population de manière à la représenter et pouvant servir pour l'appréciation de cas du même genre. La question qui se pose à propos de tout échantillon est celle de sa représentativité. Il y a toujours une incertitude et des risques d'erreurs.

Pour des raisons de proximité, l'enquête a touché 120 entreprises résumé dans le tableau ci-dessous (tableau n°15), la liste comporte des Petites et Moyennes Entreprises implanté sur le territoire Algérien. À partir de cette liste, nous avons envisagé de répartir les entreprises en trois régions, celle du Centre, de l'Est, et de l'Ouest algérien sélectionnées au hasard (aléatoire).

Du total des 200 cadres dirigeants à qui nous avons adressé le questionnaire, 120 d'entre eux s'y sont prêtés et ont répondu, ce qui nous donne un taux de réponse de 60% (en nombre d'unités).

Nous synthétisons dans ce qui suit, les différentes wilayas enquêtées selon leurs régions.

Chapitre IV : Le Protocole de L'Enquête

Tableau n°15 : La répartition des entrepreneurs interrogés selon les wilayas de l'Algérie

Entreprise	Wilaya	Centre	Est	Ouest
E1	Alger	X		
E2	Alger	X		
E3	Bouira	X		
E4	Alger	X		
E5	Alger	X		
E6	Oran			X
E7	Tlemcen			X
E8	Alger	X		
E9	Alger	X		
E10	Oran			X
E11	Alger	X		
E12	Tlemcen			X
E13	Sidi Bel Abbés			X
E14	Mostaganem			X
E15	Alger	X		
E16	Tlemcen			X
E17	Skikda		X	
E18	Alger	X		
E19	El Tarf		X	
E20	Jijel		X	
E21	Béjaïa		X	
E22	Tizi Ouzou		X	
E23	Béjaïa		X	
E24	Oran			X
E25	Alger	X		
E26	Alger	X		
E27	Béjaïa		X	
E28	Oran			X
E29	Annaba		X	
E30	Constantine		X	
E31	Biskra		X	
E32	Alger		X	
E33	Annaba		X	
E34	Bordj Bou Arreridj		X	
E35	Béjaïa		X	

Chapitre IV : Le Protocole de L'Enquête

E36	Mostaganem			X
E37	Blida	X		
E38	Alger		X	
E39	Alger		X	
E40	Alger		X	
E41	Alger		X	
E42	Tébessa		X	
E43	Alger		X	
E44	Oran			X
E45	Mila		X	
E46	Alger	X		
E47	Relizane			X
E48	Alger	X		
E49	Souk Ahras		X	
E50	Khenchela		X	
E51	Bouira	X		
E52	Jijel		X	
E53	Mostaganem			X
E54	Blida		X	
E55	Boumerdès	X		
E56	Bouira		X	
E57	Constantine		X	
E58	Mila		X	
E59	Jijel		X	
E60	Alger	X		
E61	Tizi Ouzou		X	
E62	Tizi Ouzou		X	
E63	Jijel		X	
E64	Alger	X		
E65	Béjaïa		X	
E66	Alger	X		
E67	Alger	X		
E68	Alger	X		
E69	Oran			X
E70	Blida		X	
E71	Oran			X
E72	Oran			X
E73	Oran			X

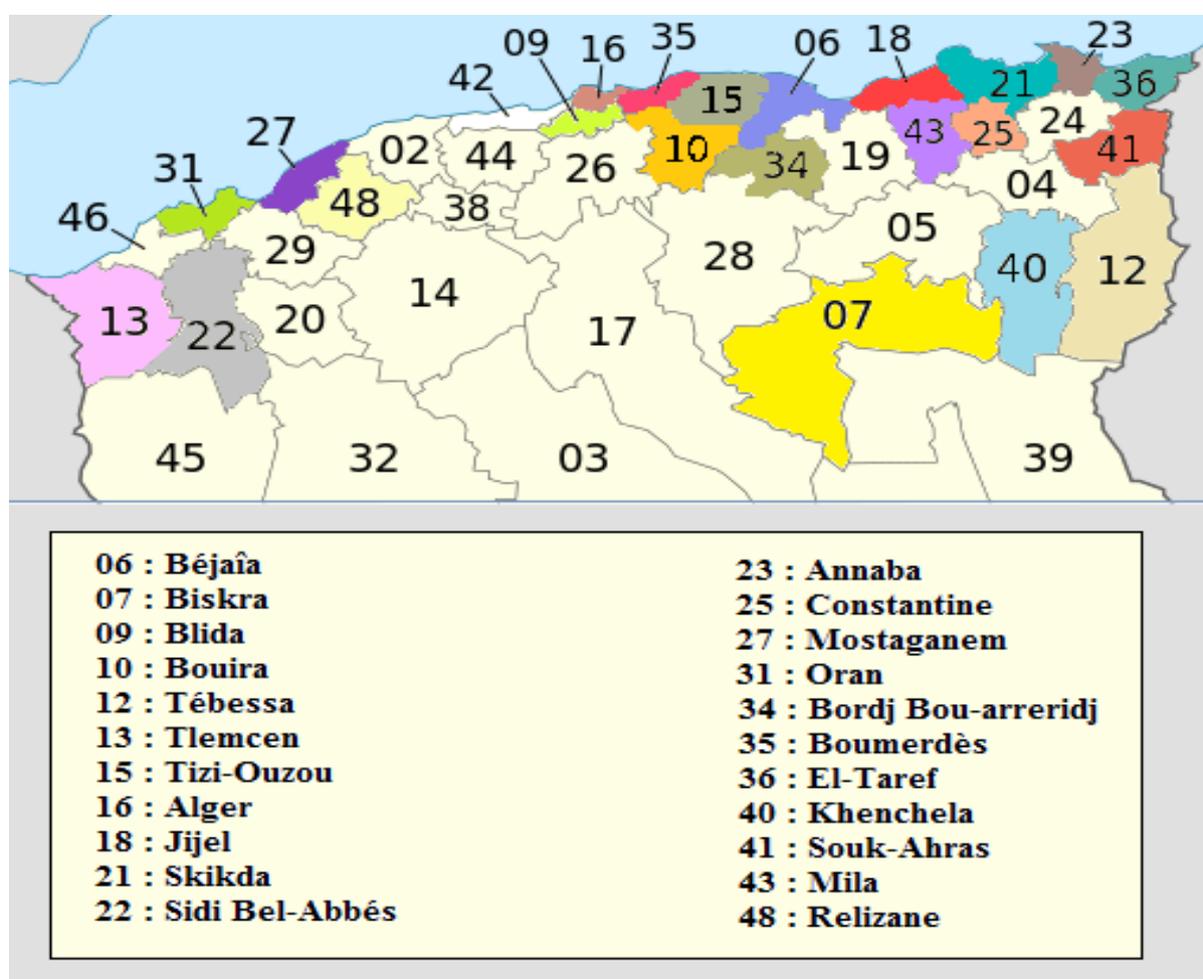
Chapitre IV : Le Protocole de L'Enquête

E74	Oran			X
E75	Oran			X
E76	Oran			X
E77	Oran			X
E78	Oran			X
E79	Oran			X
E80	Oran			X
E81	Oran			X
E82	Oran			X
E83	Oran			X
E84	Oran			X
E85	Oran			X
E86	Oran			X
E87	Oran			X
E88	Oran			X
E89	Oran			X
E90	Oran			X
E91	Oran			X
E92	Oran			X
E93	Oran			X
E94	Oran			X
E95	Oran			X
E96	Oran			X
E97	Oran			X
E98	Oran			X
E99	Oran			X
E100	Oran			X
E101	Tlemcen			X
E102	Tlemcen			X
E103	Tlemcen			X
E104	Tlemcen			X
E105	Tlemcen			X
E106	Tlemcen			X
E107	Tlemcen			X
E108	Tlemcen			X
E109	Tlemcen			X
E110	Tlemcen			X
E111	Tlemcen			X

Chapitre IV : Le Protocole de L'Enquête

E112	Tlemcen			X
E113	Tlemcen			X
E114	Tlemcen			X
E115	Tlemcen			X
E116	Tlemcen			X
E117	Tlemcen			X
E118	Tlemcen			X
E119	Tlemcen			X
E120	Tlemcen			X

Schéma n°07: Récapitulatif sur la carte de l'Algérie des entrepreneurs interrogés

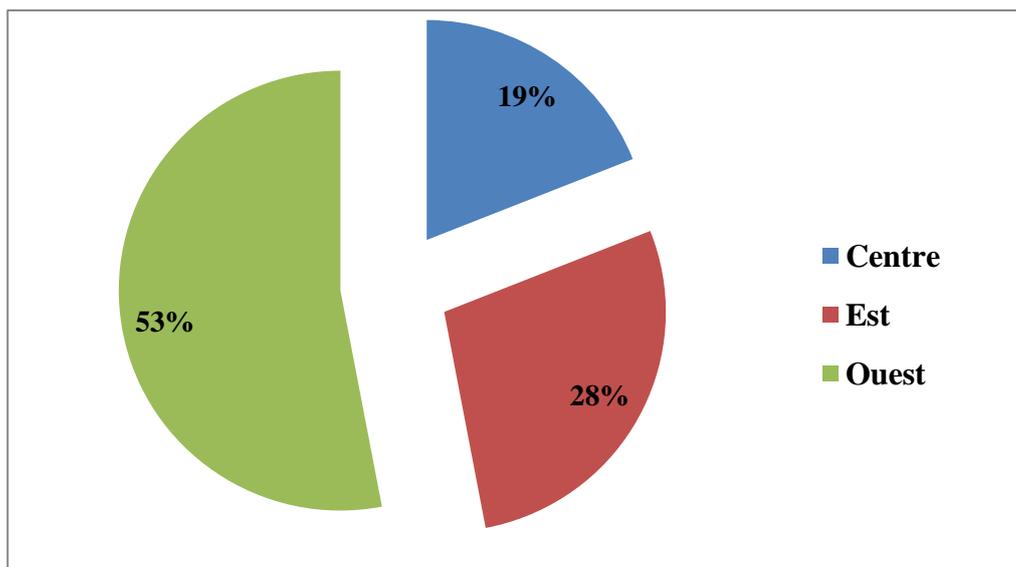


Chapitre IV : Le Protocole de L'Enquête

Tableau n°16 : Répartition des entrepreneurs interrogés selon la région

Région	Centre	Est	Ouest
	19%	28%	53%

Schéma n°08: Répartition des entrepreneurs selon la région



Les tableaux ci-dessus montrent que les PME algériennes enquêtées sont présentes majoritairement dans la région Ouest avec un taux de 53%, suivies par la région Est avec un taux de 28%, et enfin 19% pour la région Centre.

Chapitre IV : Le Protocole de L'Enquête

Conclusion Chapitre IV :

L'enquête engagée auprès des entrepreneurs privés algériennes nous a permis de recueillir 120 questionnaires sur un nombre de 200 questionnaires envoyés à des entreprises privées algériennes : le taux de réponse est 120/200 donc 60%. Le fait d'avoir obtenu 120 questionnaires exploitables nous a permis d'effectuer le traitement statistique des hypothèses présentées dans le prochain chapitre. Le traitement empirique des hypothèses fera l'objet du chapitre suivant.

Ayant ainsi présenté le protocole de notre enquête, nous procéderons à la présentation du traitement empirique et l'analyse des résultats.

*Chapitre V : Le
traitement empirique
et l'analyse des
résultats*

Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

Introduction chapitre V :

Le traitement et l'analyse des données est réalisé à l'aide du logiciel SPSS (Statistical Package For Social Science), et le programme Excel. Nous utiliseront tout au long de cette analyse des graphiques de type « secteurs » et « barres » pour illustrer et comparer les données.

Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

Section 1 : L'analyse des données

Introduction

L'objectif de cette section est de présenter l'analyse des résultats du questionnaire d'enquête. Il sera également question de vérifier nos hypothèses de recherche.

Avant de commencer notre analyse, nous avons soumis notre questionnaire au test de fiabilité Cronbach's alpha qui a pour objectif de mesurer la cohérence interne de l'échelle, il repose sur les corrélations moyennes entre les variables (ou items) contenues de l'échelle, le coefficient global alpha doit être le plus élevé possible ; plus il est élevé, plus la validité est forte.

Les valeurs de l'Alpha de Cronbach :

< 0.6	Insuffisant
Entre 0.6 et 0.65	Faible
Entre 0.65 et 0.7	Minimum acceptable
Entre 0.7 et 0.8	Bon
Entre 0.8 et 0.9	Très bon

Dans notre cas, le test de fiabilité Cronbach's alpha et avec une valeur de **0,867**, notre questionnaire est considéré comme étant fiable.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,867	4

Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

I. Identification des répondants enquêtés :

Nous avons administré au total (200) questionnaires, 120 ont répondu soit un taux de réponse de 60%.

I.1 Sexe et Age des répondants:

Le tableau suivant représente la répartition des répondants selon leur sexe et leur âge.

Tableau n°17 : Sexe des répondants

Sexe	Homme	Femme
	88%	12%

D'après les résultats de l'enquête (tableau n°17), il ressort que la majorité des entrepreneurs interrogés sont des hommes (88%) et que les personnes féminines ne représentent que (12%) du total de l'échantillon enquêtée. Ce qui laisse penser que les hommes sont plus dominants que les femmes.

Les jeunes femmes sont de plus en plus nombreuses à s'orienter vers des professions libérales et l'entrepreneuriat. La volonté des femmes à confronter les réalités et contraintes d'une société masculine. Nous avons effectué des petits entretiens via les réseaux sociaux sur les contraintes qui empêchent les femmes à entreprendre, et nous avons constaté que :

- ✓ La conciliation **vie privée – vie professionnelle** qui demeure au cœur des préoccupations des femmes entrepreneurs (la peur de délaisser sa famille et la peur du célibat éternel), la femme se retrouve face au choix de devenir maman ou réussir sa carrière.
- ✓ Le métier d'entrepreneure est considéré par une partie des femmes comme une action et d'opposition contre la culture traditionnelle caractérisée par la domination masculine sur le genre féminin (complexe d'infériorité).

Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

Tableau n°18: Age des répondants

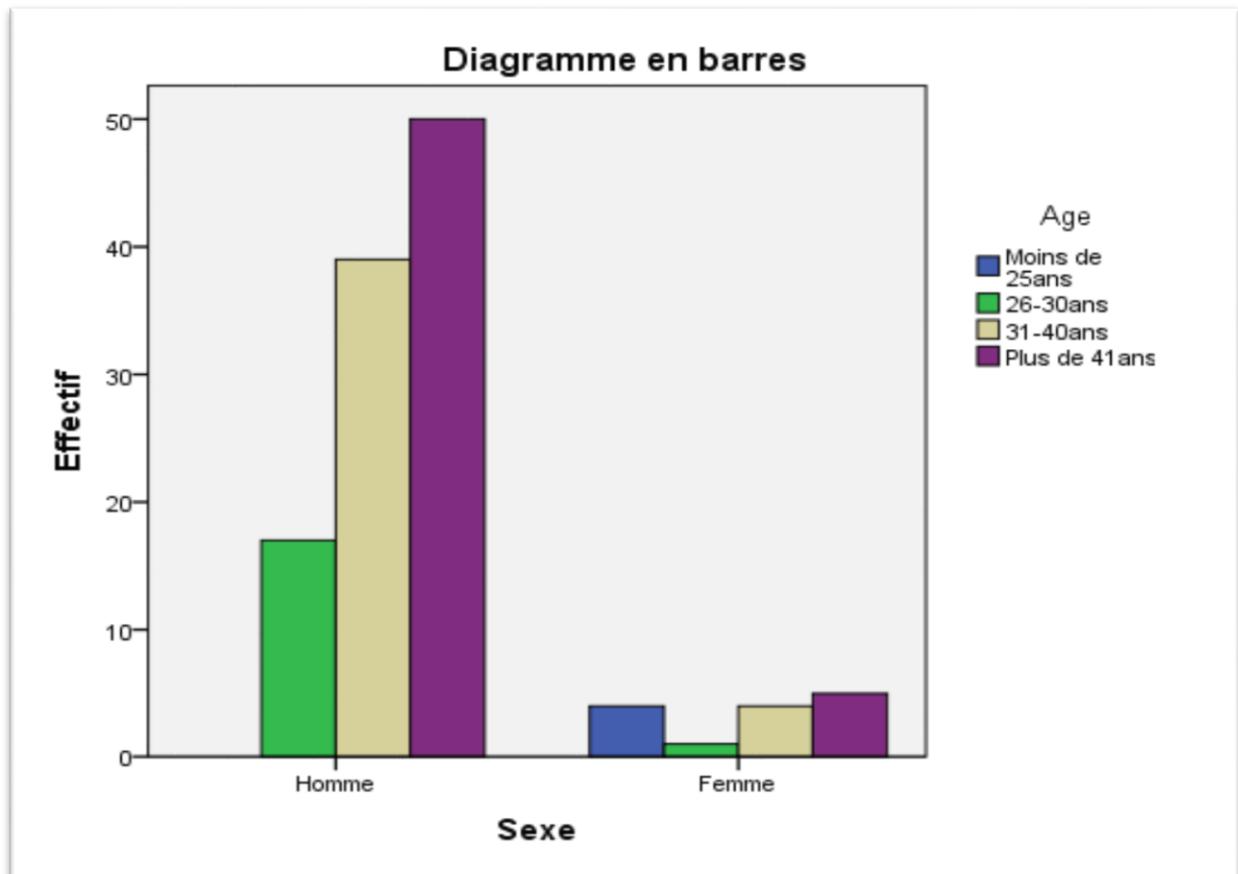
Age	Moins de 25 ans	25-30 ans	31- 40 ans	Plus de 40 ans
	3%	15%	36%	46%

Source : Elaboré par l'étudiante

Notre échantillon compte avec une domination des entrepreneurs dont l'âge est de plus 40 ans qui constituent 46% de la population enquêtées, 36% entre 31 et 40 ans, 15% entre 25 et 30 ans, ,et enfin les plus jeune (moins de 25 ans) sont moins présents dans notre échantillon avec un taux de 3%. Ce qui laisse penser que la plupart des entrepreneurs interrogés, ont un âge mur.

Le tableau ci-dessus représente un tableau croisé entre le sexe et l'âge des entrepreneurs interrogés.

Schéma n°09: Age des répondants



Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

I.2 Situation familiale des répondants :

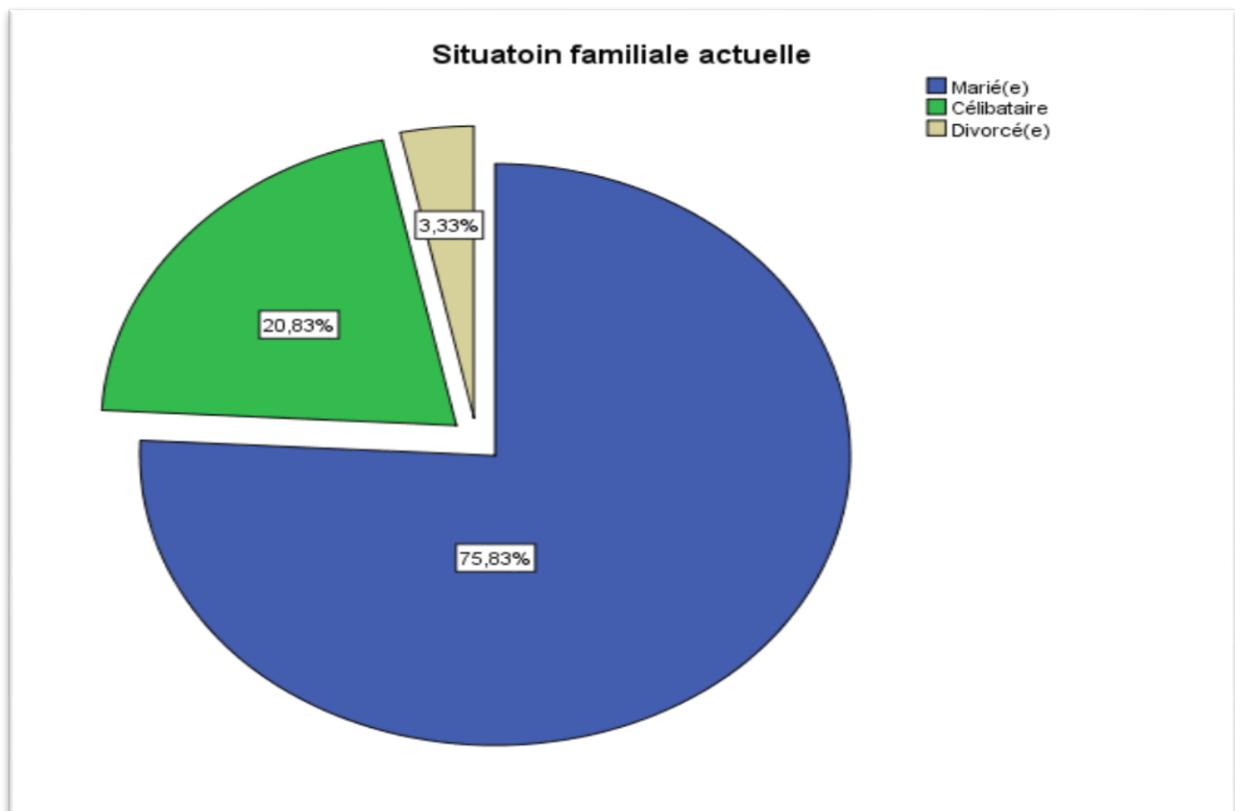
Le tableau suivant représente la répartition des entrepreneurs selon leurs situations familiales.

Tableau n°19 : Situation familiale des répondants

Situation familiale	Marié(e)	Célibataire	Divorcé(e)
Pourcentage	76%	21%	03%

Nous relevons que 62% des entrepreneurs questionnés sont mariés, ce qui laisse penser que les personnes mariées s'engagent dans leur affaire plus que les célibataires. Cette catégorie représente 34% des répondants. 4% des répondants sont divorcés.

Schéma n°10: Situation familiale des répondants



Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

I.3 Niveau d'instruction et diplôme acquis :

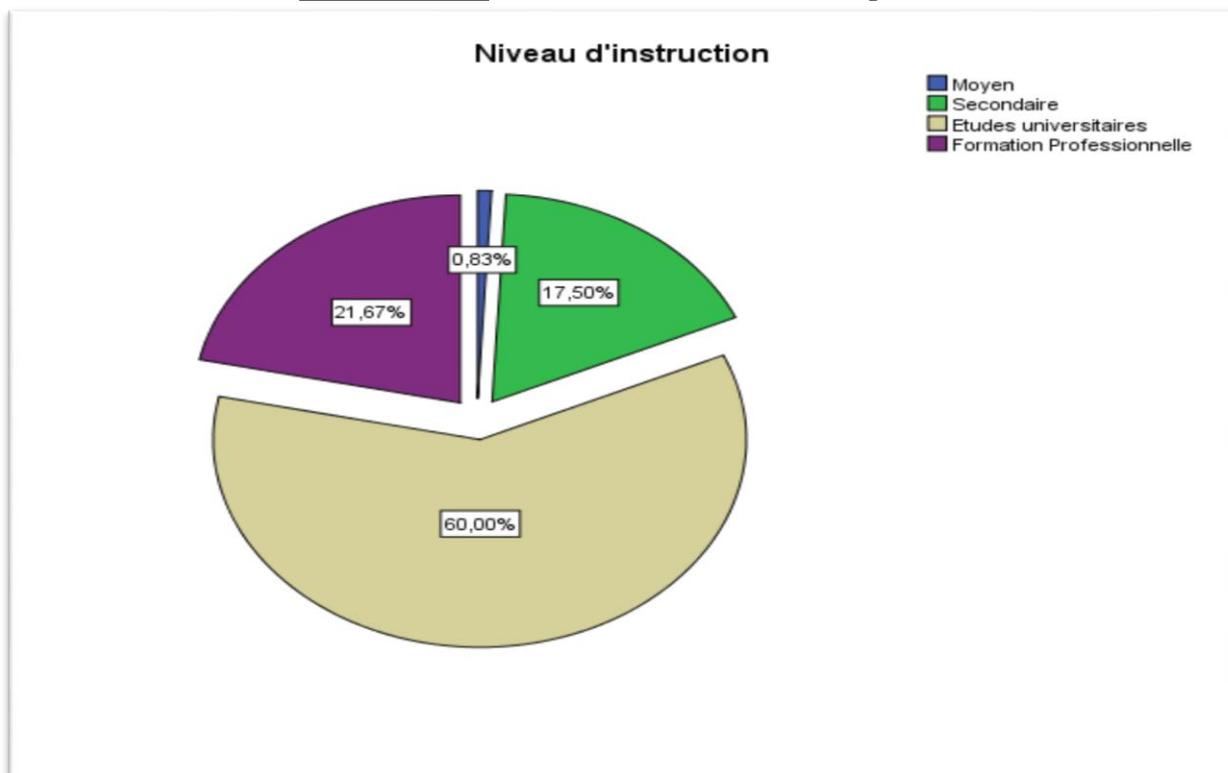
Le tableau suivant représente la répartition des entrepreneurs selon leurs niveaux d'instruction.

Tableau n°20 : Niveau d'instruction des répondants

Niveau d'instruction	Moyen	Secondaire	Etudes universitaires	Formation professionnelle
Pourcentage	01%	17%	60%	22%

Il est généralement admis, que les qualifications de l'entrepreneur conditionnent la réussite de l'entreprise. La lecture du tableau et du schéma ci-dessus nous montre que les entrepreneurs interrogées présentent des niveaux d'instruction différents, 60% d'entre eux ont atteint un niveau supérieur (universitaire) ,22% ont fait une formation dans différents domaines, celle de type administrative sont dominante (BTPH, Management, Marketing, Gestion d'entreprise, Gestion administrative...etc.). 17% ont atteint un niveau secondaire, et enfin 01% ont un niveau moyen.

Schéma n°11: Niveau d'instruction des répondants



Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

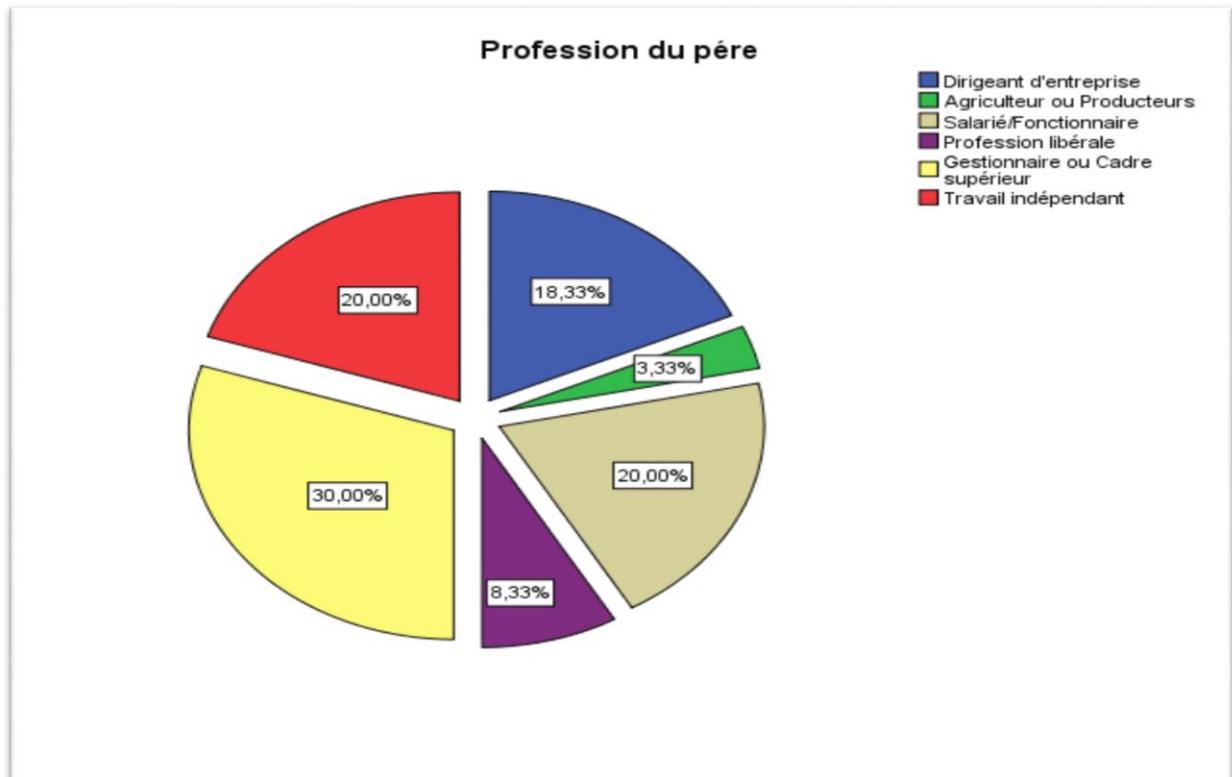
I.4 Profession du père des répondants :

Le tableau suivant représente la répartition des entrepreneurs selon leur origine sociale.

Tableau n°21 : Profession du père des répondants

Origine sociale	Origine sociale
Dirigeant d'une entreprise	18%
Agriculteur ou producteur	04%
Salarié / Fonctionnaire	20%
Profession libérale	08%
Gestionnaire / Cadre Supérieur	30%
Travail indépendant (commerce)	20%

Schéma n°12: Profession du père des répondants



Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

30% des répondants sont des fils des gestionnaires ou de cadres supérieurs, et pour cela les entrepreneurs veulent ressembler à leurs parents mais ils veulent être leur propre patron, 20% ont des parents salariés / fonctionnaires et 20% pour travail indépendant (Commerce), 18% dirigeant d'une entreprise, 08% profession libérale, et enfin avec un taux très faible de 04% pour des parents agriculteur ou producteur.

I.5 Statut des répondants avant la création de son entreprise :

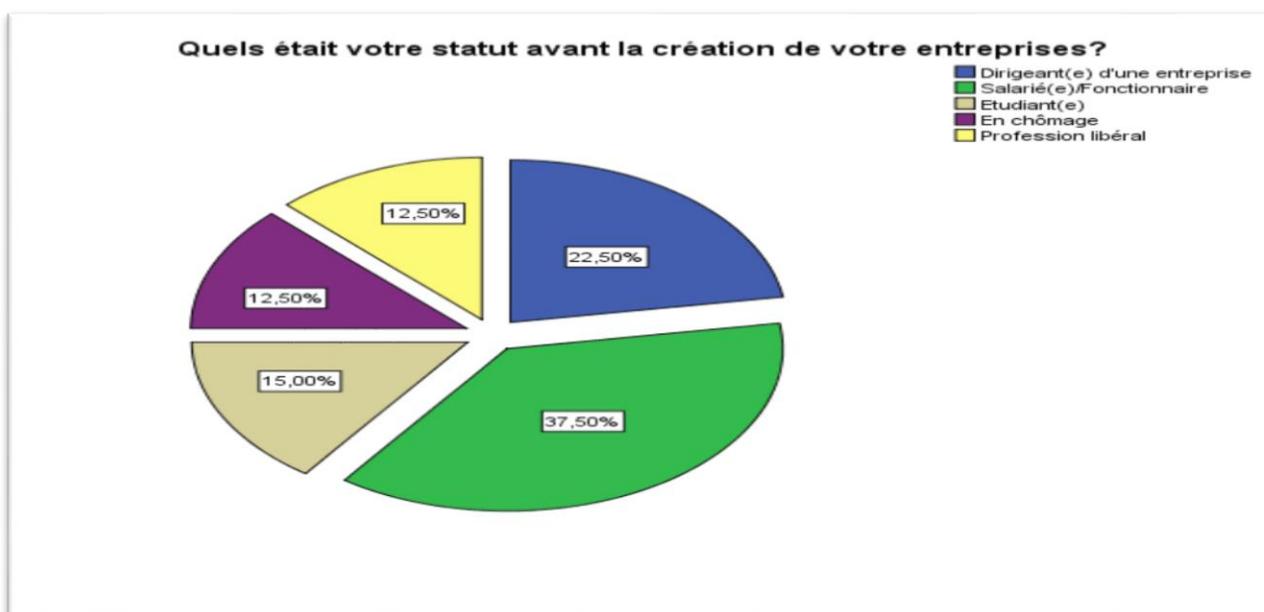
Le tableau et la figure ci-dessous nous informent sur le poste qu'occupaient les entrepreneurs interrogés avant la création de leurs entreprises.

Tableau n°22 : Statut avant la création de votre entreprise

Statut	Dirigeant(e) d'une entreprise	Salarié(e) / Fonctionnaire	Etudiant(e)	En chômage	Profession libéral
Pourcentage	22,5%	37,5%	15%	12,5%	12,5%

Nous remarquons que 37,5% des entrepreneurs interrogées ont été salariée(e) ou fonctionnaire, 22,5% étaient dirigeant(e) d'une entreprise, 16% étaient encore étudiant. Enfin 12,5% des entrepreneurs ont exercé une profession libérale ou étaient chômeurs.

Schéma n°13: Statut avant la création de votre entreprise



Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

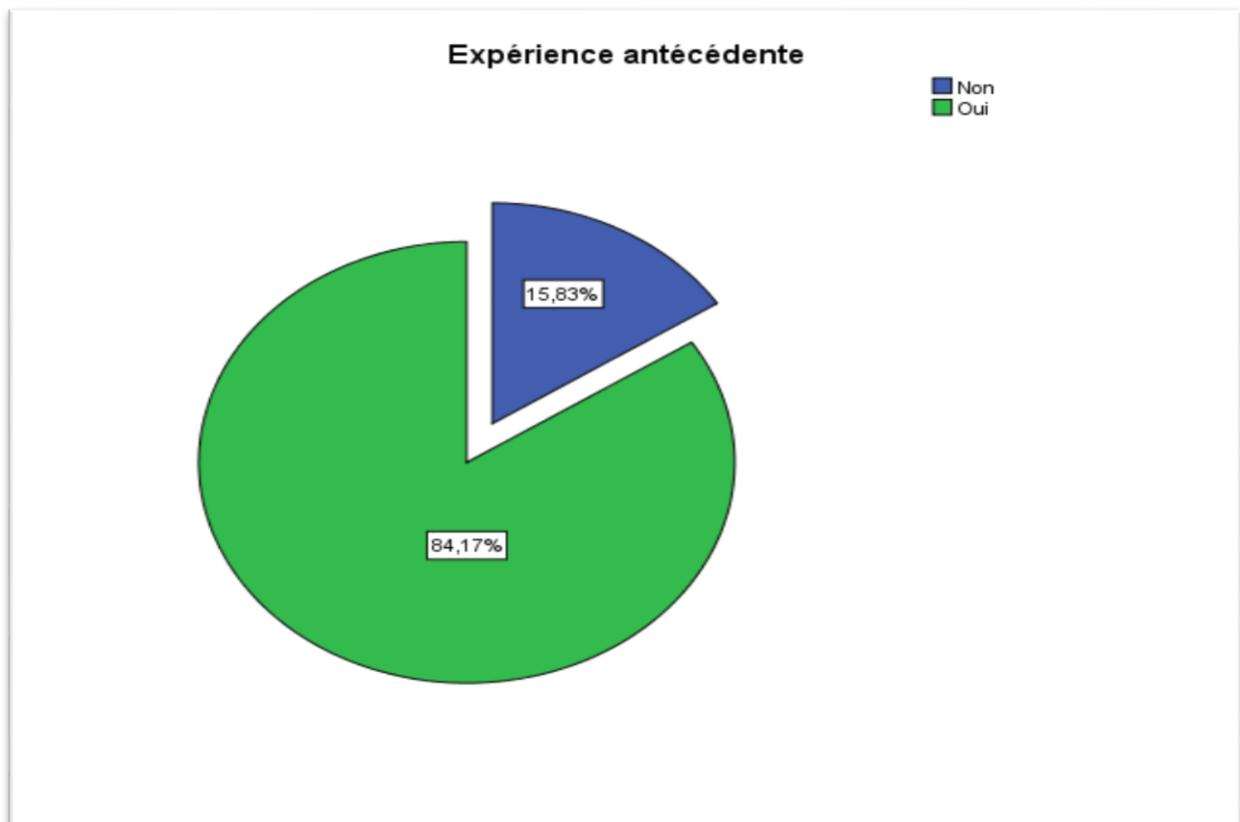
I.6 Expérience précédente :

Tableau n°23 : Expérience professionnelle précédente

Expérience professionnelle	Oui	Non
	84%	16%

La grande majorité des entrepreneurs questionnés ont une expérience professionnelle dans cette branche d'activité (84%). Nous pouvons dire que l'expérience professionnelle est déterminante dans le choix du secteur dans lequel on investit. Seulement 16% de ces derniers n'avait pas une expérience professionnelle.

Schéma n°14: Expérience professionnelle précédente



Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

II. Identification de l'entreprise :

II.1 Caractéristiques générale de l'entreprise :

Le tableau suivant représente les caractéristiques générales des entreprises enquêtées.

Tableau n°24 : Caractéristiques générales de l'entreprise

Caractéristiques générale de l'entreprise		
Secteur d'activité	Industrie	20%
	BTPH	33%
	Service	47%
Nature	Créée	92%
	Rachetée	02%
	Héritée	06%
Effectifs	1-9	66%
	10-49	32%
	50-250	02%

Notre échantillon est caractérisé par le fait que la moitié des entreprises sont versées au secteur de Services (47%), 33% pour le Bâtiment et Travaux Public et enfin l'Industrie avec un taux de 20%.

La plus grande partie des entreprises enquêtées sont de nouvelles créations, c'est-à-dire créées par l'entrepreneur lui-même avec un taux de 92% ; 06% héritée ; 02% rachetée par l'entrepreneur.

Sur 120 entreprises, l'analyse par taille de ces entreprises révèle que la majorité sont des très petite entreprise (66%) qui emploient de 1 à 9 ; un pourcentage de 32% pour les petite entreprise qui emploient un effectif allant de 10 à 49, et enfin 2% pour les moyenne entreprises de 50 à 250 employées.

Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

II.2 Année de création de l'entreprise :

Le tableau suivant représente la répartition selon l'année de création de l'entreprise.

Tableau n°25 : Année de création de l'entreprise

Année	1989-2000	2001-2007	2008-2015	2016-2018
Pourcentage	17%	25%	52%	06%

La majorité des PME de l'échantillon (52%), ont été créées à partir de 2008-2015 donc un échantillon qui se compose des entreprise qui ont 5 ans et plus d'existence, 25% dans la période 2001-2007 et 17% pour les entreprise qui ont plus de 10 ans d'existence, et enfin 06% pour les entreprises récente.

III. Présentation des résultats du questionnaire:

Nous allons présenter dans ce qui suit, les résultats des statistiques descriptives du questionnaire selon l'ordre des questions.

III.1 L'idée de création de l'entreprise :

Le tableau suivant représente la répartition selon l'idée de création de l'entreprise.

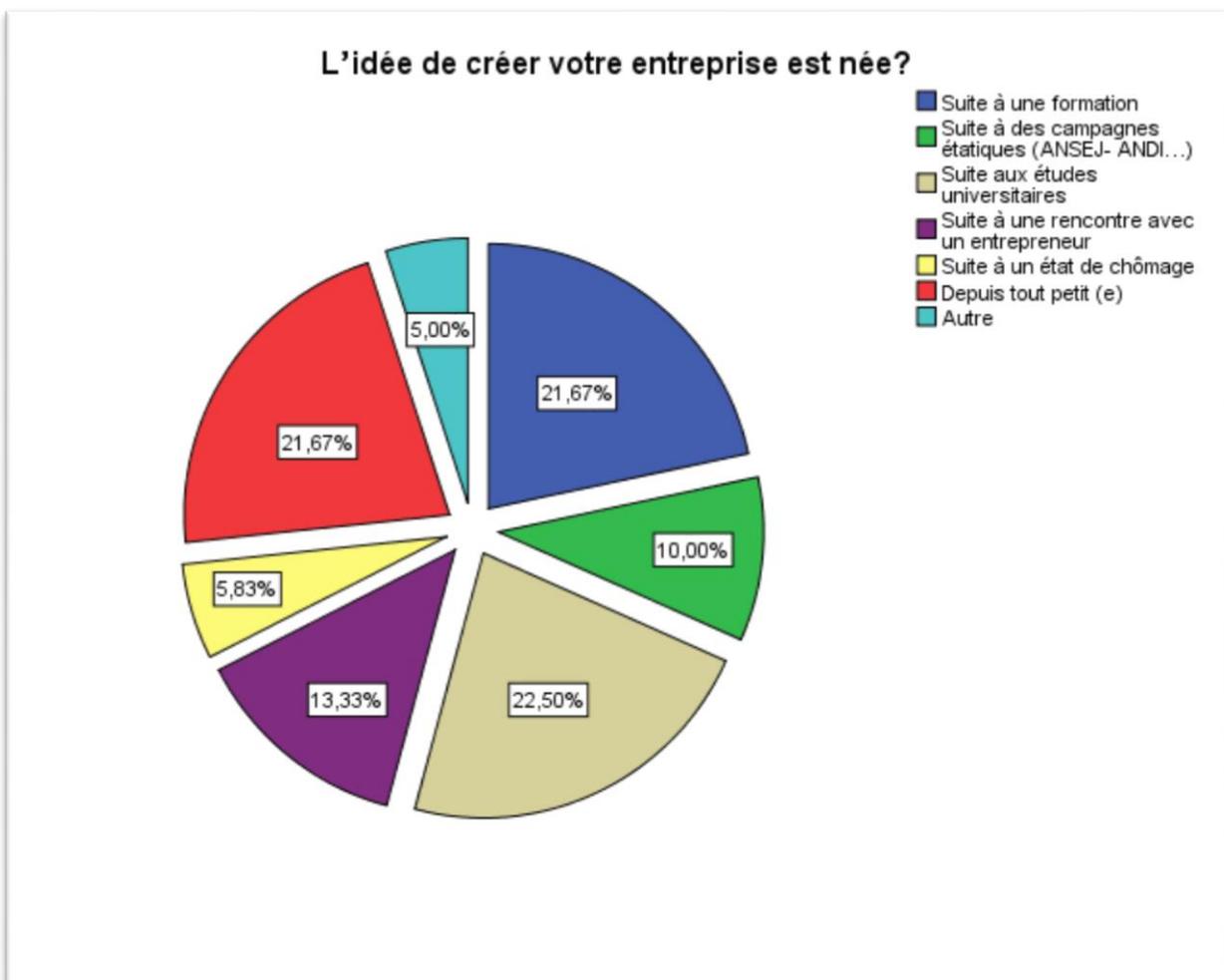
Tableau n°26 : L'idée de création de votre entreprise

Idée	Pourcentage
Suite à une rencontre avec un entrepreneur	13%
Suite aux études universitaires	22%
Suite à une formation	22%
Depuis tout petit (e)	22%
Suite à des campagnes étatiques (ANSEJ, ANDI, CNAC...)	10%
Suite à un état de chômage	06%
Autre	05%
Total	100%

Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

En ce qui concerne d'idée de création de l'entreprise, 22% des entrepreneurs ont créé leur entreprise suite aux études universitaires, a des formations antérieurs et depuis tout petit (e), 13% suite une rencontre avec des entrepreneurs qui les ont motivé à prendre ce choix, 10% suite à des campagnes étatiques (ANSEJ, ANDI, CNAC...), 06% suite à un état de chômage. et enfin 05% pour autre.

Schéma n°15: L'idée de création de votre entreprise



Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

III.2 Choix du secteur d'activité :

Le tableau suivant représente la répartition des entrepreneurs selon leur choix du secteur.

Tableau n°27 : le choix du secteur d'activité

Choix du Secteur	Pourcentage
Des expériences antérieures dans le domaine	42,5%
Une évaluation des opportunités présentes dans l'environnement	25%
Des conseils de la famille ou des amis	12,5%
Du diplôme acquis	20%
Total	100%

Le tableau ci-dessus nous montre que l'expérience antérieure est le plus grand facteur qui influence les entrepreneurs pour choisir le secteur d'activité de leur entreprise, soit 42,5% des réponses. Suivie par l'évaluation des opportunités présentes dans l'environnement (25%), enfin 12,5% des conseils de la famille ou des amis et 20% du diplôme acquis.

III.3 Formation :

Le tableau suivant représente la répartition des entrepreneurs s'ils ont effectués une formation dédiée aux créateurs d'entreprise.

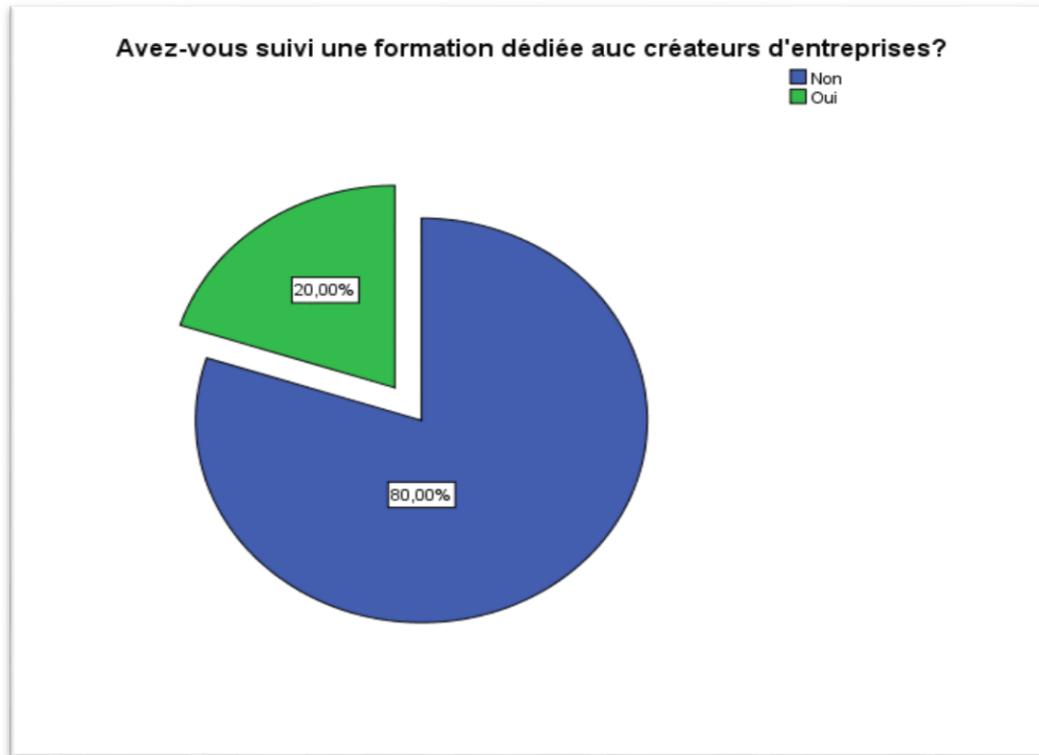
Tableau n°28 : Formation dédiée aux créateurs d'entreprise

Formation	Oui	Non
	20%	80%

On constate une forte majorité (80%) des entrepreneurs n'ont suivi aucune formation pour la création d'entreprise. Plus d'un quart des répondants (20%) ont suivi une formation dans différents domaines de type administrative (management, marketing, gestion administratives, gestion d'entreprises, BTPH, etc.).

Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

Schéma n°16: Formation dédiée aux créateurs d'entreprise



III.4 Entourage de l'entrepreneur :

Le tableau suivant représente la répartition de l'entourage des entrepreneurs.

Tableau n°29 : Les entrepreneurs dans votre entourage

	Oui	Non
Avez-vous des entrepreneurs dans votre entourage ?	74%	26%

La famille constitue dans la plupart des cas, le pivot du projet entrepreneurial. D'après notre enquête, plus de la moitié de l'échantillon ont répondu « Oui » sur la question « y a-t-il des entrepreneurs dans votre entourage ? », soit 74% des entrepreneurs enquêtés, contre 26% des réponses négative sur la question posée.

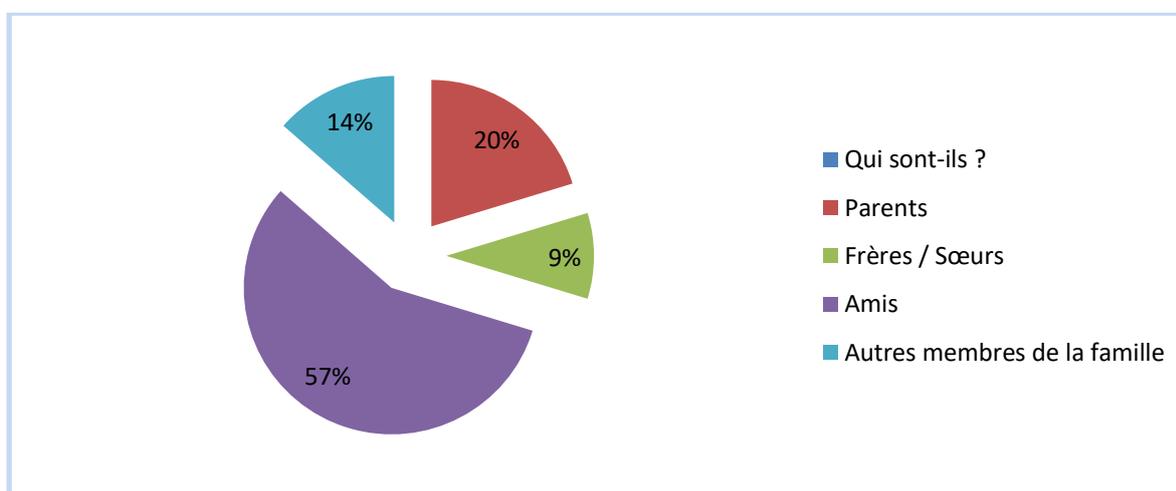
Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

Tableau n°30 : Qui sont-ils ?

Qui sont-ils ?	Parents	Frères / Sœurs	Amis	Autres membres de la famille
	15%	07%	42%	10%

Le fait d'avoir dans la famille des entrepreneurs est généralement considéré comme un facteur influençant positivement la réussite de son entreprise. En effet, les résultats de notre enquête montrent que cet entourage est constitué surtout des amis (42%) et pour la famille (parents 15%, frères et sœurs 07% et pour d'autres membres de la famille qui sont 6%).

Schéma n°17: Famille entrepreneur



III.5 Objectifs de création de l'entreprise :

Le tableau suivant représente la répartition selon les objectifs visé de l'entreprise.

Tableau n°31 : Répartition selon les objectifs visé de l'entreprise

Objectifs	Pourcentage
La croissance	54%
Le profit	29%
La pérennité	17%
Total	100%

Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

Le tableau indique que le principal objectif de la majorité des dirigeants d'entreprise de PME est la croissance avec un taux de (54%), tandis que 29% d'entre eux cherchent le profit, est enfin 17% pour la pérennité de leur entreprise.

III.6 Motivations des entrepreneurs :

Le tableau suivant représente la répartition des motivations des entrepreneurs enquêtées.

Tableau n°32 : Motivations des entrepreneurs

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Neutre	D'accord	Tout à fait d'accord
Relever des défis	3%	7%	12%	50%	32%
Situation financière intéressante	7%	8%	7%	46%	32%
Prise de risques	10%	19%	19%	34%	19%
Etre relationnel	3%	4%	17%	47%	29%
Autonomie	2%	9%	18%	40%	31%
Besoin d'accomplissement	7%	10%	17%	40%	28%
Sens des responsabilités	7%	10%	10%	45%	28%
Créativité	15%	23%	10%	32%	20%

D'après le tableau ci-dessus nous remarquons que l'ensemble des items ont eu une réponse favorable « **D'accord** » et « **Tout à fait d'accord** » qui veut dire plus de la moitié des entrepreneurs enquêtées ont les motivations d'un bon entrepreneur.

Plus de la moitié des répondants, soit plus des 2/3 (76% à 82%) considèrent qu'ils possèdent trois motivations majeures et qui sont :

1. La capacité à relever les défis ;
2. Situation financière intéressante ;
3. Etre relationnel (relation avec les autres).

Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

III.7 Compétences des entrepreneurs :

Le tableau suivant représente la répartition des compétences des entrepreneurs enquêtés.

Tableau n°33 : Compétences des entrepreneurs

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Neutre	D'accord	Tout à fait d'accord
Capacité à me projeter dans l'avenir	3%	7%	21%	50%	19%
Compétences personnelles	16%	20%	20%	32%	11%
Je motive facilement les autres à travailler avec moi	-	3%	13%	63%	21%
Compétence relationnelle	2%	3%	11%	40%	43%
Identifier des opportunités	9%	6%	19%	41%	25%
La recherche du pouvoir	2%	6%	17%	47%	28%
L'exploitation du savoir-faire	2%	8%	12%	41%	37%

D'après le tableau ci-dessus nous remarquons que l'ensemble des items ont eu une réponse « **D'accord** » et « **Tout à fait d'accord** » qui veut dire plus de la moitié des entrepreneurs enquêtés ont les compétences d'un bon entrepreneur.

La majorité des répondants, soit plus des 2/3 (78% et 84%) considèrent qu'ils possèdent deux compétences majeures et qui sont :

1. Motive facilement les autres à travailler avec moi ;
2. Compétence relationnelle ;
3. L'exploitation du savoir-faire.

III.8. Le succès de l'entreprise :

Le tableau suivant représente la répartition selon l'évolution du succès l'entreprise durant les trois dernières années.

Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

Tableau n°34 : L'évolution du succès de l'entreprise

Variables	Positivement	N'ont pas évolué	Négativement
Chiffre d'affaires	61%	31%	8%
Nombre de salariés	52%	35%	13%
Parts de marché	55%	30%	15%
Bénéfice net après impôt	60%	30%	10%

Le chiffre d'affaire de la moitié des entreprises enquêtées (61%) a évolué pendant les 3ans ; 31% n'a pas évoluer et 8% seulement a régressé.

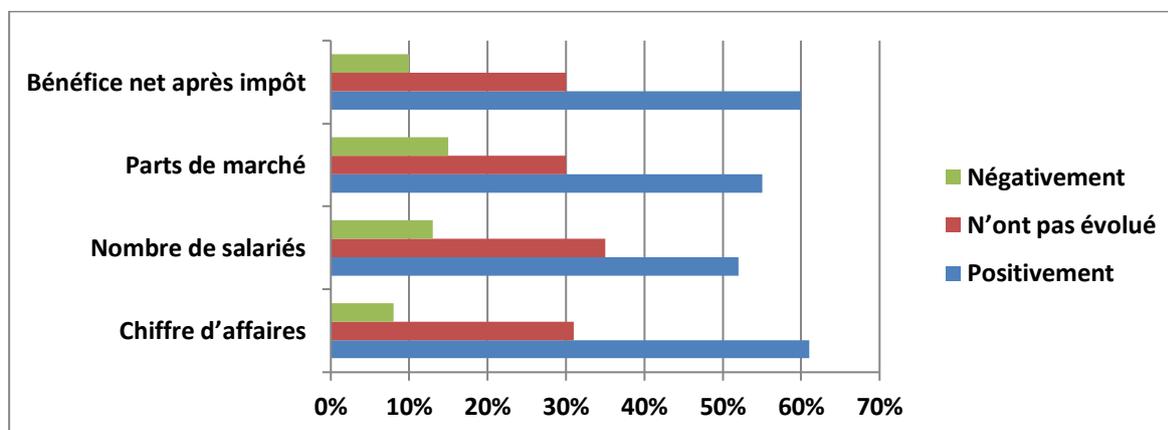
Le nombre de salariés pour les 52% des entreprises enquêtée ont déclaré une évolution positive, et 35% affiche qu'il n'ya pas eu une évolution et 13 a régressé.

La part de marché ; 55% des entreprises enquêtées affiche une évolution positive, 30% n'a pas évolué et près de 15% qui à beaucoup régresser.

Le bénéfice net après impôt, 60% des entrepreneurs enquêtés ont affiché une évolution positive et 10% seulement a régressé. Chez 30% des répondants, cette variable n'a pas évolué.

Nous pouvons relever ainsi que la majorité des répondants sont en situation stable voire croissante en matière de bénéfices.

Schéma n°18: L'évolution du succès de l'entreprise



Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

IV. Vérification des hypothèses :

Après avoir collecté les informations nécessaires, nous allons tester nos hypothèses l'une après l'autre avec la méthode quantitative « le tri croisé ».

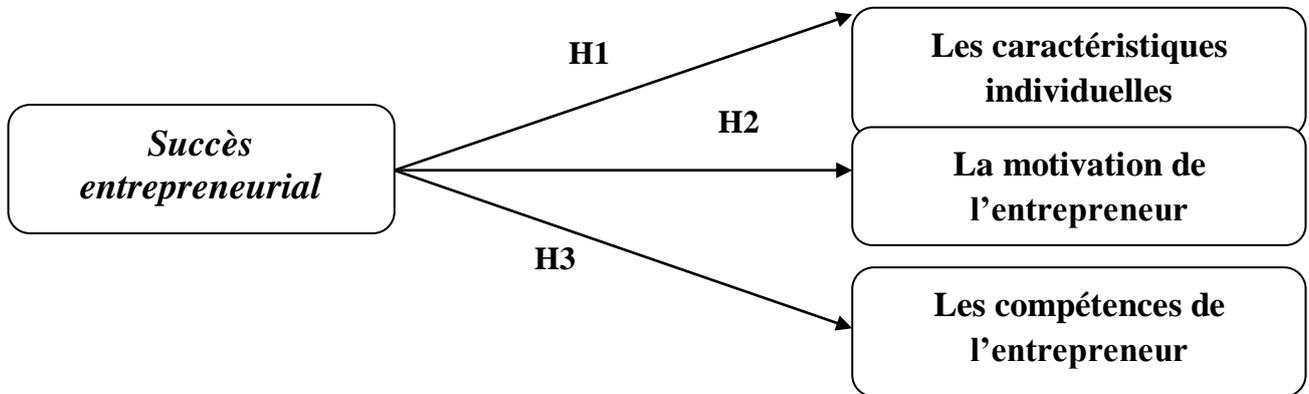
IV.1. Rappel des hypothèses :

Tableau n°35 : Les hypothèses de recherche

FATEURS	ELEMENTS	HYPOTHESES	<i>Succès entrepreneurial</i>
Les Caractéristiques Individuelles	Sexe et Age	H1	
	Niveau d'instruction		
	L'expérience antécédente		
	Formation		
	Entourage		
Les Motivations de L'Entrepreneur	Relever des défis	H2	
	Situation financière intéressante		
	Prise de risques		
	Etre relationnel		
	Autonomie		
	Besoin d'accomplissement		
	Sens des responsabilités		
	Créativité		
Les Compétences de L'Entrepreneur	Projeter dans l'avenir	H3	
	Compétences personnelles		
	Je motive facilement les autres à travailler avec moi		
	Compétence relationnelle		
	Identifier des opportunités		
	La recherche du pouvoir		
	L'exploitation du savoir-faire		

Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

Schéma n°19: Modèle conceptuel des facteurs clés de succès



Nos hypothèses sont les suivantes :

H1 : Le succès de la petite et moyenne entreprise est lié aux caractéristiques individuelles (profil).

H2 : Le succès d'une PME peut être soutenu par des motivations profondes de son entrepreneur.

H3 : Les compétences de l'entrepreneur sont considérées comme un facteur de succès pour l'entreprise.

Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

Section 2: Les Résultats

Nous allons débiter les résultats par le test sur l'hypothèse I et ses suppositions.

Ensuite, nous allons traiter empiriquement l'hypothèse II et III.

I. Analyse de l'hypothèse H1 :

Rappelons que l'hypothèse H1 postule que le succès de la petite et moyenne entreprise est lié aux caractéristiques individuelles (Profil).

Tableau n°36 : Tableau croisé entre les variables des caractéristiques individuelles et chiffres d'affaires

Questions	Evolution du Chiffre d'affaires				
	Très Positivement	Positivement	N'a pas évolué	Négativement	Très négativement
Y-a-t-il des entrepreneurs dans votre entourage ?	15,9%	48,9%	28,4%	6,8%	/
Si oui, qui sont-ils ?					
Parents	44,4%	16,7%	38,9%	/	/
Frères et sœurs	/	66,7%	33,3%	/	/
Amis	10%	52%	26%	12%	/
Autre membre de familles	8,3%	75%	16,7%	/	/
Profession du père					
Dirigeant	22,7%	45,5%	22,7%	9,1%	/
Agriculteur	/	75%	25%	/	/
Salarié	8,3%	41,7%	41,7%	8,3%	/
Profession libérale	30%	30%	30%	10%	/
Cadre supérieur	16,7%	52,8%	22,2%	8,3%	/
Travail indépendant	8,3%	41,7%	41,7%	8,3%	/
Sexe					
Homme	14,2%	47,2%	30,2%	8,5%	/
Femme	21,4%	35,7%	35,7%	7,1%	/
Age					
Moins de 25 ans	25%	/	75%	/	/
Entre 26 et 30 ans	22,2%	27,8%	44,4%	5,6%	/
Entre 31 et 40 ans	11,6%	58,1%	23,3%	7%	/
Plus de 41 ans	14,5%	45,5%	29,1%	10,9%	/
Situation familiale					
Marié	15,4%	50,5%	25,3%	8,8%	/
Célibataire	8%	32%	52%	8%	/
Divorcé	50%	25%	25%	/	/
Niveau d'instruction					
Primaire	/	/	/	/	/
Moyen	/	/	100%	/	/
Secondaire	4,8%	42,9%	42,9%	9,5%	/
Etudes universitaires	19,4%	45,8%	29,2%	5,6%	/
Formation professionnelle	11,5%	50%	23,1%	15,4%	/

Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

Expérience					
Expérience précédente dans le secteur	13,9%	46,5%	31,7%	7,9%	/
Formation					
Avez-vous suivi une formation dédiée aux créateurs d'entreprises?	12,5%	45,8%	37,5%	4,2%	/

Source : Réalisé sur la base des outputs SPSS.

Pour ce qui est de *l'entourage*, on relève une évolution positive du chiffre d'affaires lorsque dans l'entourage on a :

- Autres membre de la famille (83.3%)
- Des frères et sœurs entrepreneurs (66,7%)
- Des amis entrepreneurs (62%)
- Des parents entrepreneurs (61,1%)

On relève également une évolution du chiffre d'affaires lorsque le père de l'entrepreneur est cadre supérieur avec un taux de (69,5%) et 68,2 pour les parents dirigeant.

La variable entourage a un rôle dans l'évolution positive du chiffre d'affaires.

Pour ce qui est du *sexe* de l'entrepreneur, on relève une évolution positive du chiffre d'affaires à hauteur de :

- Des hommes (61,4%)
- Des femmes (57,1%)

On remarque donc que 61,4% des entrepreneurs hommes ont une évolution positive de leurs chiffres d'affaires.

La variable sexe a un rôle dans l'évolution positive du chiffre d'affaire.

Pour ce qui est de *l'âge de l'entrepreneur*, on relève une évolution positive du chiffre d'affaire lorsque pour les catégories d'âge suivantes :

- Entre 31 et 40 ans (68.7%)
- Plus de 41 ans (60%)
- Entre 26 et 30 ans (50%)
- Moins de 25 ans (25%)

On remarque que 68.7% des entrepreneurs qui ont entre 31 et 40 ans ont vu une évolution de leur chiffre d'affaires. 25% pour les entrepreneurs moins de 25ans, ce qui nous confirme que les jeunes sont moins présents et qu'ils ont du mal à gérer leurs entreprises.

Pour ce qui est la *situation familiale de l'entrepreneur*, on relève une évolution positive du chiffre d'affaires lorsque dans la situation on a :

Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

- Marié (65,9%)
- Célibataire (40%)
- Divorcé (45%)

On remarque donc que 65,9% des entrepreneurs mariés ont une évolution positive de leurs chiffres d'affaires.

Pour ce qui est du *niveau d'instruction* de l'entrepreneur, on relève une évolution positive du chiffre d'affaires lorsque dans le niveau on a :

- Etudes universitaires (65,2%)
- Formation professionnelle (61,5%)
- Secondaire (47,7%)

On remarque donc que la variable niveau d'instruction à un rôle dans l'évolution positive du chiffre d'affaires.

Pour ce qui est de *l'expérience*, on relève que 60,4% des entrepreneurs interrogé ont une expérience précédente dans le secteur et ils ont vu une évolution positive du chiffre d'affaires.

Pour ce qui est de *la formation*, on relève que 58,3% des entrepreneurs interrogé ont suivi une formation dédiée aux créateurs d'entreprises et ils ont vu une évolution positive du chiffre d'affaires

Tableau n°37 : Tableau croisé entre les variables des caractéristiques individuelles et nombre des salariés

Questions	Evolution du nombre des salariés				
	Très Positivement	Positivement	N'a pas évolué	Négativement	Très négativement
Y-a-t-il des entrepreneurs dans votre entourage ?	9,1%	47,7%	33%	10,2%	/
Si oui, qui sont-ils ?					
Parents	22,2%	44,4%	27,8%	5,6%	/
Frères et sœurs	/	55,6%	33,3%	11,1%	/
Amis	6%	46%	36%	12%	/
Autre membres famille	8,3%	58,3	25%	8,3%	
Profession du père					
Dirigeant	13,6%	54,5%	22,7%	9,1%	/
Agriculteur	/	/	100%	/	/
Salarié	4,2%	41,7%	45,8%	8,3%	/
Profession libérale	20%	50%	/	30%	/
Cadre supérieur	8,3%	38,9%	36,1%	13,9%	2,8%
Travail indépendant	4,2%	45,8%	37,5%	12,5%	/
Sexe					
Homme	7,5%	44,3%	33%	14,2%	0,9%
Femme	14,3%	35,7%	50%	/	/

Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

Age					
Moins de 25 ans	/	25%	75%	/	/
Entre 26 et 30 ans	11,1%	44,4%	33,3%	11,1%	/
Entre 31 et 40 ans	7%	48,8%	37,2%	7%	/
Plus de 40 ans	9,1%	40%	30,9%	18,2%	1,8%
Situation familiale					
Marié	8,8%	47,3%	31,9%	11%	1,1%
Célibataire	4%	28%	48%	20%	/
Divorcé	25%	50%	25%	/	/
Niveau d'instruction					
Primaire	/	/	/	/	/
Moyen	/	/	100%	/	/
Secondaire	/	28,6%	42,9%	23,8%	4,8%
Etudes universitaires	9,7%	47,2%	33,3%	9,7%	/
Formation professionnelle	11,5%	46,2%	30,8%	11,5%	/
Expérience					
Expérience précédente dans le secteur	7,9%	42,6%	35,6%	12,9%	1%
Formation					
Avez-vous suivi une formation dédiée aux créateurs d'entreprises?	12,5%	25%	45,8%	12,5%	4,2%

Source : Réalisé sur la base des outputs SPSS.

Pour ce qui est de *l'entourage*, on relève une évolution positive du nombre de salariés lorsque dans l'entourage on a :

- Des parents entrepreneurs (66,6%)
- Autres membres de la famille (66,6%)
- Des frères et sœurs entrepreneurs (55,6%)
- Des amis entrepreneurs (52%)

On relève également une évolution positive du nombre de salariés lorsque le père est dirigeant ou exerce une profession libérale (70% et 68,1% respectivement).

La variable entourage a un rôle dans l'évolution du nombre de salariés.

Pour ce qui est du *genre* de l'entrepreneur, on relève une évolution positive du nombre de salariés lorsque dans le sexe on a :

- Des hommes (51,8%)
- Des femmes (50%)

On remarque donc que 51,8% des entrepreneurs hommes ont vu une évolution positive de leur nombre de salariés.

Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

Pour ce qui est *l'âge*, on relève une évolution positive du nombre de salariés lorsque dans l'âge on a :

- Entre 31 et 40 ans (55,8%)
- Entre 26 et 30 ans (55,5%)
- Plus de 41 ans (49,1%)
- Moins de 25 ans (25%)

On remarque que 55,8% des entrepreneurs qui ont entre 31 et 40 ans ont vu une évolution positive de leur nombre de salariés.

Pour ce qui est la *situation familiale*, on relève une évolution positive du nombre de salariés lorsque dans la situation on a :

- Divorcé (75%)
- Marié (56,1%)
- Célibataire (32%)

Pour ce qui est *du niveau d'instruction* de l'entrepreneur, on relève une évolution positive du nombre de salariés lorsque l'entrepreneur est de niveau :

- Formation professionnelle (57,7%)
- Etudes universitaires (56,9%)
- Secondaire (28,6%)

On remarque donc que la variable niveau d'instruction a un rôle dans l'évolution du nombre de salariés à savoir la formation professionnelle et les études universitaires des entrepreneurs.

Pour ce qui est de *l'expérience*, on relève que 50,5% des entrepreneurs interrogé ont une expérience précédente dans le secteur et ils ont vu une évolution positive du nombre de salariés.

Pour ce qui est de *la formation*, on relève que 37,5% des entrepreneurs interrogé ont suivi une formation dédiée aux créateurs d'entreprises et ils ont vu une évolution positive du nombre de salariés.

Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

Tableau n°38 : Tableau croisé entre les variables des caractéristiques individuelles et la part de marché

Questions	Evolution de la part de marché				
	Très Positivement	Positivement	N'a pas évolué	Négativement	Très négativement
Y-a-t-il des entrepreneurs dans votre entourage ?	11,4%	45,5%	27,3%	14,8%	1,1%
Si oui, qui sont-ils ?					
Parents	33,3%	38,9%	16,7%	11,1%	/
Frères et sœurs	/	66,7%	22,2%	11,1%	/
Amis	6%	46%	30%	16%	/
Autre membres famille	8,3%	41,7%	33,3%	16,7%	
Profession du père					
Dirigeant	18,2%	63,6%	9,1%	9,1%	/
Agriculteur	/	25%	75%	/	/
Salarié	4,2%	29,2%	50%	16,7%	/
Profession libérale	10%	50%	20%	20%	/
Cadre supérieur	8,3%	50%	19,4%	16,7%	5,6%
Travail indépendant	8,3%	37,5%	37,5%	16,7%	5,6%
Sexe					
Homme	8,5%	47,2%	28,3%	14,2%	1,9%
Femme	14,3%	28,6%	35,7%	21,4	/
Age					
Moins de 25 ans	/	/	75%	25%	/
Entre 26 et 30 ans	22,2%	27,8%	44,4%	/	5,6%
Entre 31 et 40 ans	4,7%	55,8%	30,2%	9,3%	/
Plus de 40 ans	9,1%	45,5%	20%	23,6%	1,8%
Situation familiale					
Marié	9,9%	45,1%	25,3%	18,7%	1,1%
Célibataire	8%	40%	44%	4%	4%
Divorcé	/	75%	25%	/	/
Niveau d'instruction					
Primaire	/	/	/	/	/
Moyen	/	/	100%	/	/
Secondaire	4,8%	33,3%	23,8%	33,3%	4,8%
Etudes universitaires	13,9%	48,6%	26,4%	9,7%	1,4%
Formation professionnelle	/	46,2%	38,5%	15,4%	/
Expérience					
Expérience précédente dans le secteur	7,9%	46,5%	27,7%	16,8%	1%
Formation					
Avez-vous suivi une formation dédiée aux créateurs d'entreprises?	16,7%	25%	41,7%	16,7%	/

Source : Réalisé sur la base des outputs SPSS.

Pour ce qui est de *l'entourage*, on relève une évolution positive de la part de marché lorsque dans l'entourage on a :

Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

- Des parents entrepreneurs (72,2%)
- Des frères et sœurs entrepreneurs (66,7%)
- Des amis entrepreneurs (52%)
- Autres membres de la famille (50%)

On relève également une évolution positive de la part de marché lorsque le père est dirigeant d'une entreprise avec un taux de 81,8%.

La variable entourage a un rôle dans l'évolution de la part de marché.

Pour ce qui est du *genre* de l'entrepreneur, on relève une évolution positive de la part de marché lorsque dans le sexe on a :

- Des hommes (55,7%)
- Des femmes (42,9%)

On remarque donc que 55,7% des entrepreneurs hommes ont vu une évolution positive de la part de marché.

Pour ce qui est *l'âge*, on relève une évolution positive de la part de marché lorsque dans l'âge on a :

- Entre 31 et 40 ans (60,5%)
- Plus de 41 ans (54,6%)
- Entre 26 et 30 ans (50%)

On remarque que 60,5% des entrepreneurs qui ont entre 31 et 40 ans ont vu une évolution positive de la part de marché.

Pour ce qui est la *situation familiale*, on relève une évolution positive de la part de marché lorsque dans la situation on a :

- Divorcé (75%)
- Marié (55%)
- Célibataire (48%)

Pour ce qui est *du niveau d'instruction* de l'entrepreneur, on relève une évolution positive de la part de marché lorsque l'entrepreneur est de niveau :

- Etudes universitaires (62,5%)
- Formation professionnelle (46,2%)
- Secondaire (38,1%)

Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

On remarque donc que la variable niveau d'instruction a un rôle dans l'évolution de la part de marché à savoir les études universitaires et la formation professionnelle des entrepreneurs.

Pour ce qui est de *l'expérience*, on relève que 54,4% des entrepreneurs interrogé ont une expérience précédente dans le secteur et ils ont vu une évolution positive de la part de marché.

Pour ce qui est de *la formation*, on relève que 41,7% des entrepreneurs interrogé ont suivi une formation dédiée aux créateurs d'entreprises et ils ont vu une évolution positive de la part de marché.

Tableau n°39 : Tableau croisé entre les variables des caractéristiques individuelles et le Bénéfice

Questions	Evolution du Bénéfice				
	Très Positivement	Positivement	N'a pas évolué	Négativement	Très négativement
Y-a-t-il des entrepreneurs dans votre entourage ?	10,2%	50%	29,5%	9,1%	1,1%
Si oui, qui sont-ils ?					
Parents	27,8%	38,9%	22,2%	11,1%	/
Frères et sœurs	11,1%	66,7%	22,2%	11,1%	/
Amis	6%	48%	34%	10%	2%
Autre membres famille	8,3%	58,3%	25%	8,3%	
Profession du père					
Dirigeant	9,1%	72,7%	13,6%	4,5%	/
Agriculteur	/	25%	50%	25%	/
Salarié	4,2%	54,2%	33,3%	8,3%	/
Profession libérale	20%	20%	20%	30%	10%
Cadre supérieur	13,9%	47,2%	27,8%	11,1%	/
Travail indépendant	8,3%	41,7%	45,8%	4,2%	/
Sexe					
Homme	11,3%	49,1%	30,2%	8,5%	0,9%
Femme	/	50%	28,6%	21,4%	/
Age					
Moins de 25 ans	/	25%	50%	25%	/
Entre 26 et 30 ans	11,1%	44,4%	38,9%	5,6%	5,6%
Entre 31 et 40 ans	11,6%	53,5%	25,6%	9,3%	/
Plus de 40 ans	9,1%	49,1%	29,1%	10,9%	1,8%
Situation familiale					
Marié	9,9%	51,6%	27,5%	9,9%	1,1%
Célibataire	8%	36%	44%	12%	4%
Divorcé	25%	75%	/	/	/
Niveau d'instruction					
Primaire	/	/	/	/	/
Moyen	/	/	100%	/	/
Secondaire	4,8%	38,1%	42,9%	9,5%	4,8%
Etudes universitaires	11,1%	51,4%	30,6%	6,9%	/
Formation	11,5%	53,8%	15,4%	19,2%	/

Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

professionnelle					
Expérience					
Expérience précédente dans le secteur	8,9%	50,5%	29,7%	9,9%	1%
Formation					
Avez-vous suivi une formation dédiée aux créateurs d'entreprises?	8,3%	45,8%	37,5%	8,3%	/

Source : Réalisé sur la base des outputs SPSS.

Pour ce qui est de *l'entourage*, on relève une évolution positive du bénéfice lorsque dans l'entourage on a :

- Des frères et sœurs entrepreneurs (77,8%)
- Des parents entrepreneurs (66,7%)
- Autres membres de la famille (66.6%)
- Des amis entrepreneurs (54%)

On relève également une évolution positive du bénéfice lorsque le père est dirigeant d'une entreprise avec un taux de 81,8%.

La variable entourage a un rôle dans l'évolution du bénéfice.

Pour ce qui est du *genre* de l'entrepreneur, on relève une évolution positive du bénéfice lorsque dans le sexe on a :

- Des hommes (60,4%)
- Des femmes (50%)

On remarque donc que 60,4% des entrepreneurs hommes ont vu une évolution positive du bénéfice.

Pour ce qui est *l'âge*, on relève une évolution positive du bénéfice lorsque dans l'âge on a :

- Entre 31 et 40 ans (65,1%)
- Plus de 41 ans (58,2%)
- Entre 26 et 30 ans (55,5%)

On remarque que 65,1% des entrepreneurs qui ont entre 31 et 40 ans ont vu une évolution positive du bénéfice.

Pour ce qui est la *situation familiale*, on relève une évolution positive du bénéfice lorsque dans la situation on a :

- Divorcé (100%)
- Marié (60,7%)
- Célibataire (44%)

Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

Pour ce qui est *du niveau d'instruction* de l'entrepreneur, on relève une évolution positive du bénéfice lorsque l'entrepreneur est de niveau :

- Formation professionnelle (65,3%)
- Etudes universitaires (62,5%)
- Secondaire (42,9%)

On remarque donc que la variable niveau d'instruction a un rôle dans l'évolution du bénéfice à savoir la formation professionnelle et les études universitaires des entrepreneurs.

Pour ce qui est de *l'expérience*, on relève que 59,4% des entrepreneurs interrogé ont une expérience précédente dans le secteur et ils ont vu une évolution positive du bénéfice.

Pour ce qui est de *la formation*, on relève que 54,1% des entrepreneurs interrogé ont suivi une formation dédiée aux créateurs d'entreprises et ils ont vu une évolution positive du bénéfice.

II. Analyse de l'hypothèse H2 :

Rappelons que l'hypothèse H2 postule que le succès de la petite et moyenne entreprise est lié à la motivation de l'entrepreneur.

Tableau n°40 : Tableau croisé entre la variable motivation et chiffre d'affaire

Questions	Evolution du Chiffre d'affaire				
	Très Positivement	Positivement	N'a pas évolué	Négativement	Très négativement
Motivations					
Relever des défis	18,40%	47,40%	28,9	5,30%	/
Situation financière intéressante	13,20%	52,60%	26,30%	7,90%	/
Prise de risques	13%	39,10%	43,50%	4,30%	/
Etre relationnel	20%	40%	31,40%	8,60%	/
Autonomie	8,10%	48,60%	35,10%	8,10%	/
Réaliser un rêve	19,40%	48,40%	32,30%	/	/
Sens de responsabilité	14,70%	47,10%	29,40%	8,80%	/
Créativité	12,50%	50%	33,30%	4,20%	/

Source : Réalisé sur la base des outputs SPSS.

Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

Pour ce qui est de la motivation de l'entrepreneur, on relève une évolution positive du chiffre d'affaires lorsque la motivation de l'entrepreneur lors de la création de son entreprise est :

- Réaliser un rêve (67,8%)
- Relever des défis (65,8%)
- Situation financière intéressante (65,8%)
- Créativité (62,5%)
- Sens de responsabilité (61,8%)
- Etre relationnel (60%)
- Autonomie (56,7%)
- Prise de risques (52,1%)

On remarque donc que 67,8% des entrepreneurs interrogé ayant vu évoluer positivement leurs chiffres d'affaires, réalisent leur rêve, 65,8% qui aiment relever des défis et avoir une situation financière intéressante.

Tableau n°41 : Tableau croisé entre la motivation et le nombre des salariés

Questions	Evolution du nombre des salariés				
	Très Positivement	Positivement	N'a pas évolué	Négativement	Très négativement
Motivations					
Relever des défis	7,90%	50%	23,70%	15,80%	2,60%
Situation financière intéressante	10,50%	42,10%	31,60%	13,20%	2,60%
Prise de risques	8,70%	34,80%	34,80%	21,70%	/
Etre relationnel	14,30%	37,10%	34,30%	11,40%	2,90%
Autonomie	10,80%	45,90%	37,80%	5,40%	/
Réaliser un rêve	9,70%	41,90%	45,20%	3,20%	/
Sens de responsabilité	14,70%	47,10%	20,60%	17,60%	/
Créativité	8,30%	43,30%	35%	12,50%	0,80%

Source : Réalisé sur la base des outputs SPSS.

Pour ce qui est de la motivation de l'entrepreneur, on relève une évolution positive du chiffre d'affaires lorsque la motivation de l'entrepreneur lors de la création de son entreprise est :

Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

- Sens de responsabilité (61,8%)
- Relever des défis (57,9%)
- Autonomie (56,7%)
- Situation financière intéressante (52,6%)
- Réaliser un rêve (51,6%)
- Créativité (51,6%)
- Etre relationnel (51,4%)
- Prise de risques (43,5%)

On remarque donc que 61,8% des entrepreneurs interrogé ayant vu évoluer positivement leurs nombres de salariés, ont le sens de responsabilité, et 57,9% qui aiment relever des défis.

Tableau n°42 : Tableau croisé entre la motivation et la part de marché

Questions	Evolution de la part de marché				
	Très Positivement	Positivement	N'a pas évolué	Négativement	Très négativement
Motivations					
Relever des défis	7,90%	52,60%	15,80%	23,70%	/
Situation financière intéressante	5,30%	52,60%	23,70%	15,80%	2,60%
Prise de risques	13%	21,70%	47,80%	17,40%	/
Etre relationnel	5,70%	51,40%	20%	22,90%	/
Autonomie	5,40%	51,40%	29,70%	13,50%	/
Réaliser un rêve	9,70%	58,10%	22,60%	6,50%	3,20%
Sens de responsabilité	5,90%	55,90%	17,60%	17,60%	2,90%
Créativité	4,20%	45,80%	29,20%	20,80%	/

Source : Réalisé sur la base des outputs SPSS.

Pour ce qui est de la motivation de l'entrepreneur, on relève une évolution positive du chiffre d'affaires lorsque la motivation de l'entrepreneur lors de la création de son entreprise est :

- Réaliser un rêve (67,8%)
- Sens de responsabilité (61,8%)
- Relever des défis (60,5%)
- Situation financière intéressante (57,9%)
- Etre relationnel (57,1%)

Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

- Autonomie (56,8%)
- Créativité (50%)
- Prise de risques (34,7%)

On remarque donc que 67,8% des entrepreneurs interrogé ayant vu évoluer positivement leurs nombres de salariés, ont réalisé un rêve de devenir entrepreneur, et 61,8% qui ont le sens de responsabilité.

Tableau n°43 : Tableau croisé entre la motivation et bénéfice

Questions	Evolution du bénéfice				
	Très Positivement	Positivement	N'a pas évolué	Négativement	Très négativement
Motivations					
Relever des défis	15,80%	50%	21,10%	10,50%	2,60%
Situation financière intéressante	10,50%	52,60%	26,30%	7,90%	2,60%
Prise de risques	8,70%	34,80%	47,80%	4,30%	4,30%
Etre relationnel	17,10%	45,70%	28,60%	5,70%	2,90%
Autonomie	8,10%	43,20%	37,80%	8,10%	2,70%
Réaliser un rêve	16,10%	48,40%	25,80%	6,50%	3,20%
Sens de responsabilité	14,70%	47,10%	17,60%	17,60%	2,90%
Créativité	8,30%	50%	25%	16,70%	/

Source : Réalisé sur la base des outputs SPSS.

Pour ce qui est de la motivation de l'entrepreneur, on relève une évolution positive du chiffre d'affaires lorsque la motivation de l'entrepreneur lors de la création de son entreprise est :

- Relever des défis (65,8%)
- Réaliser un rêve (64,5%)
- Situation financière intéressante (63,1%)
- Etre relationnel (62,8%)
- Sens de responsabilité (61,8%)
- Créativité (58,3%)
- Autonomie (51,3%)
- Prise de risques (43,5%)

Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

On remarque donc que 65,8% des entrepreneurs interrogés ayant vu évoluer positivement leurs bénéficiaires, aiment relever des défis, et 64,5% ont réalisé le rêve de devenir entrepreneur.

III. Analyse de l'hypothèse H3 :

Rappelons que l'hypothèse H3 postule que le succès de la petite et moyenne entreprise est liée aux compétences de l'entrepreneur.

Tableau n°44 : Tableau croisé entre la compétence et chiffre d'affaire

Questions	Evolution du Chiffre d'affaire				
	Très Positivement	Positivement	N'a pas évolué	Négativement	Très négativement
Compétences					
Capacité à me projeter dans l'avenir	30,40%	39,10%	26,10%	4,30%	/
Compétences personnelles	7,10%	50%	35,70%	7,10%	/
Je motive facilement les autres à travailler avec moi	24%	48%	28%	/	/
Compétence relationnelle	23,10%	46,20%	26,90%	3,80%	/
Identifier des opportunités	20%	60%	20%	/	/
La recherche du pouvoir	14,70%	55,90%	17,60%	11,80%	/
L'exploitation du savoir-faire	17,80%	45,80%	30,80%	8,30%	/

Source : Réalisé sur la base des outputs SPSS.

Pour ce qui est des compétences de l'entrepreneur, on relève une évolution positive du chiffre d'affaires lorsque dans les compétences de l'entrepreneur sont (par ordre décroissant) :

- Identifier des opportunités (80%)
- Je motive facilement les autres à travailler avec moi (72%)
- La recherche du pouvoir (70,6%)
- Capacité à me projeter dans l'avenir (69,5%)
- Compétence relationnelle (69,3%)
- L'exploitation du savoir-faire (63,6%)
- Compétences personnelles (57,1%)

Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

On remarque que 80% des entrepreneurs interrogés ayant vu évoluer leurs chiffres d'affaires, sont capables d'identifier les nouvelles opportunités et les exploiter, (72%) motive facilement les autres à travailler avec eux, et (70,6%) aiment diriger les autres (la recherche du pouvoir).

Tableau n°45 : Tableau croisé entre la compétence et le nombre des salariés

Questions	Evolution du nombre des salariés				
	Très Positivement	Positivement	N'a pas évolué	Négativement	Très négativement
Compétences					
Capacité à me projeter dans l'avenir	13%	43,50%	30,40%	13%	/
Compétences personnelles	7,10%	50%	28,60%	14,30%	/
Je motive facilement les autres à travailler avec moi	16%	52%	24%	8%	/
Compétence relationnelle	11,50%	55,80%	25%	7,70%	/
Identifier des opportunités	13,30%	46,70%	33,30%	6,70%	/
La recherche du pouvoir	8,80%	44,10%	32,40%	14,70%	/
L'exploitation du savoir-faire	8,90%	51,10%	31,10%	8,90%	/

Source : Réalisé sur la base des outputs SPSS.

Pour ce qui est des compétences de l'entrepreneur, on relève une évolution positive du chiffre d'affaires lorsque dans les compétences de l'entrepreneur sont (par ordre décroissant) :

- Je motive facilement les autres à travailler avec moi (68%)
- Compétence relationnelle (67,3%)
- Identifier des opportunités (60%)
- L'exploitation du savoir-faire (60%)
- Compétences personnelles (57,1%)
- Capacité à me projeter dans l'avenir (56,5%)
- La recherche du pouvoir (52,9%)

On remarque que 68% des entrepreneurs interrogés ayant vu évoluer leurs nombres de salariés, motivent les autres à travailler avec eux, (67,3%) ont les compétences relationnelle (la capacité à l'écoute), et (60%) sont capables d'identifier les nouvelles opportunités et les exploiter.

Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

Tableau n°46 : Tableau croisé entre la compétence et la part de marché

Questions	Evolution de la part de marché				
	Très Positivement	Positivement	N'a pas évolué	Négativement	Très négativement
Compétences					
Capacité à me projeter dans l'avenir	8,70%	56,50%	17,40%	17,40%	/
Compétences personnelles	14,30%	35,70%	28,60%	21,40%	/
Je motive facilement les autres à travailler avec moi	12%	56%	16%	16%	/
Compétence relationnelle	13,50%	50%	19,20%	13,50%	3,80%
Identifier des opportunités	13,30%	56,70%	20%	10%	/
La recherche du pouvoir	5,90%	50%	23,50%	17,60%	2,90%
L'exploitation du savoir-faire	8,90%	51,10%	22,20%	15,60%	2,20%

Source : Réalisé sur la base des outputs SPSS.

Pour ce qui est des compétences de l'entrepreneur, on relève une évolution positive du nombre de salariés lorsque dans les compétences de l'entrepreneur sont (par ordre décroissant) :

- Identifier des opportunités (70%)
- Je motive facilement les autres à travailler avec moi (68%)
- Capacité à me projeter dans l'avenir (65,2%)
- Compétence relationnelle (63,5%)
- L'exploitation du savoir-faire (60%)
- La recherche du pouvoir (55,9%)
- Compétences personnelles (50%)

On remarque que 70% des entrepreneurs interrogés ayant vu évoluer leurs parts de marché, sont capables d'identifier les nouvelles opportunités et les exploiter, (68%) motivent les autres à travailler avec eux et (65,2) ont la capacité à se projeter dans l'avenir.

Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

Tableau n°47 : Tableau croisé entre la compétence et le bénéfice

Questions	Evolution du bénéfice				
	Très Positivement	Positivement	N'a pas évolué	Négativement	Très négativement
Compétences					
Capacité à me projeter dans l'avenir	13%	56,50%	17,40%	13%	/
Compétences personnelles	/	57,10%	21,40%	14,30%	7,10%
Je motive facilement les autres à travailler avec moi	12%	56%	16%	12%	4%
Compétence relationnelle	9,60%	57,70%	23,10%	7,70%	1,90%
Identifier des opportunités	16,70%	53,30%	20%	6,70%	3,30%
La recherche du pouvoir	11,80%	52,90%	14,70%	17,60%	2,90%
L'exploitation du savoir-faire	11,10%	57,80%	20%	8,90%	2,20%

Source : Réalisé sur la base des outputs SPSS.

Pour ce qui est des compétences de l'entrepreneur, on relève une évolution positive du chiffre bénéfiques lorsque dans les compétences de l'entrepreneur sont (par ordre décroissant) :

- Identifier des opportunités (70%)
- Capacité à me projeter dans l'avenir (69,5%)
- L'exploitation du savoir-faire (68,9%)
- Je motive facilement les autres à travailler avec moi (68%)
- Compétence relationnelle (67,3%)
- La recherche du pouvoir (64,7%)
- Compétences personnelles (57,1%)

On remarque que 70% des entrepreneurs interrogés ayant vu évoluer leurs bénéfiques, sont capables d'identifier les nouvelles opportunités et les exploiter, (69,5%) ont la capacité à se projeter dans l'avenir et (68,9%) peuvent travailler dans des domaines différents pour atteindre leurs objectifs (exploitation du savoir-faire).

Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

Pour mesurer le concept du succès, nous allons croiser la variable succès avec les objectifs visé de l'entreprise.

Tableau n° 48 : Tableau croisé entre les objectifs et le succès de l'entreprise

Objectifs	Evolution Positive			
	Chiffre d'affaire	Nombre de salariés	Parts de marché	Bénéfice
La Croissance	40%	38%	35%	38%
Le Profit	22%	17%	21%	21%
La Pérennité	11%	07%	19%	12%

Le tableau indique qu'il y a une évolution positive des quatre variables de succès à savoir le chiffre d'affaire, le nombre de salarié, la part de marché et le bénéfice. Et nous remarquons que le principal objectif de la majorité des dirigeants d'entreprise des PME ayant vu une évolution positive des variables de succès est la variable **Croissance**. Suivi par la variable profit, et enfin la variable pérennité.

Tableau n°49 : Tableau récapitulatif de la vérification des hypothèses

Hypothèses	Vérification	
H1 = Les caractéristiques individuelles	Lien positive entre les caractéristiques individuelles de l'entrepreneur et le succès de l'entreprise.	Hypothèse Confirmée
H2 = Les motivations de l'entrepreneur	Lien positive entre la motivation de l'entrepreneur et le succès de l'entreprise	Hypothèse Confirmée
H3 = Les compétences de l'entrepreneur	Lien positive entre la compétence de l'entrepreneur et le succès de l'entreprise	Hypothèse Confirmée

Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

Conclusion Section 3 :

Ce travail de recherche nous à permis de confirmer nos hypothèses. Les variables liées à les caractéristiques individuelles de l'entrepreneur (Sexe, Age, Niveau d'instruction, Entourage, Expérience, etc.) sont liées aux succès de l'entreprise (calculée ici à partir du chiffre d'affaires, nombre de salariés, parts de marché et du bénéfice net après impôt).

La motivation et les compétences de l'entrepreneur ont une relation positive avec le succès de l'entreprise qui est la croissance.

Et pour finir, on peut dire que le succès de la PME algérienne est lié au profil de l'entrepreneur.

Chapitre V : Le Traitement Empirique et L'Analyse des Résultats

Conclusion chapitre V

Afin de rendre notre travail plus pratique, nous avons essayé de vérifier la réalité des différents concepts liés aux succès au sein de la PME algérienne. Les résultats sont obtenus à partir d'un échantillon composé de 120 PME algérienne.

Le succès des PME algériennes au niveau de différentes wilayas d'Algérie (22 wilayas enquêtés) à été analysé par le profil de l'entrepreneur et l'évolution du chiffre d'affaires, nombre de salariés, parts de marché et le bénéfice net après impôt.

A l'issu du questionnaire, du dépouillement des réponses et du traitement statistique, sont apparus les résultats majeurs énumérés ci-dessous

Les entrepreneurs enquêtés sont généralement de sexe masculin, d'âge mûr de plus de 41ans. Leurs niveaux d'études élevées pour la majorité avec un taux 60% pour les études universitaire et une proportion de 22% qui ont fait une formation professionnelle. Ils ont acquis suffisamment d'expériences et de savoir faire dans le même secteur que celui où ils ont créé leurs entreprises.

Il ressort de cette enquête que la plupart des entrepreneurs ont la capacité à relever les défis et ils aiment avoir une situation financière intéressante. Il est à noter que les caractéristiques les plus importantes pour réussir en affaires et de savoir gérer et être relationnel.

En ce qui concerne les compétences essentielles pour réussir, la majorité des entrepreneurs enquêtes motive les autres à travailler avec eux et ils ont des compétences relationnelles (la capacité à écouter les autres).

A la fin de ce chapitre nous avons testé nos hypothèses, où nous avons confirmé nos hypothèses. C'est-à-dire, qu'il existe une relation entre le profil de l'entrepreneur et le succès de son entreprise qui est la croissance.

Conclusion Générale de la recherche

Conclusion Générale :

Toutes les théories évoquées jusqu'à maintenant reconnaissent que les comportements et les aptitudes des propriétaires d'entreprises ont une incidence marquée sur la croissance et le succès de leurs entreprises et qu'ils se refléteront sur leurs choix stratégiques et leur mode de gestion. Les compétences de l'entrepreneur, ses motivations, ses expériences, etc. sont déterminants dans le succès de l'entreprise.

L'objet de notre recherche étant d'examiner le succès de quelques PME algérienne, sous le thème : « *le rôle du profil de l'entrepreneur dans le succès de la PME Algérienne* ». En particulier, nous avons cherché à déterminer le rôle du profil de l'entrepreneur dans le succès de son entreprise. Tout d'abord nous avons parlé du concept du succès. Puis, nous avons identifié et caractérisé l'entrepreneur privé de 22 wilayas d'Algérie répartie en trois régions d'Algérie : Centre, Est et Ouest à partir des résultats d'une enquête réalisée auprès d'un échantillon de 120 entrepreneurs privés. Plus précisément, nous avons interrogé le profil personnel de l'entrepreneur, ses origines sociales, ses expériences professionnelles, ses motivations, ses compétences etc.

Pour ce faire, nous avons élaboré un éclairage théorique sur le concept de l'entrepreneuriat, et celui de l'entrepreneur. L'entrepreneuriat est un phénomène qui s'articule autour d'un entrepreneur qui est un individu doté des caractéristiques spécifiques à lui, ayant des raisons qui lui motive à entreprendre.

En ce qui concerne les caractéristiques individuelles de l'entrepreneur (son profil), nous comprenons maintenant combien certains facteurs, comme le sexe et l'âge, le niveau d'instruction, les expériences antérieures, la formation et l'entourage de l'entrepreneur peuvent avoir une influence sur le succès de l'entreprise :

- Les entrepreneurs de notre enquête sont en majorité des hommes, ayant un âge mûr de plus de 41 ans. Dans la plupart des cas, leur statut d'avants était de salarié(e)/fonctionnaire.
- D'une manière générale, la plupart des entreprises de notre échantillon ont été créés à partir entre 2008 et 2015. Elles sont majoritairement des micros entreprises. De plus nous avons constaté que la plupart des entrepreneurs investie essentiellement dans les secteurs dans lesquels possèdent de savoir faire et d'expériences antérieurs. Il ressort

Conclusion Générale de la recherche

également de notre étude que le niveau d'étude des entrepreneurs est élevé pour la majorité. Ils ont effectué des études universitaires ou une formation professionnelle.

- Il est à noter que le cadre familial dans lequel l'entrepreneur a été élevé forme un milieu qui semble constituer un élément important. En effet, la majorité des entrepreneurs ont affirmé d'avoir un entourage entrepreneuriale. Ce qui confirme que la plupart des entrepreneurs privés proviennent d'une famille où les parents ou autre personne proches sont des entrepreneurs.

Les motivations de l'entrepreneur ont un effet significatif et positif sur le succès entrepreneurial. Nous en concluons qu'il ya une relation entre la motivation et le succès de l'entreprise.

Enfin, les résultats montrent que les compétences de l'entrepreneur ont un lien avec succès de l'entreprise.

Synthèse des résultats :

A travers notre échantillon d'entrepreneurs algériens, nous avons essayé de savoir si leur profils à un impact sur le succès de l'entreprise. Pour répondre à notre question principale à savoir : « ***Quel est le rôle du profil de l'entrepreneur dans le succès de la PME Algérienne ?*** », nous avons formulé trois hypothèses.

D'après notre enquête, nous constatons que le succès de la PME opérant dans 22 wilayas d'Algérie, dépendent la personnalité (Profil) de l'entrepreneur, sa motivation et aussi sa compétence.

En analysant un échantillon de 120 PME issues de différents secteurs, nous avons pu vérifier empiriquement les hypothèses formulées au préalable :

- Selon les résultats obtenus dans notre recherche, la première hypothèse H1 stipulant que le succès de la petite et moyenne entreprise est lié aux caractéristiques individuelles (profil) de l'entrepreneur, est confirmée.
- La deuxième hypothèse H2 qui considère que le succès d'une PME peut être soutenu par des motivations profondes de son dirigeant, est confirmée.
- L'hypothèse H3 qui considérée que la compétence est considérée comme un facteur de succès pour l'entreprise, est confirmée

Conclusion Générale de la recherche

Cependant, nous devons faire quelques précisions quant aux résultats. Nous développons dans le tableau suivant les variables les plus représentatives du lien entre profil de l'entrepreneur et le succès de son entreprise.

Tableau n°50 : Tableau récapitulatif des variables de succès entrepreneurial

Hypothèse	Groupes de variables	Variables les plus représentatives
H1 Lien entre les caractéristiques individuelles et succès	<ul style="list-style-type: none"> - Sexe - Age - Niveau d'instruction - L'expérience antécédente dans le secteur - Formation - Entourage 	<ul style="list-style-type: none"> - Sexe (Homme) - Age (plus de 41ans) - Niveau d'instruction (études universitaires) - Expérience antécédente dans le secteur - Formations effectués - Entourage (amis et, parents entrepreneurs)
H2 Lien entre motivations de l'entrepreneur et succès	<ul style="list-style-type: none"> - Relever des défis - Situation financière intéressante - Prise de risques - Etre relationnel - Autonomie - Réaliser un rêve - Sens de responsabilité - Créativité 	<ul style="list-style-type: none"> - Relever des défis - Situation financière intéressante - Etre relationnel

Conclusion Générale de la recherche

H3 Lien entre compétences de l'entrepreneur et succès	<ul style="list-style-type: none">- Capacité à me projeter dans l'avenir- Compétences personnelles- Je motive facilement les autres à travailler avec moi- Compétence relationnelle- Identifier des opportunités- La recherche du pouvoir- L'exploitation du savoir-faire	<ul style="list-style-type: none">- Je motive facilement les autres à travailler avec moi- Compétence relationnelle- L'exploitation du savoir-faire
--	---	---

Ces facteurs expliquent le mieux, le succès entrepreneurial des entrepreneurs interrogés.

Bibliographie

Bibliographie

1) Ouvrages :

ABRIC. J-C, (1987), « Coopération, compétition et représentations sociales », Cousset, Delval.

AUDRETSCH, D-B and THURIK. A-R, (2001), « What is new about the new economy: sources of growth in the managed and entrepreneurial economies », *Industrial and Corporate Change*, 10 (1): 267–315.

BARREYRE. P-Y, (1975), « La stratégie d'innovation dans les moyennes et petites industries », Éditions Hommes et Techniques, Paris.

BOUTILIER. S et UZUNIDIS. D, (1995), « L'Entrepreneur : une analyse socio-économique », Edition Economica, Paris.

BOUTILIER. S et UZUNIDIS. D, (2006), « L'aventure des entrepreneurs », Edition studyrama.

BRESSY .G et KONKUYT.C. (2000). « Economie d'entreprise ». Paris, Dalloz, p 78.

CAPRON. H, (2009), « Entrepreneuriat et création d'entreprise : Facteurs déterminants de l'esprit d'entreprendre, de Boeck, Paris.

CASSON. M, (1991), « L'Entrepreneur, Collection Gestion », Ed. Economica.

DRUCKER. P-F, (1985), « The Practice of Innovation », *Innovation and Entrepreneurship Practice and Principles*, Harper & Row, New York, pp. 19-33.

ESTAY.C et MRDJIM, (2001), « Créer et développer une entreprise artisanale », Dunod, Paris.

FAYOLLE. A, (2004), « Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre », Edition DUNOD, Paris.

FAYOLLE. A, (2005), « Introduction à l'entrepreneuriat », Edition Dunod, France, p21.

FAYOLLE. A, et FILION. L-J, (2006), « Devenir entrepreneur : des enjeux aux outils », Editions Print book, p56.

FERRIER. O, (2002), « Les très petites entreprises », De Boeck, 1ère édition, Bruxelles.

FILION.J-L, (1997). « Le métier d'entrepreneur ». (É. d. commerciales, Éd.)

FILION.L-J, (1991). « Vision et relations : clefs du succès de l'entrepreneur » (éd. les éditions de l'entrepreneur). Montréal.

GUSTAVE. E et MAFUKU. K, (2008), « Facteurs de transition : de la micro-entreprise à l'entreprise capitaliste moderne en république démocratique du Congo », Edition Print book, p33.

Bibliographie

- HERNANDEZ. E-M, (2001).** « L'entrepreneuriat : approche théorique » (éd. l'Harmattan). France, Paris.
- HERNANDEZ. E-M, (1999).** « Le processus entrepreneuriale : vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat » (éd. L'Harmattan).
- HISRICH R-D et O' CINNEIDE. B, (1986),** « Entrepreneurial activities in Europe-oriented institutions », Journal of Managérial Psychology, 11(2), 45-64.
- HUTIN. H (2003),** « Toute la finance d'entreprise en pratique », Edition d'organisation, P136
- JANSSEN. F, (2009).** « Entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat ». Print book, Paris.
- JARNIOU. C et BOUTILLER. S et FAYOLLE. A, (2008),** sous la direction de Godfroy Kizaba, « Entrepreneuriat et accompagnent : outils, action et paradigmes, nouveaux », Edition Harmattan, Paris.
- JULIEN. P-A et MOREL, B, (1986),** « La Belle Entreprise », Edition Boreal, p.13.
- JULIEN. P-A. et MARCHESNAY M. (1988),** « La petite entreprise, principes d'économie et de gestion » Paris Vuibert, coll. Gestion.
- JULIEN. P-A, et MARCHESNAY M, (1996),** « L'entrepreneuriat », Edition Economica, Paris, p8.
- JULIEN. P-A, (1997),** « Les PME, bilan et perspectives », GREPME, 2ème Edition, Economica.
- KIRZNER. I-M, (1973),** « Competition and entrepreneurship », Chicago, University of Chicago Press;
- KONKUYT. C-B, (2000),** « Économie ». Dalloz.
- LECERF. M, (2006),** « PME face à la mondialisation », Edition l'Harmattan, Paris.
- LEVRATTO. N, (2009),** « Les PME : Définition, rôle économique et politiques publiques », Edition DE Boeck, Bruxelles.
- MAN et al. (2002),** « the competitiveness of Small and Medium Enterprises- A conceptualization with focus on entrepreneurial competences », Journal of Business Venturing, Vol 17, p 123-142
- MARCHESNAY. M et JULIEN. P-A, (1986),** « La Belle Entreprise ». Boreal.
- MARCHESNAY. M et JULIEN. P-A, (1988),** « La petite entreprise ». Paris,: Vuibert gestion,.
- MARCHESNAY. M et JULIEN. P-A, (1996),** « L'Entrepreneuriat » (éd. Economica). Paris.
- MARCHESNAY. M et FOURCADE.C (1997),** « Gestion de la PME/PMI », Edition Nathan, paris, France.

Bibliographie

- MCCLELLAND, D. C. (1961).** « The achieving society ». Princeton, NJ: Van Nostrand
- MESSEGHEM. K et TORRES. O, (2015),** « Les grands auteurs en entrepreneuriat et PME», Edition EMS.
- NATIONS. U, (2010),** « Promouvoir L'entrepreneuriat Dans La Région De La CEE: La Réduction Des Obstacles Au Développement Des Entreprises Dans Les Pays De La Région ». Editions Print book.
- PATUREL. R, (2013),** « Projets et entrepreneuriat au sein des pays émergents » (éd. L'Harmattan).
- SAMMUT.S, (1998),** « Jeune entreprise. La phase cruciale du démarrage », L'Harmattan, Paris.
- THIETART. R-A et al. (2014).** « Méthode de recherche en mangement ». 4^e édition Paris: DUNOD.
- THIETART. R-A, (1999),** « Méthode de Recherche en Management », 2^e Edition, Paris Dunod, p226.
- TOUNES. A, (2007),** « L'intention entrepreneuriale, théorie et modèles », Edition Sanabil Med Sa, Paris, p70.
- UNITED NATIONS. (2010),** « Promouvoir L'entrepreneuriat Dans La Région De La CEE: La Réduction Des Obstacles Au Développement Des Entreprises Dans Les Pays De La Région », Editions Print book, p1.
- VERSTRAETE. T, (2000),** « Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat », Editions EMS.
- VERNA. G, (1994),** « Croissance ou survie ? Quelle sera l'attitude la plus probable pour une petite entreprise légale du tiers-monde ? », Gestion 2000.
- WTTTERWULGHE. R, (1998),** « La PME une entreprise humaine », (Vol. Paris - Bruxelles). (De Boeck Supérieur, Éd.)

2) Revues :

- ALMUS. M et NERLINGER. E-A, (1999),** «Growth of new technology-based firms: which factors matter? », Small Business Economics, 13, 141-154.
- BAYAD. M, (2008),** « Métier d'entrepreneur : Etude exploratoire pour identifier et évaluer les compétences », p5.
- BENBAYER. H et TRARI. M, (2009),** « Le développement des sources de financement des PME en Algérie : émergence de la finance islamique », UNIVERSITE D'ORAN.

Bibliographie

- BENREDJEM. R, (2010)**, « L'intention entrepreneuriale: l'influence des facteurs liés à l'individu et au milieu », version 1, 22 Octobre.
- BLOODGOOD. J, SAPIENZA. H-J et ALMEDIA. J-G, (1996)**, « The internationalization of new highpotential U.S. Ventures: antecedents and outcomes » ; Entrepreneurship Theory and Practice; Vol.20; pp. 61-76
- BOSWELL. J, (1973)**, « The Rise and Decline of Small Firms », Londres, George Allen & Unwin.
- BOUTILLIER. S et UZUNIDIS. D, (2011)**, « De l'incertitude du marche au risque des affaires : la fonction de l'entrepreneur », La Revue Research Network On Innovation, Réseau de Recherche sur l'innovation, N°22, p20.
- BOWEN. D-D et HISRICH. D, (1986)**, « The Female Entrepreneur: A Career Development Perspective », Academy of Management Review, II, 393-407.
- BRUSH. C, (1992)**, « Research on women business owners: past trends, a new perspective and future directions », Entrepreneurship Theory and Practice, no 16 (4), p. 5-30.
- BRUYAT. C, (2001)**, « Créer ou ne pas créer : une modélisation du processus d'engagement dans un projet de création d'entreprise », revue de l'entrepreneuriat, Volume 1, N° 1, p11.
- BULL, I et WILLARD. G-E, (1993)**. « Towards a theory of entrepreneurship ». Journal of business venturing, 8(3), 183-195.
- CACHON. J-C, (1992)**, « Entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi ? ». Revue du Nouvel Ontario, n° 13, 13-56.
- CHANDLER. G-N et JANSEN. E, (1992)**, « The founder's self-assessed competence and venture performance », Journal of Venturing Performance, Vol7, Pp. 223-236.
- CHELIL. A et AYAD. S-M, (2009)**, « PME en Algérie : réalité et perspectives », Revue d'économie et de management sur : les PME maghrébines : facteurs d'intégration régionale, n°9, octobre.
- COOPER. A-C, FOLTA. T, GIMENO-GASCON. F-J et WOO. C-Y, (1992)**, « Entrepreneurs, process of founding, and new firm performance », in D. Sexton et J. Kassandra (éd.), The State of the Art in Entrepreneurship, Boston (MA), PWS Kent Publishing Co.
- COOPER. A-C, GIMENO-GACSON. C-Y et WOO. F-J, (1994)**, « Initial Human and Financial Capital as Predictors of New Venture Performance », Journal of Business Venturing, no 9, p. 371-395.
- DAVIDSSON. P, (1991)**, « Continued entrepreneurship: ability, need and opportunity as determinants of small firm growth », Journal of Business Venturing, no 6, p. 405-429.

Bibliographie

Davidsson, P. (1991), « Continued entrepreneurship: ability, need and opportunity as determinants of small firm growth », *Journal of Business Venturing*, no 6, p. 405-429.

EMIN. S, (2004), « Les facteurs déterminants la création d'entreprise par les chercheurs public : application des modèles d'intention », *Revue de l'entrepreneuriat*, vol3, n°1.

GABOUSSA. A., SI LEKHAL. K. Korichi. Y, (2013), « Les PME en Algérie : Etat des lieux, contraintes et perspectives » (Vol. 4). *Revue de la performance des institutions algériennes*.

GARTNER. W-B, (1988), « Who is an entrepreneur ?'Is the wrong question », *American Journal of Small Business*, vol. 12, n° 4, Spring, p. 11-32.

GARTNER. W-B, (1990), « What are we talking about when we talk about Entrepreneurship », *Journal of Business Venturing*, N°5, pp 15-28;

GASSE. Y, (2003), « L'influence du milieu dans la création d'entreprise ». *organisations et territoires*.

GETZ. D et PETERSEN. T, (2005), « Growth and profit-oriented entrepreneurship among family business owners in the tourism and hospitality industry », *International Journal of Hospitality Management*, vol. 24, p. 219-242.

GREENBERGER. D-B et SEXTON. D-L, (1988), « An Interactive Model of New Venture Creation », *Journal of Small Business Management*, Vol 26, N°3, pp 1-7;

GUNDRY. L.-K. et WELSCH. H.-P. (2001), « The ambitious entrepreneur: High growth strategies of women-owned enterprises », *Journal of Business Venturing*, vol. 16, p. 453-470.

GUYOT. J-L et VAN ROMPAEY. B, (2002), « Entrepreneuriat et création d'entreprise », *Revue de la littérature et état de la recherche*, N° 0201.

HERNANDEZ. E-M, (2008), « L'entrepreneuriat comme processus d'émergence organisationnelle », *Revue française gestion*, N°185.

HERRON. L et ROBINSON. R-B-J, (1993), « A structural model of the effects of entrepreneurial characteristics on venture performance », *Journal of Business Venturing*, Vol.8, N°3, pp. 281- 294.

JULIEN. P-A et MARCHESNAY,M. (1988), « La petite entreprise », *Vuibert gestion*, P 33.

KOTEY. B, et MEREDITH., G-G, (1997), « Relationships among owner/manager personal values, business strategies, and enterprise performance », *Journal of Small Business Management*, vol. 35, no2, p. 37-61.

KURATKO. D-F, (2005), « Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges», *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 29, N° 5, p577-598.

LAMIRI. A, (1999), « Crise de l'économie Algérienne ». *les presses d'Alger* , 256.

Bibliographie

- LEGHIMA. A et MEGUELTI. S, (2006),** « Le profil de l'entrepreneur comme facteur de succès des entreprises nouvellement créées, Colloque International : « Création d'entreprises et territoires » Tamanrasset : 03 et 04 Décembre 2006.
- LOW, M-B. et McMILLAN, I-C, (1988),** « Entrepreneurship: past research and future challenges ». *Journal of Management*, 14/2, 139-161.
- MARCHENEY.M, (1992),** « La PME, une gestion spécifique ? » *Revue des problèmes économiques* n° 2276.
- MCCLELLAND. D, (1965),** « Need of achievement and entrepreneurship; a longitudinal study ». *Journal of Personality and Social Psychology*.
- MARCHESNAY. M, (2002),** « Pour une approche entrepreneuriale de la dynamique Ressources Compétences ». *Essai de praxéologie. Papier de recherche*.
- MCCLELLAND.D,(1961),** «The achieving society », Princeton, Nj Van Nostrand Reinhold.
- MERZOUK. F, (2009),** « PME et compétitivité en Algérie », in revue *Economie et Management*, N° 09, Oct, Tlemcen.
- MORRIS. M-H, MIHASAKI. N-N, WATTERS. C-E et COOMBES. S-M, (2006),** « The dilemma of growth: understanding venture size choices of women entrepreneurs », *Journal of Small Business Management*, vol. 44, no2, p. 221-244.
- MURPHY. G-B, TRAILER. J-W, et HILL. R-C, (1996),** « Measuring performance in entrepreneurship research ». *Journal of Business Research*, 36(1), 15-23.
- PAPADAKI. E, et Chami. B, (2002),** « Facteurs déterminants de la croissance des micro entreprises au canada ». la Direction Générale de la politique de la petite entreprise industrie canada.
- PFEFFER. J et SALANCIK. G-R, (1978),** « The external control of organizations: a resource dependence perspective », New York: Harper & Row.
- REVUE ALGERIE ENTREPRISE (2001),** « PME/PMI quel avenir ? » N°1 Nov/Déc.
- REYNAUD. J-D, (1988),** « Les régulations dans les organisations: régulation de contrôle et régulation autonome ». *Revue française de sociologie*, 5-18.
- RIDING. A et SWIFT. C (1990),** « Women business owners and terms of credit: some empirical findings of the Canadian experience », *Journal of Business Venturing*, no 2(1), p. 5-28.
- SEXTON. E-A. et ROBINSON. P-B, (1989),** « The economic and demographic determinants of self- 52 employment », in R.H. Brockhaus et coll., (éd.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College, p. 28-42.

Bibliographie

SHAVER. K et SCOTT. L, (1991), « Person, Process and Choice: The psychology of New Venture Creation », Entrepreneurship Theory and Practice, Vol 16, N°2, pp 23-46;

STEVENSON. H et JARILLO. J-C. (1990), « A Paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management», Strategic Management Journal, Vol. 11, Issue 4, p. 17-27, Summer.

ST-PIERRE. J, (2003), « Relations entre l'exportation, le développement organisationnel et la situation financière des PME», Revue internationale PME, 16(2), 61-82.

TAIBI. B-G et AMARI. S-S, (2009), « Les PME algériennes dans l'ère de la mondialisation : étude de cas des PME de la région oranaise ». les cahiers du CREAD .

TRARI. H-B, (2009), « Développement des sources de financement des PME en Algérie ». revue économie & management.

VERSTRAETE. T, (2003), « Proposition d'un cadre théorique pour la recherche en entrepreneuriat ». l'ADREG.

VERSTRAETE. T et FAYOLE. A, (2005). « Paradigmes et Entrepreneuriat», Revue de l'entrepreneuriat, vol 4, n°1, p37.

VERSTRAETE. B et SAPORTA. T, (2006), « Création d'entreprise et Entrepreneuriat ». l'ADREG.

WALKER. E et BROWN. A, (2004), « What success factors are important to small business owners? », International Small Business Journal, vol. 22, no6, p. 577-594.

WIKLUND. J, (1999), « The sustainability of the entrepreneurial orientation-performance relationship, Entrepreneurship: Theory & Practice».

WIKLUND. J, (1999), «The sustainability of the entrepreneurial orientation-performance relationship», Entrepreneurship Theory & Practice, p 37-41.

WITT, (2004), « Entrepreneurs' networks and the success of start-ups », Entrepreneurship & Regional Development, Vol 22.

3) Colloques et Séminaires :

AOUNI. Z, et SURLEMONT. B, (2007), « Le processus d'acquisition des compétences entrepreneuriales : une approche cognitive », Ve Congrès international de l'Académie de l'entrepreneuriat, Sherbrooke, Canada.

ASSALA. K, (2006), « PME en Algérie : de la création à la mondialisation ». colloque international sur « l'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales » . Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse le 25, 26 et 27 Octobre.

Bibliographie

BACCARI. E, (2006). « Les motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs tunisiens », 8^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Suisse.

BAYAD.M, BOUGHATTAS.Y et SCHMITT.C, (Octobre 2006), « Le métier de l'entrepreneur : le processus d'acquisition de compétences ». 8eme congrès international en Entrepreneuriat et PME . Suisse.

BELOUARD. A-N et SEDER. S, (2009), « Structure du capital et de la performance des PME algériennes », colloque international : PME maghrébine : un facteur d'intégration régionale, 27-28 Mai, Tlemcen.

BOUTALEB. K, (2006, Décembre). « La problématique de la création d'entreprises face aux contraintes socioéconomiques de l'environnement local en Algérie », communication au Colloque International sur la création d'entreprises et territoires, Tamanrasset.

BOUZAR. C, « Les contraintes de la création d'entreprises privées en Algérie : cas du financement » Colloque international, « création d'entreprises et territoires » Organisé par le CREAD et le CREUSET (Université Jean Monnet de Saint-Etienne) Tamanrasset (Algérie) les 02 et 03 décembre.

DAOUD. S, (2006), « Développement de la petite et moyenne entreprise en Algérie : politiques et blocages», communication dans le colloque international «Mondialisation, institutions et systèmes productifs au Maghreb» 22 et 23 juin 2006, Hammamet, Tunisie.

MELBOUCI. L, (2004), « L'essor des PME algériennes par la théorie des ressources », 7ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME –CIFEPME.

MELBOUCI. L, (2006), « De l'économie administrée à l'économie de marché : quelles stratégies pour l'entrepreneur algérien face à la concurrence mondiale ? » communication au 8ème congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, Fribourg.

NAIT MERZOUG M-L, (2006), «Financement de la petite et moyenne entreprise en Algérie», Colloque international : Les PME dans les pays arabe, 17 et 18 avril, université Hassiba Ben Bouali, Chlef.

PAPADAKI. E, PATENAUD. J, ROBERGE. H et TOMPA. E, (2000), « Analyse longitudinale des jeunes entrepreneurs au Canada », 21e conférence annuelle du CCPME.

TOUNES. A, (2007), Séminaire « Entrepreneuriat », Ecole Supérieure de commerce, Alger.

ZIAR. N, (2002), « Le développment de la petite et moyenne entreprise en Algérie, Acte du 1^{er} séminaire national, université de AMMAR Tlidji, LAGHOUAT.

Bibliographie

4) Thèses et Mémoires :

AKNINE. R, SOUIDI. R, (2006), « Le profil des créateurs d'entreprises en Kabylie : le poids de la famille et l'incidence du chômage dans la création d'entreprises, Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou.

BERREZIGA. A, (2011), « La culture entrepreneuriale chez les entrepreneurs algériens », Université Kasdi Merbah Ouargla.

BOUIRA. N, (2013), « Développement et perspectives des PME algériennes », Mémoire de Magistère, Université d'Oran.

BOUZAR. C, (2012), « les PME/PMI en Algérie : Contraintes, soutien étatique et impact sur l'emploi », Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou.

BOUZADI. D-S, (2008), « développement des petites et moyennes entreprises et leur intégration aux échanges extérieurs : cas de l'Algérie », thèse de doctorat, université d'Oran.

CHELIL. A, (2008), « PME en Algérie : réalités et perspectives », Mémoire de Magistère, Université de Tlemcen.

CHERRARA. W, (2013), « Les stratégies de la PME : Le cas Algérien », Mémoire de Magistère, Université d'Oran.

EL-GHAZI. H, (2011), « Type de manager et pratiques entrepreneuriales en Algérie », Thèse de Magistère, Université de Tlemcen.

GERAUDEL. M, (2008), « Réseau personnel du dirigeant de PME et accès aux ressources », Thèse de Doctorat, Université de Savoie.

HENNI. M, (2012) « Les entrepreneurs de TPE dans la wilaya d'Oran », Mémoire de Magistère, Université d'Oran.

LACHACHI. W, (2000-2001), « caractéristiques et performances du manager/entrepreneur (cas du manager/entrepreneur privé Algérien) », thèse de magistère.

MOREAU. R, (2004), « L'émergence organisationnelle : Le cas des Entreprises de Nouvelle Technologie », Thèse de doctorat en sociologie, Université de Nantes.

MOUSSAOUI. Y, (2011) « Les entreprises algériennes : quels est le profil de l'entrepreneur algérien ? », Mémoire de Magistère, Université d'Oran.

PADOU. E, (1992), « Diagnostic de la PME de service et identification des facteurs susceptibles d'influer sur sa réussite », Université du Québec.

Bibliographie

5) Bulletins d'information :

- Ministère de l'industrie et des mines, bulletins d'information statistique de PME n°16, 2014.
- Ministère de l'industrie et des mines, bulletins d'information statistique de PME n°18, 2015.
- Ministère de l'industrie et des mines, bulletins d'information statistique de PME n°20, 2016.
- Ministère de l'industrie et des mines, bulletins d'information statistique de PME n°21, 2017.
- Ministère de l'industrie et des mines, bulletins d'information statistique de PME n°23, S1/2018.
- Bulletins d'information statistique de la direction de la PME de la wilaya d'Oran (DPMEA).

6) Site électronique :

- <http://www.industrie.gov.dz/>
- <http://fr.slideshare.net/charfimacc/chapitre2-les-formes-entrepreneuriales>
- https://www.researchgate.net/publication/46521061_La_PME_une_gestion_specifique
- <https://ansej.dz/index.php/fr/nos-statistiques>

8) Autres sources:

- **AREZKI ISLI. M, (2005)**, « La création d'entreprises en Algérie », les cahiers du CREAD n°73.
- **CHERTOK. G, MALLERA. P et POULLETTY. P, (2009)**. « le financement des PME », rapport, Documentation française, Paris.
- **EVANGELIA. P et BUSSIMA. C, (2002)**, « Facteurs déterminants de la croissance des micro-entreprises au canada rapport édité par la Direction Générale de la politique de la petite entreprise industrie » canada.
- **GILLET .A, (2003)**, « Les entrepreneurs algériens de petites et moyennes entreprises, un groupe hétérogène entre logiques domestiques et logique économique capitaliste », document du travail 16, Griot, Cnam.
- « **Guide de l'investisseur** », (2009) direction générale des impôts, Ministère de Finance, Algérie, p7
- **Gharbi. S, (2011)**, « Les PME/PMI en Algérie : état des lieux », Cahier du LAB.RII- Documents de travail- N°238, Mars.
- **Hamed. Y, (2003)**, « Le financement de la micro entreprise au Maghreb, cas de 429 micro entrepreneurs algériens », Cahier du Gratis n°22, université Paris XII.
- **Lamiri. A, (1999)**, « Crise de l'économie Algérienne », les presses d'Alger, p256.

Bibliographie

- **Lorrain. J, (1995)**, « Le profil psychologique des entrepreneurs à succès: analyse critique de la documentation scientifique », Rapport inédit, Fondation de l'Entrepreneurship du Cœur du Québec, p8.
- **OCDE (2002)**, « Perspectives de l'OCDE sur les PME », Paris.
- **SHAPERO. A, (1975)**, « The displaced uncomfortable entrepreneur », Psychology Today, p. 83-88 ET p.133.

La liste des ANNEXES disponibles

La liste des ANNEXES disponibles

	Page
<u>ANNEXE N°1</u> : Liste des Abréviations	158
<u>ANNEXE N°2</u> : Questionnaire	160
<u>ANNEXE N°3</u> : La procédure d'analyse par SPSS	165

Tables des Matières

Tables des Matières

Introduction Générale	8
------------------------------------	---

PARTIE THEORIQUE

Chapitre I : La Petite et Moyenne Entreprise

Introduction Chapitre I	17
<u>Section 1</u> : Généralités sur les PME	18
I. Définition de la Petite et Moyenne Entreprise	18
I.1. Approches quantitatives	19
I.2. Approches qualitatives	19
II. Les caractéristiques générales des PME	21
III. Cadre juridique des PME	22
IV. Avantages et Inconvénients des PME	23
IV.1. Les atouts des P.M.E	23
IV.2. Limites et insuffisances des P.M.E.....	23
<u>Section 2</u> : La PME Algérienne.....	25
I. Genèse et développement des PME Algériennes	25
I.1 L'entrepreneur de l'Algérie indépendante	25
I.2 L'entrepreneur de l'Algérie en transition vers l'économie de marché	27
II. Les caractéristiques générales des PME Algériennes	28
III. Le financement des PME Algériennes	28
III.1. Les besoins de financement des PME en Algérie	29
III.2 Les principales sources de financements	30
IV. Les Contraintes de création d'entreprises en Algérie	32
V. Cadre des PME en Algérie.....	34
V.1. Classification des PME en Algérie par statut juridique	34
V.2. Répartition des PME par secteur d'activité	36
V.3. Répartition des PME privées selon la région	37
V.4. Evolution de l'emploi par type de PME	39
Conclusion Chapitre I.....	41

Tables des Matières

Chapitre II : L'Entrepreneuriat et L'Entrepreneur

Introduction Chapitre II	43
Section 1 : Entrepreneuriat.....	44
I. Définition de l'entrepreneuriat	44
II. Approches de l'entrepreneuriat	46
II.1. Approche descriptive (Approche par les traits)	46
II.2. Approche comportementale (Approche par les faits)	47
III. Importance de l'entrepreneuriat	47
□ Création d'emploi	47
□ Croissance économique	48
□ Renouvellement du parc d'entreprises.....	48
□ Innovation.....	48
IV. Les paradigmes de l'entrepreneuriat	48
IV.1. Le paradigme de l'opportunité d'affaire	48
IV.2. Le paradigme de la création d'une organisation	48
IV.3. Le paradigme de la création de valeur	48
IV.4. Le paradigme de l'innovation	49
V. Les situations de l'entrepreneuriat	49
V.1. La création d'une nouvelle entreprise ou ex-nihilo (à partir de rien)	49
V.2. La création par essaimage	50
V.3. La création par franchise	50
V.4. L'Intrapreneuriat	51
V.5. La reprise d'entreprise (Repreneuriat)	51
Section 2 : Entrepreneur.....	53
I. Définition de l'entrepreneur	53
II. Les Caractéristiques de l'entrepreneur	55
II.1. L'entrepreneur comme initiateur	55
II.2. Un besoin d'accomplissement	55
II.3. Entrepreneur innovateur	55
II.4. Un preneur de risque	56
III. Les qualités d'un entrepreneur	56
IV. Typologie d'entrepreneur	57
IV.1. Selon les conditions de la création : l'artisan et l'opportuniste	57

Tables des Matières

IV.2. Selon le profil du dirigeant : le technicien et le manager	58
IV.3. Selon les conditions de l'innovation : du « prospecteur » au « réacteur »	58
IV.4. Selon la logique d'action : le PIC et le CAP.....	58
L'entrepreneur PIC (Pérennité, Indépendance, Croissance)	59
L'entrepreneur CAP (Croissance, Autonomie, Pérennité)	59
Conclusion chapitre II	61

Chapitre III : Le Succès Entrepreneurial

Introduction Chapitre III.....	63
<u>Section 1 :</u> Le concept de succès	64
I. Les notions de succès	64
II. Les indicateurs de mesures du concept de succès	64
II.1. Le profit	65
II.2. La croissance	66
II.3. La pérennité	66
<u>Section 2 :</u> Les Facteurs Clés Du Succès	68
I. Les Caractéristiques Individuelles	68
Sexe et âge	68
Niveau d'instruction	69
L'expérience antécédente	69
Formation	70
Entourage	70
II. Motivations de l'entrepreneur	70
III. Compétences de l'entrepreneur	71
Conclusion Chapitre III	74

PARTIE EMPIRIQUE

Chapitre IV : Le Protocole de L'Enquête

Introduction Chapitre IV.....	77
<u>Section 1 :</u> Objectifs et méthodologie de l'enquête	78
I. Objectifs principaux de l'enquête	78
II. Méthodologie de recherche	78
<u>Section 2 :</u> L'élaboration et l'administration du questionnaire.....	80
I. L'élaboration du questionnaire	80
I.1 L'idée du questionnaire	80

Tables des Matières

I.2. Le plan du questionnaire	80
I.3. Les difficultés rencontrées	83
II. L'administration du questionnaire	84
<u>Section 3 :</u> La détermination de l'échantillon	85
I. Définition de la population	85
II. Choix de l'échantillon	85
Conclusion Chapitre IV	91
Chapitre V : Le traitement empirique et l'analyse des résultats	
Introduction chapitre V	93
<u>Section 1 :</u> L'analyse des données	94
I. Identification des répondants enquêtés	95
I.1 Sexe et Age des répondants	95
I.2 Situation familiale des répondants	97
I.3 Niveau d'instruction et diplôme acquis	98
I.4 Profession du père des répondants	99
I.5 Statut des répondants avant la création de son entreprise	100
I.6 Expérience précédente	101
II. Identification de l'entreprise	102
II.1 Caractéristiques générale de l'entreprise	102
II.2 Année de création de l'entreprise	103
III. Présentation des résultats du questionnaire	103
III.1 L'idée de création de l'entreprise	103
III.2 Choix du secteur d'activité	105
III.3 Formation	105
III.4 Entourage de l'entrepreneur	106
III.5 Objectifs de création de l'entreprise	107
III.6 Motivations des entrepreneurs	108
III.7 Compétences des entrepreneurs	109
III.8. Le succès de l'entreprise	109
IV. Vérification des hypothèses	111
IV.1. Rappel des hypothèses	111

Tables des Matières

Section 2: Les Résultats	113
I. Analyse de l'hypothèse H1	113
II. Analyse de l'hypothèse H2	122
III. Analyse de l'hypothèse H3	126
Conclusion chapitre III	132
Conclusion Générale	133
Bibliographie	137
La liste des ANNEXES disponibles	148
Tables des Matières	149
Index des Tableaux	154
Index des Schémas	156
Annexes	157

Index des Tableaux

Index des Tableaux

- Tableau n°01** : Classification des PME en Algérie adoptée depuis 2001.
- Tableau n°02** : Les contraintes rencontrées par les entreprises Algérienne.
- Tableau n°03** : Evolution PME privées par rapport à l'ensemble des entreprises algériennes par statut juridique entre 2014-S1/2018.
- Tableau n°04** : Répartition des PME par secteur d'activité (S1/2018).
- Tableau n°05** : Concentration des PME privées (personnes morales) par région (S1/2018).
- Tableau n°06** : Emplois générés par les PME durant la période S1/2017-S/2018.
- Tableau n°07** : Récapitulatif des fondements du concept d'entrepreneuriat.
- Tableau n°08** : Récapitulatif des différentes formes de l'entrepreneuriat.
- Tableau n°09** : Récapitulatif des différentes définitions de l'entrepreneur.
- Tableau n°10** : Synthèse des caractéristiques et qualités d'entrepreneur.
- Tableau n°11** : Typologie d'entrepreneur.
- Tableau n°12** : Importance des profits dans les théories fondamentales de l'entrepreneur.
- Tableau n°13** : Les compétences entrepreneuriales.
- Tableau n°14** : Récapitulatif du nombre d'entreprises lors des deux envois.
- Tableau n°15** : La répartition des entrepreneurs interrogés selon les wilayas de l'Algérie.
- Tableau n°16** : Répartition des entrepreneurs interrogés selon la région.
- Tableau n°17** : Sexe des répondants.
- Tableau n°18** : Age des répondants.
- Tableau n°19** : Situation familiale des répondants.
- Tableau n°20** : Niveau d'instruction des répondants.
- Tableau n°21** : Profession du père des répondants.
- Tableau n°22** : Statut avant la création de votre entreprise.
- Tableau n°23** : Expérience professionnelle précédente.
- Tableau n°24** : Caractéristiques générales de l'entreprise.
- Tableau n°25** : Année de création de l'entreprise.
- Tableau n°26** : L'idée de création de votre entreprise.
- Tableau n°27** : le choix du secteur d'activité.
- Tableau n°28** : Formation dédiée aux créateurs d'entreprise.
- Tableau n°29** : Les entrepreneurs dans votre entourage.
- Tableau n°30** : Qui sont-ils ?

Index des Tableaux

Tableau n°31 : Répartition selon les objectifs visé de l'entreprise.

Tableau n°32 : Motivations des entrepreneurs.

Tableau n°33 : Compétences des entrepreneurs.

Tableau n°34 : L'évolution du succès de l'entreprise.

Tableau n°35 : Les hypothèses de recherche.

Tableau n°36 : Tableau croisé entre les caractéristiques individuelles et chiffres d'affaires.

Tableau n°37 : Tableau croisé entre les caractéristiques individuelles et nombre salariés.

Tableau n°38 : Tableau croisé entre les caractéristiques individuelles et la part de marché.

Tableau n°39 : Tableau croisé entre les caractéristiques individuelles et le bénéfice.

Tableau n°40 : Tableau croisé entre la variable motivation et chiffre d'affaire.

Tableau n°41 : Tableau croisé entre la motivation et le nombre de salariés.

Tableau n°42 : Tableau croisé entre la motivation et la part de marché.

Tableau n°43 : Tableau croisé entre la motivation et bénéfice.

Tableau n°44 : Tableau croisé entre la compétence et chiffre d'affaire.

Tableau n°45 : Tableau croisé entre la compétence et le nombre de salariés.

Tableau n°46 : Tableau croisé entre la compétence et la part de marché.

Tableau n°47 : Tableau croisé entre la compétence et le bénéfice.

Tableau n° 48 : Tableau croisé entre les objectifs et le succès de l'entreprise.

Tableau n°49 : Tableau récapitulatif de la vérification des hypothèses.

Tableau n°50 : Tableau récapitulatif des variables de succès entrepreneurial.

Index des Schémas

Index des Schémas

Schéma n°01 : Modèle conceptuel des facteurs clés de succès.

Schéma n°02 : Evolution des PME en Algérie durant 2014-S1/2018.

Schéma n°03: Répartition des PME par secteur d'activité.

Schéma n°04: Répartition des PME privées selon la région.

Schéma n°05: Evolution de l'emploi par type de PME.

Schéma n°06: Récapitulatif du nombre d'entreprises lors des deux envois.

Schéma n°07: Récapitulatif sur la carte de l'Algérie des entrepreneurs interrogés.

Schéma n°08: Répartition des entrepreneurs selon la région.

Schéma n°09: Age des répondants.

Schéma n°10: Situation familiale des répondants.

Schéma n°11: Niveau d'instruction des répondants.

Schéma n°12: Profession du père des répondants.

Schéma n°13: Statut avant la création de votre entreprise.

Schéma n°14: Expérience professionnelle précédente.

Schéma n°15: L'idée de création de votre entreprise

Schéma n°16: Formation dédiée aux créateurs d'entreprise.

Schéma n°17: Famille entrepreneur.

Schéma n°18: L'évolution du succès de l'entreprise.

Schéma n°19: Modèle conceptuel des facteurs clés de succès.

Annexes

Liste des Abréviations

ANNEXE N°1

- **ANDI** : Agence Nationale de Développement de l'Investissement.
- **ANGEM**: Agence Nationale de Gestion du Micro-crédit.
- **ANSEJ** : Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes.
- **APSI** : Agence pour la Promotion et Soutien à l'Investissement.
- **BTP** : Bâtiment et Travaux Publics.
- **CAP** : Croissance, Autonomie, Pérennité
- **CGCI** : Caisse de Garantie des Crédits d'Investissements.
- **CNAC** : Caisse Nationale d'Assurance Chômage.
- **DIPMEO** : Direction d'Industrie des Petites et Moyennes Entreprises Oranaises.
- **DPMEA**: Direction de la Petite et Moyenne Entreprise Algérienne.
- **EURL** : Entreprise Unipersonnelle de Responsabilité Limitée.
- **FGAR** : Fonds de Garantie des Crédits Aux Petites Et Moyennes Entreprises.
- **FMI** : Fonds Monétaire International.
- **FRR** : Fonds de Régulation des Recettes.
- **H1** : Hypothèse 1.
- **H2** : Hypothèse 2.
- **H3** : Hypothèse 3.
- **MDIPI** : Ministère du Développement Industriel et de la Promotion de l'Investissement.
- **OCDE** : Organisation de Coopération pour le Développement Economique.
- **PIC** : Pérennité, Indépendance, Croissance.
- **PME** : Petite et Moyenne Entreprise.
- **SARL** : Société A Responsabilité Limitée
- **SNAT** : Schéma National d'Aménagement du Territoire.
- **SNC** : Société en Nom Collectif.
- **SPA**: Société Par Action.
- **SPSS**: Statistical Package for the Social Sciences.
- **TIC** : Technologies de l'Information et de la Communication.

Questionnaire

Oran, Le : 01/07/2018

Mansouria MRABET
Doctorante en Management et Stratégie des Entreprises
Université D'Oran 2 « Mohamed Ben Ahmed »
Faculté des Sciences Economiques,
Commerciales et des Sciences de Gestion

Monsieur/Madame : Le Dirigeant de L'entreprise

OBJET : Demande d'exploitation du questionnaire

J'ai l'honneur de venir très respectueusement par la présente, vous demander de bien vouloir accepter, de me fournir des informations concernant votre entreprise, et cela par l'exploitation du questionnaire ci-joint

Je porte a votre connaissance que ce travail s'intègre dans le cadre de la réalisation d'une thèse de doctorat en Management et Stratégie des Entreprises à L'Université d'Oran 2 sous l'intitulé « *Le rôle du profil de l'entrepreneur dans le succès de la PME Algérienne* », sous la direction de du maître de conférence M. *Houari BENCHIKH*. Les informations recueillies ont une finalité scientifique et sont strictement confidentielles.

Veuillez agréer, Monsieur/Madame l'expression de mes salutations respectueuses.

L'intéressé

ANNEXE N°2

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Université d'Oran 2 Mohamed BENAHMAD



Thèse

En vue de l'obtention du Doctorat en Sciences de Gestion

Questionnaire

Thème de l'étude :

« *Le rôle du profil de l'entrepreneur dans le succès de la PME Algérienne* »

Présenté Par : Mme. Mansouria MRABET.
Directeur de Recherche : M. Houari BENCHIKH.

ANNEXE N°2

I. Entrepreneuriat et création d'entreprise :

- 1. L'idée de créer votre entreprise est née :**
- Suite à une formation Suite à une rencontre avec un entrepreneur
 Suite à des campagnes étatiques (ANSEJ- ANDI...) Suite à un état de chômage
 Suite aux études universitaires Depuis tout petit (e)
 Autre (veuillez préciser).....
- 2. Vous avez choisi le secteur d'activité selon :**
- Des expériences antérieures dans le domaine Des conseils de la famille ou des amis
 Une évaluation des opportunités présentes dans l'environnement Du diplôme acquis
 Autre (veuillez préciser).....
- 3. Quel était votre statut avant la création de votre entreprise ?**
- Dirigeant (e) d'une entreprise En chômage
 Salarié (e) / Fonctionnaire Profession libéral
 Etudiant (e) Retraité (e)
 Autre (veuillez préciser).....
- 4. Avez-vous suivi une formation dédiée aux créateurs d'entreprise ?** Oui Non
 Si OUI, dans quels domaines ?.....
- 5. Y a-t-il des entrepreneurs dans votre entourage?** Oui Non
 Si OUI, qui sont-ils ? (vous pouvez cocher plusieurs réponses)
- Parents Frères / Sœurs
 Amis Autres membres de la famille
- 6. Quelle est (ou quelle était) la profession de votre père ?**
- Dirigeant d'entreprise Profession libérale (médecin, avocat...)
 Agriculteur ou producteur Gestionnaire ou Cadre Supérieur
 Salarié / Fonctionnaire Travail indépendant (commerce)

II. Succès de l'entreprise :

- 7. Quels est votre objectif visé ?**
- La croissance Le profit La pérennité

- 8. Pour chacune des affirmations suivantes, cochez la réponse qui vous correspond :**

1. Pas du tout d'accord 2. Pas d'accord 3. Neutre 4. D'accord 5. Tout à fait d'accord

Proposition	1	2	3	4	5
▪ J'ai la capacité à me projeter dans l'avenir					
▪ Je suis constamment prêt à saisir les bonnes occasions qui pourraient se présenter.					
▪ Je trouve difficile de demander de l'aide aux autres					
▪ Je motive facilement les autres à travailler avec moi					
▪ Dans un travail d'équipe, je suis à l'écoute des opinions des autres et je les considère habituellement équivalentes aux miennes.					
▪ Il me vient toujours des idées originales pour créer toutes sortes de choses.					
▪ J'aime m'engager dans des projets dont je suis responsable					
▪ Je préfère faire les choses à ma façon sans trop me préoccuper de ce que pensent les autres					

- 9. Pour chacune des affirmations suivantes, cochez la réponse qui vous correspond :**

1. Pas du tout d'accord 2. Pas d'accord 3. Neutre 4. D'accord 5. Tout à fait d'accord

ANNEXE N°2

Proposition	1	2	3	4	5
▪ J'aime les épreuves qui heurtent mes capacités et je m'ennuie avec les choses trop faciles.					
▪ Je préfère faire les choses comme on les fait habituellement, qu'essayer de nouvelles façons					
▪ Je me sens à l'aise dans les situations où il faut faire preuve de beaucoup d'autonomie					
▪ Être mon propre patron fait partie de mes rêves					
▪ J'aime beaucoup diriger les groupes de travail					
▪ Je peux travailler dans des domaines différents pour atteindre mes objectifs.					
▪ Vous vous engagé dans votre projet avec l'objectif de faire des bénéfices importants					

10. Comment les variables suivantes ont-elles évolué durant les trois dernières années (sur 3 ans)?

1= Très positivement 2= Positivement 3= N'ont pas évolué 4= Négativement 5= Très négativement

Proposition	1	2	3	4	5
Chiffre d'affaires					
Nombre de salariés					
Parts de marché					
Bénéfice net après impôt					

III. Présentation de l'entrepreneur et de son entreprise :

11. Vous êtes : Homme Femme

12. Vous avez :
 Moins de 25 ans 26-30 ans 31- 40 ans Plus de 41 ans

13. Votre situation familiale actuelle :
 Marié(e) Célibataire Divorcé(e)

14. Votre niveau d'instruction :
 Primaire Secondaire Formation professionnelle
 Moyen Etudes universitaires

Si votre choix est « Etudes universitaires », quel est votre dernier diplôme obtenu ?.....

15. Secteur d'activité :
 Industrie BTPH Service
 Autre (veuillez préciser).....

16. Avez-vous une expérience professionnelle dans cette branche d'activité ?
 Oui Non

17. Votre entreprise est :
 Créée Rachetée Héritée

18. Effectifs :
 1-9 10-49 50-250

19. Année de création de l'entreprise :.....

La procédure d'analyse par SPSS

ANNEXE N°3

*Sans titre2_1.sav [Ensemble_de_données] - IBM SPSS Statistics Editeur de données

Fichier Edition Affichage Données Transformer Analyse Marketing direct Graphes Utilitaires Fenêtre Aide

	Nom	Type	Largeur	Décimales	Etiquette	Valeurs	Manquant	Colonnes	Align	Mesure	Rôle
1	ID	Numérique	20	0	Identification	Aucun	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
2	Idée	Numérique	20	0	L'idée de créer ...	{1, Suite à u...	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
3	Choix	Numérique	20	0	Vous avez choi...	{1, Experien...	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
4	Statut	Numérique	20	0	Quels était votr...	{1, Dirigeant...	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
5	Formation	Numérique	20	0	Avez-vous suivi ...	{0, Non}...	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
6	Domaine	Chaîne	39	0	Dans quels do...	Aucun	Aucun	20	Centre	Nominales	Entrée
7	Entour	Numérique	20	0	Y a-t-il des entr...	{0, Non}...	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
8	Entourage	Numérique	20	0	Qui sont-il ?	{0, Aucun}...	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
9	Profession	Numérique	20	0	Profession du p...	{1, Dirigeant...	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
10	Objectifs	Numérique	20	0	Quels sont vos ...	{1, La crois...	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
11	MOTIVATIO...	Virgule	8	2		Aucun	Aucun	9	Droite	Echelle	Entrée
12	Motiv1	Numérique	20	0	Relever des défis	{1, pas du t...	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
13	Motiv2	Numérique	20	0	Situation financ...	{1, pas du t...	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
14	Motiv3	Numérique	20	0	Prise de risques	{1, pas du t...	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
15	Motiv4	Numérique	20	0	Etre relationnel	{1, pas du t...	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
16	Motiv5	Numérique	20	0	Autonomie	{1, pas du t...	Aucun	9	Centre	Nominales	Entrée
17	Motiv6	Numérique	20	0	Réaliser un rêve	{1, pas du t...	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
18	Motiv7	Numérique	20	0	Sens de respon...	{1, pas du t...	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
19	Motiv8	Numérique	20	0	Créativité	{1, pas du t...	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
20	COMPETE...	Virgule	8	2		Aucun	Aucun	13	Droite	Echelle	Entrée
21	Affirm1	Numérique	20	0	Capacité à me ...	{1, pas du t...	Aucun	8	Centre	Ordinales	Entrée
22	Affirm2	Numérique	20	0	Compétences p...	{1, pas du t...	Aucun	8	Centre	Ordinales	Entrée
23	Affirm3	Numérique	20	0	Je motive facile...	{1, pas du t...	Aucun	8	Centre	Ordinales	Entrée
24	Affirm4	Numérique	20	0	Compétence rel...	{1, pas du t...	Aucun	8	Centre	Ordinales	Entrée
25	Affirm5	Numérique	20	0	Identifier des op...	{1, pas du t...	Aucun	8	Centre	Ordinales	Entrée

Affichage des données Affichage des variables

Le processeur IBM SPSS Statistics est prêt

industrie - Google... Pense-bête Thèse SORAYA - ... *Sans titre2_1.sav ... *Résultats1.spv [D... FR 12:39 02/04/2019

ANNEXE N°3

*Sans titre2_1.sav [Ensemble_de_données1] - IBM SPSS Statistics Editeur de données

Fichier Edition Affichage Données Transformer Analyse Marketing direct Graphes Utilitaires Fenêtre Aide

69 : Motiv2 4 Visible : 43 variables sur 43

	ID	Idée	Choix	Statut	Formation	Domaine	Entour	Entourage	Profession	Objectifs	MOTIVATIONS	Motiv1	Motiv2	Motiv3
1	1	2	3	4	0		0	0	3	1	3.13	4	4	4
2	2	1	1	1	1	Plomberie	1	1	4	2	5.00	5	5	5
3	3	3	4	3	1	Architecture	1	1	4	1	3.63	4	4	4
4	4	5	1	2	0		1	2	1	2	4.00	4	4	3
5	5	2	4	2	0		1	1	3	2	3.00	3	2	2
6	6	1	1	3	0		1	2	6	2	2.88	5	4	3
7	7	1	3	4	0		1	3	1	3	2.63	4	3	2
8	8	6	1	3	0		1	3	1	1	2.88	1	2	2
9	9	3	4	3	0		1	2	3	2	3.13	2	1	1
10	10	4	4	2	0		1	2	5	3	3.38	5	4	2
11	11	1	1	1	1	Marketing	0	0	1	2	2.88	4	4	2
12	12	3	4	1	0		1	1	4	1	3.75	4	4	4
13	13	6	3	5	1	Commerce	0	0	3	3	3.63	4	4	3
14	14	3	4	4	0		0	0	3	2	3.75	2	1	4
15	15	3	3	5	0		0	0	2	2	3.75	4	5	2
16	16	4	4	2	0		1	4	5	1	4.38	4	4	3
17	17	4	2	1	1	Gestion d'entreprise	1	2	1	3	2.88	2	2	4
18	18	2	3	1	0		1	2	3	1	3.75	4	4	4
19	19	3	2	2	0		1	2	3	1	4.13	5	4	4
20	20	3	2	4	1	BTPH et hydrolique	1	2	6	1	3.63	4	4	2
21	21	1	3	3	1	Management	1	4	3	2	3.88	5	5	5
22	22	3	2	4	0		1	4	3	3	4.00	4	4	4
23	23	4	2	1	0		1	2	1	1	3.75	4	4	4

Affichage des données Affichage des variables

Le processeur IBM SPSS Statistics est prêt Afficher le Bureau

industrie - Google... Pense-bête Thèse SORAYA - ... *Sans titre2_1.sav ... *Résultats1.spv [D... FR 12:40 02/04/2019

ANNEXE N°3

*Sans titre2_1.sav [Ensemble_de données1] - IBM SPSS Statistics Editeur de données

Fichier Edition Affichage Données Transformer Analyse Marketing direct Graphes Utilitaires Fenêtre Aide

	Nom	Type	Largeur	Décimales	Etiquette	Valeurs	Manquant	Colonnes	Align	Mesure	Rôle
1	ID	Numérique	20	0	Identification	Aucun	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
2	Idée	Numérique	20	0	L'idée de créer ...	{1, Suite à u...	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
3	Choix	Numérique	20	0	Vous avez choi...	{1, Experien...	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
4	Statut	Numérique	20	0	Quels était votr...	{1, Dirigeant...	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
5	Formation	Numérique	20	0	Avez-vous suivi ...	{0, Non}...	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
6	Domaine	Chaîne	39	0	Dans d						Entrée
7	Entour	Numérique	20	0	Y a-t-il						Entrée
8	Entourage	Numérique	20	0	Qui so						Entrée
9	Profession	Numérique	20	0	Profess						Entrée
10	Objectifs	Numérique	20	0	Quels s						Entrée
11	MOTIVATIO...	Virgule	8	2							Entrée
12	Motiv1	Numérique	20	0	Relevé						Entrée
13	Motiv2	Numérique	20	0	Situati						Entrée
14	Motiv3	Numérique	20	0	Prise d						Entrée
15	Motiv4	Numérique	20	0	Etre re						Entrée
16	Motiv5	Numérique	20	0	Auton						Entrée
17	Motiv6	Numérique	20	0	Réalis						Entrée
18	Motiv7	Numérique	20	0	Sens d						Entrée
19	Motiv8	Numérique	20	0	Créativit	{1, pas du t...	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
20	COMPETE...	Virgule	8	2		Aucun	Aucun	13	Droite	Echelle	Entrée
21	Affirm1	Numérique	20	0	Capacité à me ...	{1, pas du t...	Aucun	8	Centre	Ordinales	Entrée
22	Affirm2	Numérique	20	0	Compétences p...	{1, pas du t...	Aucun	8	Centre	Ordinales	Entrée
23	Affirm3	Numérique	20	0	Je motive facile...	{1, pas du t...	Aucun	8	Centre	Ordinales	Entrée
24	Affirm4	Numérique	20	0	Compétence rel...	{1, pas du t...	Aucun	8	Centre	Ordinales	Entrée
25	Affirm5	Numérique	20	0	Identifier des es...	{1, pas du t...	Aucun	8	Centre	Ordinales	Entrée

Effectifs

Variable(s) : Sexe [Sexe]

Afficher les tableaux d'effectif

OK Coïler Réinitialiser Annuler Aide

Affichage des données Affichage des variables

Le processeur IBM SPSS Statistics est prêt Afficher le Bureau

industrie - Google... Pense-bête Thèse SORAYA - ... *Sans titre2_1.sav ... *Résultats1.spv [D... FR 12:41 02/04/2019

ANNEXE N°3

*Sans titre2_1.sav [Ensemble_de données1] - IBM SPSS Statistics Editeur de données

Fichier Edition Affichage Données Transformer Analyse Marketing direct Graphes Utilitaires Fenêtre Aide

	Nom	Type	Largeur	Décimales	Etiquette	Valeurs	Manquant	Colonnes	Align	Mesure	Rôle
1	ID	Numérique	20	0	Identification	Aucun	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
2	Idée	Numérique	20	0	L'idée de créer ...	{1, Suite à u...	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
3	Choix	Numérique	20	0	Vous avez choi...	{1, Experien...	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
4	Statut	Numérique	20	0	Quels était votr...	{1, Dirigeant...	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
5	Formation	Numérique	20	0	Avez-vous suivi ...	{0, Non}...	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
6	Domaine	Chaîne	39	0	Dans d						Entrée
7	Entour	Numérique	20	0	Y a-t-il						Entrée
8	Entourage	Numérique	20	0	Qui so						Entrée
9	Profession	Numérique	20	0	Profess						Entrée
10	Objectifs	Numérique	20	0	Quels s						Entrée
11	MOTIVATIO...	Virgule	8	2							Entrée
12	Motiv1	Numérique	20	0	Relevé						Entrée
13	Motiv2	Numérique	20	0	Situati						Entrée
14	Motiv3	Numérique	20	0	Prise d						Entrée
15	Motiv4	Numérique	20	0	Etre re						Entrée
16	Motiv5	Numérique	20	0	Autono						Entrée
17	Motiv6	Numérique	20	0	Réalis						Entrée
18	Motiv7	Numérique	20	0	Sens d						Entrée
19	Motiv8	Numérique	20	0	Créativit	{1, pas du t...	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
20	COMPETE...	Virgule	8	2		Aucun	Aucun	13	Droite	Echelle	Entrée
21	Affirm1	Numérique	20	0	Capacité à me ...	{1, pas du t...	Aucun	8	Centre	Ordinales	Entrée
22	Affirm2	Numérique	20	0	Compétences p...	{1, pas du t...	Aucun	8	Centre	Ordinales	Entrée
23	Affirm3	Numérique	20	0	Je motive facile...	{1, pas du t...	Aucun	8	Centre	Ordinales	Entrée
24	Affirm4	Numérique	20	0	Compétence rel...	{1, pas du t...	Aucun	8	Centre	Ordinales	Entrée
25	Affirm5	Numérique	20	0	Identifier des es...	{1, pas du t...	Aucun	8	Centre	Ordinales	Entrée

Effectifs : Diagrammes

Type de diagramme

- Aucun
- Diagrammes en bâtons
- Diagramme en secteurs
- Histogrammes :
 - Afficher la courbe gaussienne sur l'histogramme

Valeurs du diagramme

- Effectifs
- Pourcentages

Poursuivre Annuler Aide

Affichage des données Affichage des variables

Le processeur IBM SPSS Statistics est prêt Afficher le Bureau

industrie - Google... Pense-bête Thèse SORAYA - ... *Sans titre2_1.sav ... *Résultats1.spv [D... FR 12:41 02/04/2019

ANNEXE N°3

*Sans titre2_1.sav [Ensemble_de_données1] - IBM SPSS Statistics Editeur de données

Fichier Edition Affichage Données Transformer **Analyse** Marketing direct Graphes Utilitaires Fenêtre Aide

Rapports
 Statistiques descriptives
 Tableaux
 Comparer les moyennes
 Modèle linéaire général
 Modèles linéaires généralisés
 Modèles Mixtes
 Corrélation
 Régression
 Log Linéaire
 Réseaux neuronaux
 Classification
 Réduction des dimensions
 Echelle
 Tests non paramétriques
 Prévisions
 Survie
 Réponses multiples
 Analyse des valeurs manquantes
 Imputation multiple
 Echantillons complexes
 Contrôle de qualité
 Courbe ROC...

	Nom	Type	Largeur	Manquant	Colonnes	Align	Mesure	Rôle
1	ID	Numérique	20	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
2	Idée	Numérique	20	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
3	Choix	Numérique	20	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
4	Statut	Numérique	20	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
5	Formation	Numérique	20	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
6	Domaine	Chaîne	39	Aucun	20	Centre	Nominales	Entrée
7	Entour	Numérique	20	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
8	Entourage	Numérique	20	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
9	Profession	Numérique	20	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
10	Objectifs	Numérique	20	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
11	MOTIVATIO...	Virgule	8	Aucun	9	Droite	Echelle	Entrée
12	Motiv1	Numérique	20	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
13	Motiv2	Numérique	20	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
14	Motiv3	Numérique	20	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
15	Motiv4	Numérique	20	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
16	Motiv5	Numérique	20	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
17	Motiv6	Numérique	20	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
18	Motiv7	Numérique	20	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
19	Motiv8	Numérique	20	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
20	COMPETE...	Virgule	8	Aucun	13	Droite	Echelle	Entrée
21	Affirm1	Numérique	20	Aucun	8	Centre	Ordinales	Entrée
22	Affirm2	Numérique	20	Aucun	8	Centre	Ordinales	Entrée
23	Affirm3	Numérique	20	Aucun	8	Centre	Ordinales	Entrée
24	Affirm4	Numérique	20	Aucun	8	Centre	Ordinales	Entrée
25	Affirm5	Numérique	20	Aucun	8	Centre	Ordinales	Entrée

Manquant Colonnes Align Mesure Rôle

Analyse de la fiabilité...
 Dépliage multidimensionnel (PREFSCAL)...
 Positionnement multidimensionnel (PROXSCAL)
 Positionnement multidimensionnel (ALSCAL)...

Affichage des données Affichage des variables

Analyse de la fiabilité... Le processeur IBM SPSS Statistics est prêt

industrie - Google... Pense-bête Thèse SORAYA - ... *Sans titre2_1.sav ... *Résultats1.spv [D... FR 12:44 02/04/2019

ANNEXE N°3

*Sans titre2_1.sav [Ensemble_de_données1] - IBM SPSS Statistics Editeur de données

Fichier Edition Affichage Données Transformer Analyse Marketing direct Graphes Utilitaires Fenêtre Aide

	Nom	Type	Largeur	Décimales	Etiquette	Valeurs	Manquant	Colonnes	Align	Mesure	Rôle
1	ID	Numérique	20	0	Identification	Aucun	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
2	Idée	Numérique	20	0	L'idée de créer ...	{1, Suite à u...	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
3	Choix	Numérique	20	0	Vous avez choi...	{1, Experien...	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
4	Statut	Numérique	20	0	Quels était votr...	{1, Dirigeant...	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
5	Formation	Numérique	20	0							
6	Domaine	Chaîne	39	0							
7	Entour	Numérique	20	0							
8	Entourage	Numérique	20	0							
9	Profession	Numérique	20	0							
10	Objectifs	Numérique	20	0							
11	MOTIVATIO...	Virgule	8	2							
12	Motiv1	Numérique	20	0							
13	Motiv2	Numérique	20	0							
14	Motiv3	Numérique	20	0							
15	Motiv4	Numérique	20	0							
16	Motiv5	Numérique	20	0							
17	Motiv6	Numérique	20	0							
18	Motiv7	Numérique	20	0							
19	Motiv8	Numérique	20	0							
20	COMPETE...	Virgule	8	2		Aucun	Aucun	13	Droite	Echelle	Entrée
21	Affirm1	Numérique	20	0	Capacité à me ...	{1, pas du t...	Aucun	8	Centre	Ordinales	Entrée
22	Affirm2	Numérique	20	0	Compétences p...	{1, pas du t...	Aucun	8	Centre	Ordinales	Entrée
23	Affirm3	Numérique	20	0	Je motive facile...	{1, pas du t...	Aucun	8	Centre	Ordinales	Entrée
24	Affirm4	Numérique	20	0	Compétence rel...	{1, pas du t...	Aucun	8	Centre	Ordinales	Entrée
25	Affirm5	Numérique	20	0	Identifier des es...	{1, pas du t...	Aucun	8	Centre	Ordinales	Entrée

Analyse de fiabilité

Eléments :

- Identification [ID]
- Chiffre d'affaires [Var1]
- Nombre de salariés [Var2]
- Parts de marché [Var3]
- Bénéfice net après impôt [Var4]

Modèle : Alpha de Cronbach

Etiquette d'échelle :

OK Coller Réinitialiser Annuler Aide

Affichage des données Affichage des variables

Le processeur IBM SPSS Statistics est prêt Afficher le Bureau

industrie - Google... Pense-bête Thèse SORAYA - ... *Sans titre2_1.sav ... *Résultats1.spv [D... FR 12:44 02/04/2019

ANNEXE N°3

*Sans titre2_1.sav [Ensemble_de_données1] - IBM SPSS Statistics Editeur de données

Fichier Edition Affichage Données Transformer Analyse Marketing direct Graphes Utilitaires Fenêtre Aide

	Nom	Type	Largeur	Décimales	Etiquette	Valeurs	Manquant	Colonnes	Align	Mesure	Rôle
1	ID	Numérique	20	0	Identification	Aucun	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
2	Idée	Numérique	20	0	L'idée de créer...	{1, Suite à u...	Aucun	8	Centre	Nominales	Entrée
3	Choix	Numérique	20								
4	Statut	Numérique	20								
5	Formation	Numérique	20								
6	Domaine	Chaîne	39								
7	Entour	Numérique	20								
8	Entourage	Numérique	20								
9	Profession	Numérique	20								
10	Objectifs	Numérique	20								
11	MOTIVATIO...	Virgule	8								
12	Motiv1	Numérique	20								
13	Motiv2	Numérique	20								
14	Motiv3	Numérique	20								
15	Motiv4	Numérique	20								
16	Motiv5	Numérique	20								
17	Motiv6	Numérique	20								
18	Motiv7	Numérique	20								
19	Motiv8	Numérique	20								
20	COMPETE...	Virgule	8								
21	Affirm1	Numérique	20								
22	Affirm2	Numérique	20	0	Compétences p...	{1, pas du t...	Aucun	8	Centre	Ordinales	Entrée
23	Affirm3	Numérique	20	0	Je motive facile...	{1, pas du t...	Aucun	8	Centre	Ordinales	Entrée
24	Affirm4	Numérique	20	0	Compétence rel...	{1, pas du t...	Aucun	8	Centre	Ordinales	Entrée
25	Affirm5	Numérique	20	0	Identifier des es...	{1, pas du t...	Aucun	8	Centre	Ordinales	Entrée

Tableaux croisés

Ligne(s):
 Chiffre d'affaires [Var1]

Colonne(s):
 Sexe [Sexe]

Strate 1 de 1
 Précédent Suivant

Afficher les variables de strate dans les strates du tableau

Afficher les diagrammes en bâtons juxtaposés

Supprimer les tableaux

OK Coïler Réinitialiser Annuler Aide

Affichage des données Affichage des variables

Le processeur IBM SPSS Statistics est prêt Afficher le Bureau

industrie - Google... Pense-bête Thèse SORAYA - ... *Sans titre2_1.sav ... *Résultats1.spv [D... FR 12:42 02/04/2019

Résumé

Résumé :

L'identification d'une relation entre le profil de l'entrepreneur et le succès des petites et moyennes entreprises amène à axer une réflexion sur la nature de cette relation. L'objet de notre recherche est donc de s'interroger sur les relations pouvant exister entre le profil des entrepreneurs et le succès des petites entreprises Algériennes, on mesurant le succès par la croissance, le profit et la pérennité de l'entreprise.

La méthode de collecte des données choisie est le questionnaire. La collecte des données est faite à l'aide d'un questionnaire administré à un échantillon de cent vingt (120) petites et moyennes entreprises (PME) exerçant dans 22 wilayas d'Algérie regroupé en trois régions : Est, Ouest et Centre et qui œuvrent dans divers secteurs, sélectionnées au hasard (aléatoire).

Les résultats de cette étude montrent que les caractéristiques individuelles (profil), la motivation et les compétences affectent positivement sur le succès et la croissance des entreprises. Ce qui nous a permis de tester nos hypothèses, et confirmer l'existence d'une relation entre le profil de l'entrepreneur et le succès de l'entreprise.

Abstract:

The identification of a relationship between the entrepreneur's profile and the success of small and medium-sized enterprises leads us to focus on the nature of this relationship. The purpose of our research is therefore to question the relationship that can exist between the profile of entrepreneurs and the success of small Algerian companies, measuring success by growth, profit and sustainability of the company.

The data collection method chosen is the questionnaire. The data are collected using a questionnaire administered to a sample of one hundred twenty (120) small and medium-sized enterprises (SMEs) operating in 22 wilayas of Algeria grouped into three regions: East, West and Center and which work in various sectors, randomly selected.

The results of this study show that individual characteristics (profile), motivation and skills positively affect business success and growth. This allowed us to test our assumptions, and confirm the existence of a relationship between the profile of the entrepreneur and the success of the company.

ملخص :

تنطلق هذه الدراسة من التساؤل حول طبيعة العلاقة بين شخصية المقاول ونجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة و تهدف إلى التعرف على نوع العلاقة التي تربط بين هذين المتغيرين حيث سيقاس المتغير الثاني بنسبة نمو المؤسسة، الربحية و الديمومة.

الاستبيان كان الوسيلة الأساسية لجمع المعلومات الأولية حيث وزع على عينة عشوائية شملت 120 مؤسسة صغيرة ومتوسطة تزاوّل نشاطها في 22 ولاية جزائرية وتنشط في قطاعات مختلفة. بعد اختبار فرضيات الدراسة خلصت نتائجها إلى تأكيد وجود علاقة بين الخصائص الفردية للمقاول، محفزاته وكفاءاته و نجاح المؤسسات ونسبة نموها وان هذا التأثير إيجابي.

Mots clés :

Entrepreneuriat, Entrepreneur, PME Algériennes, Succès entrepreneurial, Profil de l'entrepreneur.

« Le rôle du profil de l'entrepreneur dans le succès de la PME Algérienne »

Résumé :

L'identification d'une relation entre le profil de l'entrepreneur et le succès des petites et moyennes entreprises amène à axer une réflexion sur la nature de cette relation. L'objet de notre recherche est donc de s'interroger sur les relations pouvant exister entre le profil des entrepreneurs et le succès des petites entreprises Algériennes, on mesurant le succès par la croissance, le profit et la pérennité de l'entreprise.

La méthode de collecte des données choisie est le questionnaire. La collecte des données est faite à l'aide d'un questionnaire administré à un échantillon de cent vingt (120) petites et moyennes entreprises (PME) exerçant dans 22 wilayas d'Algérie regroupé en trois régions : Est, Ouest et Centre et qui œuvrent dans divers secteurs, sélectionnées au hasard (aléatoire).

Les résultats de cette étude montrent que les caractéristiques individuelles (profil), la motivation et les compétences affectent positivement sur le succès et la croissance des entreprises. Ce qui nous a permis de tester nos hypothèses, et confirmer l'existence d'une relation entre le profil de l'entrepreneur et le succès de l'entreprise.

Mots clés :

Entrepreneuriat, Entrepreneur, PME Algériennes, Succès entrepreneurial, Profil de l'entrepreneur.

« The role of the entrepreneur's profile in the success of the Algerian SME »

Abstract:

The identification of a relationship between the entrepreneur's profile and the success of small and medium-sized enterprises leads us to focus on the nature of this relationship. The purpose of our research is therefore to question the relationship that can exist between the profile of entrepreneurs and the success of small Algerian companies, measuring success by growth, profit and sustainability of the company.

The data collection method chosen is the questionnaire. The data are collected using a questionnaire administered to a sample of one hundred twenty (120) small and medium-sized enterprises (SMEs) operating in 22 wilayas of Algeria grouped into three regions: East, West and Center and which work in various sectors, randomly selected.

The results of this study show that individual characteristics (profile), motivation and skills positively affect business success and growth. This allowed us to test our assumptions, and confirm the existence of a relationship between the profile of the entrepreneur and the success of the company.

Keywords :

Entrepreneurship, Entrepreneur, Algerian SMEs, Entrepreneurial success, Entrepreneur profile.

« دور شخصية المقاول في نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية »

ملخص :

تتعلق هذه الدراسة من التساؤل حول طبيعة العلاقة بين شخصية المقاول ونجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة و تهدف إلى التعرف على نوع العلاقة التي تربط بين هذين المتغيرين حيث سيقاس المتغير الثاني بنسبة نمو المؤسسة، الربحية و الديمومة.

الاستبيان كان الوسيلة الأساسية لجمع المعلومات الأولية حيث وزع على عينة عشوائية شملت 120 مؤسسة صغيرة ومتوسطة تزاوّل نشاطها في 22 ولاية جزائرية وتنشط في قطاعات مختلفة.

بعد اختبار فرضيات الدراسة خلصت نتائجها إلى تأكيد وجود علاقة بين الخصائص الفردية للمقاول، محفزاته وكفاءاته و نجاح المؤسسات ونسبة نموها وان هذا التأثير إيجابي.

كلمات البحث:

المقاولاتية , المقاول ، الشركات الجزائرية الصغيرة والمتوسطة , نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة , شخصية المقاول.