

Colloque national
Stratégies d'organisation et d'accompagnement des PME en Algérie

Organisé par FSEGC de l'Université de Ouargla
Ouargla, les 18&19 avril 2012

Titre de communication :

Les déterminants de la création des PME : cas de la wilaya de Béjaïa

Par Nacéra. NASROUN & Pr Matouk BELATTAF
FSEGC – LED – Université de Béjaïa
matoukb@yahoo.fr

Résumé

La capacité de création d'entreprises est pour chaque pays, la résultante de nombreux facteurs lié aux opportunités et aux potentialités individuelles, à l'environnement économiques, aux interventions de l'Etat et aux aspects culturels de la création d'entreprise (la culture, les valeurs et les institutions de base). Le but de notre contribution consiste à identifier les raisons poussant l'entrepreneur privé à créer son entreprise. Pour les besoin de notre travail, nous avons mené une enquête en élaborant un questionnaire regroupant une série de questions relatives à notre étude visant des dirigeants propriétaires de PME privées au niveau de la wilaya de Béjaïa. Elle nous a permis de recenser des caractéristiques des entrepreneurs enquêtés et de leurs entreprises.

Il ressort de notre étude que la plupart des entrepreneurs ont un fort sentiment d'indépendance et d'autonomie et la volonté d'être le chef de son entreprise. Cette caractéristique est le motif le plus motivant pour se lancer en affaire. La création de PME dans la wilaya de Bejaia est beaucoup plus la résultante d'un ensemble de facteurs qui sont : La disponibilité des ressources financières (apport personnel et familial), les expériences antérieures et savoir faire des entrepreneurs et enfin, la disponibilité d'infrastructures de base développées.

Mots clés : Entrepreneuriat, Entrepreneur, Création d'entreprise, Motivations, PME, Béjaïa

=====

Introduction

L'entrepreneuriat est devenu aujourd'hui un enjeu majeur pour la quasi-totalité des pays. Les divers avantages qu'il génère justifient amplement l'intérêt grandissant qu'il suscite. Par ailleurs, à côté de son contribution dans la création d'emploi et du renouvellement du tissu économique, l'entrepreneuriat peut apporter de l'intérêt aux individus qui peuvent trouver dans des situations entrepreneuriales et plus particulièrement la création d'entreprise des sources de satisfaction.

Une des définitions les plus courantes de l'entrepreneuriat consiste à l'associer, parfois de façon synonymique, à la création d'entreprise. Comme le souligne Verstraete dans sa définition « *l'entrepreneuriat est un phénomène conduisant à la création d'une organisation impulsée par un ou plusieurs individus s'étant associés pour l'occasion* »¹. Celle-ci est devenue aujourd'hui le mot d'ordre en matière de développement. Cette création, se base sur

¹ : T VESTRAETE, A FAYOLLE, « paradigmes et entrepreneuriat », revue de l'entrepreneuriat, vol 4, n° 1, 2005, P 37.

deux éléments importants :

D'abord, l'entrepreneur qui est considéré comme la clef de cette richesse grâce à son travail et à la décision de création, s'occupe de la mobilisation et l'allocation de ressources, la recherche d'opportunités, la recherche de la position la plus profitable pour son entreprise.

Ensuite, le milieu dans lequel se déroule cette action, influence l'action de l'entrepreneur dans l'avènement de l'idée de la création et tout au long du cycle de vie de l'entreprise. En effet, l'environnement familial et professionnel a un effet déterminant dans l'action de création.

Notre contribution consiste à ressortir le profil des entrepreneurs privés de Bejaia, les caractéristiques de leur entreprise (taille de l'entreprise, sources de financement, secteurs d'activité), les motivations de ceux-ci, pour le domaine de l'entrepreneuriat (lancer une entreprise, situations qui ont stimulé le processus de création de l'entreprise, facteurs importants dans le choix de se lancer en affaires, les facteurs de succès des entrepreneurs...).

1. L'entrepreneur dans la théorie économique

Le mot entrepreneur apparaît dès la fin du XVI^e siècle pour désigner toutes les personnes signant des contrats avec la royauté pour construire des fortifications, des ponts et des routes. D'ailleurs, d'Alembert et Diderot le définissent dans leur *Encyclopédie* de 1755, comme celui *qui se charge d'un ouvrage*. Dans la littérature économique, la figure de l'entrepreneur apparaît au début du XVIII^e siècle grâce à Richard Cantillon qui est le premier à présenter la fonction de l'entrepreneur et sa contribution au développement économique. Selon Cantillon, l'entrepreneur prend des risques dans la mesure où il s'engage de façon ferme vis-à-vis de ses fournisseurs, alors qu'il n'a pas de garantie certaine de ce qu'il peut en attendre. Il a donc besoin d'évaluer correctement les mécanismes de marché afin de réduire l'incertitude caractéristique du climat dans lequel il est amené à prendre des décisions. Depuis ce premier regard, les économistes n'ont pas cessé de s'intéresser à la figure de l'entrepreneur, conduisant à une multitude de définitions qui lui attribuent une variété de fonctions et de comportements.

Ainsi, A Smith considère que la fonction principale de l'entrepreneur consiste en l'accumulation du capital. Les économistes classiques qui viendront après lui, adoptent sa définition et confondent, presque tous, la figure de l'entrepreneur et celle du capitaliste. JB Say, industriel et banquier français opte pour une approche différente, en assignant comme fonction principale à l'entrepreneur la combinaison des facteurs de production et l'organisation de la production. L'entrepreneur de Say est avant tout un organisateur qui se fixe comme premier but d'accroître et d'optimiser la production. A cet effet, il n'hésite pas à bouleverser et désorganiser, il cherche le changement et sait agir pour l'exploiter comme opportunité.

Avec J.Schumpeter, c'est un nouvel éclairage qui apparaît, aboutissant à une théorie complète sur la fonction entrepreneuriale : l'entrepreneur devient le moteur de l'évolution économique. Il innove en inventant de nouvelles combinaisons des facteurs de production, qui détruisent l'ancienne structure économique pour en créer une nouvelle. Toute personne remplissant cette fonction d'innovation est un entrepreneur, qu'il s'agisse d'un homme d'affaires indépendant, d'un cadre ou d'un directeur d'entreprise.

Au final, la littérature économique propose deux figures principales d'entrepreneur : celles de l'organisateur et de l'innovateur, qui remplissent quatre rôles fondamentaux. Le 1^{er} de ces rôles concerne la prise en compte des risques dans les activités économiques, comme c'est le cas chez Cantillon et Say. Le 2^{ème} rôle est mis en exergue par Schumpeter et consiste à introduire des innovations qui vont contribuer à transformer l'économie. Le 3^{ème}, souligné notamment par l'école des économistes autrichiens libéraux, il s'agit de la recherche active

des opportunités de profit sur les marchés considérés comme les supports de la création de richesse. Enfin, le dernier rôle est la coordination des ressources limitées (travail, capital, terre), s'avérant indispensables à l'exploitation des opportunités de production et à l'organisation des activités, souligné par Say.

Revenant aux deux figures principales de l'entrepreneur. L'entrepreneur-organisateur est celui qui sait identifier les facteurs de production et les ressources utiles, se les procurer, les assembler et les mettre en œuvre avec profit. Il coordonne ces ressources rares d'une façon dynamique et recherche en permanence l'amélioration du processus de production. Ce premier type d'entrepreneur correspond à la définition qu'en donne JB Say. Dans sa conception de l'économie et de l'industrie, Say distingue trois acteurs principaux : le savant, qui étudie les lois de la nature ; l'entrepreneur qui utilise et bénéficie des connaissances du savant pour créer des produits utiles à la société ; et l'ouvrier qui travaille sous leurs ordres. Si le premier type d'entrepreneur est dit adepte de l'ordre, le second type, en l'occurrence l'entrepreneur innovateur préfère plutôt le désordre. Il faut entendre par là, la remise en cause complète de l'ordre établi dont parle Schumpeter et qu'il désigne par la création destructrice. Il soutient que l'instauration d'une dynamique économique n'est possible qu'à partir d'une révolution. Selon Schumpeter, seuls les individus capables d'innover méritent la désignation d'entrepreneur. Ces individus qui sont dotés d'une capacité créative et font preuve d'initiative et de volonté, assurent le passage entre le monde scientifique de la découverte et des inventions et le monde économique des innovations. Il faut préciser que Schumpeter inscrit l'innovation dans une perspective large, puisqu'elle englobe toutes les modifications apportées dans les procédés de production, dans les produits, mais aussi dans l'organisation de l'entreprise, dans la commercialisation des produits ou dans le financement de la production.

L'entrepreneur introduit à travers l'innovation un déséquilibre dans le système économique, ce qui lui permet d'obtenir un profit important, mais qui reste toujours temporaire. Les innovations finissent en effet inévitablement par être imitées, et ceci conduit à de nouveaux états d'équilibre qui remettent en cause la source de profit. Cette seconde figure de l'entrepreneur peut donc être caractérisée par plusieurs rôles : apport d'innovations, recherche d'opportunités pour de nouveaux produits et services, ou encore, comme chez Say, prise en compte des risques. L'entrepreneur innovateur et l'entrepreneur organisateur constituent deux figures nécessaires et complémentaires, qui donnent au capitalisme à la fois son dynamisme.

Schumpeter est convaincu que le capitalisme est avant tout une affaire d'hommes. Il s'intéresse au développement de ce système et renvoie sa dynamique à la façon dont de nouveaux produits, de nouvelles techniques et de formes d'organisation apparaissent sans cesse sur la scène sociale. Il parle du « *processus de mutation industrielle (...) qui révolutionne incessamment de l'intérieur la structure économique, en détruisant continuellement ses éléments vieillis et en créant continuellement des éléments neufs. Ce processus de destruction créatrice constitue la donnée fondamentale du capitalisme : c'est en elle que consiste, en dernière analyse, le capitalisme, et toute entreprise capitaliste doit, bon gré mal gré s'y adapter* ». Schumpeter soutient que si les chefs d'entreprise sont prêts à prendre des risques (lancer de nouveaux produits, utiliser de nouvelles techniques, ...), c'est le profit qui les y pousse. Ils espèrent réaliser des gains importants en étant les premiers à commercialiser ce nouveau produit ou à utiliser cette nouvelle technique, et plus l'enjeu est important, plus ils sont prêts à prendre des risques.

F. Perroux souligne lui aussi que le capitalisme est d'abord une *économie d'entreprise* qui repose sur des hommes prêts à innover, bousculer les habitudes acquises et introduire, à leurs risques et périls, des changements. Mais, à la différence de Schumpeter, il estime que l'Etat joue un rôle central, celui de coordonnateur et d'arbitre, qui permet de donner corps et sens à l'ensemble national, sur lequel s'appuie le capitalisme. Il est vrai que ce sont les entreprises

qui font le capitalisme, mais c'est l'Etat qui lui donne sa cohérence, son homogénéité et ses caractéristiques profondes. Le capitalisme est donc par nature un système mixte : « *De capitalisme entièrement privé, l'histoire n'en a jamais connu : l'observation du présent ne nous révèle aucun* », dit-il. C'est dans cet esprit que s'inscrivent les politiques publiques de promotion de l'emploi et de lutte contre le chômage.

2. La notion d'entrepreneur

L'entrepreneur représente l'essence ou le cœur même de l'entrepreneuriat. Il innove en fonction des opportunités qui se présentent, mais aussi organise les ressources pour produire et commercialiser, tout en cherchant son intérêt. Au sens économique, l'entrepreneur est celui qui combine des ressources, de la main-d'œuvre, des matières premières et d'autres actifs pour leur donner une valeur plus grande qu'auparavant, ou encore celui qui introduit des changements, des innovations et un ordre nouveau. Cette définition prend en considération les éléments valorisés par les différentes théories de l'entrepreneur, à savoir : la coordination et l'affectation des ressources, l'innovation et la prise de risque.

Divers auteurs ont tracé un historique du concept d'entrepreneur. Cantillon, Say et Schumpeter ont fait de l'entrepreneur le moteur de la dynamique capitaliste. L'entrepreneur incarne trois composantes interdépendantes de l'économie capitaliste : l'incertitude, le risque et l'innovation. Le premier auteur considéré comme important, est Richard Cantillon. Pour lui, l'entrepreneur est celui qui assume le risque de l'incertain, du non probabilisable ; il s'engage de façon ferme vis-à-vis d'un tiers, sans garantie de ce qu'il peut en attendre. C'est donc quelqu'un qui sait saisir une opportunité en vue de réaliser un profit, mais qui doit en assurer les risques. Pour Jean-Baptiste Say (1803), l'entrepreneur est celui qui réunit et combine des moyens de production. Il fait la différence entre l'entrepreneur et le capitaliste et associe le premier nommé à l'innovation en le voyant comme un agent de changement. Enfin, pour Joseph Schumpeter (1935), l'entrepreneur est celui qui introduit et conduit l'innovation ; celle-ci est l'esprit essentiel de la fonction entrepreneuriale. L'entrepreneur est celui qui crée une combinaison des facteurs de production de manière à innover au sein du processus de développement économique.

3. Les motivations de l'entrepreneur

La notion d'entrepreneur est étroitement associée à celle de création d'entreprise : l'entrepreneur joue un rôle clé dans la création de nouvelles organisations et, de ce fait, apporte une contribution majeure à la croissance économique (Backman, 1983).

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

3.1. Facteurs de motivation des entrepreneurs

- **Les motivations d'ordre psychologique** : Plusieurs études récentes sur les entrepreneurs naissants (Menzies et al., 2002) viennent confirmer l'importance de la dynamique psychosociologique dans la création des nouvelles entreprises². Les auteurs s'entendent généralement pour reconnaître que les entrepreneurs font preuve de beaucoup de motivation et de persévérance dans leurs efforts.

² : GASSE Yvon, « l'influence du milieu dans la création d'entreprises », P 52.

➤ **Besoin d'indépendance** : Nombre d'études de cas d'entrepreneuriat révèlent que le désir d'être indépendant et autonome est l'explication fréquemment donnée comme motif de création d'une nouvelle entreprise. Le besoin d'indépendance et d'autonomie sont considérés comme attribut des entrepreneurs. Ils ont été reconnus comme des motivations à entreprendre³. Selon A. Shapero, Les premiers mobiles de l'entrepreneur sont le besoin d'indépendance, le désir d'être son propre patron et l'aspiration à l'autonomie⁴.

La notion d'entrepreneur est liée à la capacité de pouvoir régler soi-même son travail (Donckels, 1984). Autrement dit, la personne détermine les tâches à effectuer et le planning à respecter pour parvenir aux résultats escomptés. Certains traits de la personnalité des entrepreneurs peuvent faire en sorte que "leur indépendance est la chose la plus désirable au monde" (Sweeney, 1982).

Pour Stevenson⁵ (1987), les jeunes sont motivés pour entreprendre depuis assez longtemps, souvent dès leur enfance. La motivation des jeunes entrepreneurs est l'indépendance, d'échapper aux ordres des supérieurs et le besoin de réalisation personnelle pour gagner de l'argent. A ce titre, la motivation première des entrepreneurs pour Guillaume (1998), c'est d'être son propre patron. Ils créent surtout par défis avec eux-mêmes (désir d'accomplissement, indépendance...) que par opportunité pour un marché ou à cause de pressions diverses.

Enfin, le fait d'être son propre patron (Albert, Mougenot, 1988) est également la garantie d'un emploi stable pour l'entrepreneur.

➤ **Besoin d'accomplissement** : De nombreux auteurs font du besoin d'accomplissement ou de réalisation une motivation entrepreneuriale dominante⁶. Ce besoin d'accomplissement peut se voir associé à une volonté de créer quelque chose de nouveau (Donckels, 1989) ou d'appliquer des connaissances acquises antérieurement. Par exemple, un manager ayant acquis des compétences et un savoir-faire dans une structure professionnelle antérieure décide de créer son affaire pour y développer des applications. De même, la volonté d'être fier de sa profession, d'être satisfait de son travail (Bragard, 1987) peut se ranger dans cette volonté d'accomplissement. Cela suppose qu'une personne préfère devenir entrepreneur et créer sa propre affaire plutôt que de poursuivre un emploi frustrant ou de subir des tensions dans son entourage professionnel. Enfin, cette motivation peut encore s'interpréter comme un besoin de prouver sa valeur personnelle (Albert, Mougenot, 1988) ou comme la volonté de faire mieux que les autres.

32. Les motivations d'ordre sociologique

Les motivations sociologiques et culturels sont des éléments directement liés aux différents milieux connus et fréquentés par les individus, et qui peuvent jouer un rôle sur leur propension à entreprendre.

➤ **Le milieu familial** : Plusieurs recherches indiquent que les entrepreneurs proviennent le plus souvent de familles où les parents ou autres personnes proches sont eux-mêmes dans les affaires. Les jeunes grandissant dans ce genre de famille ou d'entourage, considèrent leurs parents ou ses proches comme des modèles à imiter.

³ : GASSE Yvon, Tremblay Maripier « L'impact des antécédents sur les perceptions, attitudes et intentions des étudiants collégiaux et universitaires à l'égard de l'entrepreneuriat », P 9.

⁴ : A FAYOLLE, « Le métier de créateur », Editions d'Organisation, 2003, P 61.

⁵ :E Baccari, « Les motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs Tunisiens : Etude exploratoire », P 8

⁶ : A FAYOLLE, op. cit. P 62.

L'incidence du rang de naissance a fait l'objet de plusieurs études⁷, notamment dans celle de Henning et Jardim, qui ont découvert par exemple, que les femmes cadres dirigeants ont tendance à être des aînées. Ainsi, un aîné ou un enfant unique est entouré d'une attention particulière et acquiert plus de confiance en lui. Hisrich et Brush ont, par exemple, trouvé 50% d'aînées au sein d'un échantillon national de 408 femmes entrepreneurs.

- **L'éducation et l'expérience antérieure :** L'éducation des entrepreneurs a fait l'objet d'abondantes recherches. Ces dernières ont montré que l'éducation joue un rôle important dans l'éveil des entrepreneurs. Elle permet de doter l'entrepreneur de compétences et de connaissances qu'il estime très utiles, même décisives pour la concrétisation de son projet. De plus, L'expérience antérieure joue un rôle déterminant dans la création, la croissance et la réussite de l'entreprise. Il s'ensuit que la connaissance d'une technique et d'un secteur d'activité a une influence non moins importante sur l'activité entrepreneuriale.
- **Le territoire :** Le territoire dans lequel l'entrepreneur passe sa vie personnelle ou professionnelle joue un rôle non négligeable. Un territoire peut, en effet, constituer un pôle d'attraction entrepreneuriale⁸. Il est considéré comme un déterminant grâce à la disponibilité d'atouts naturels tels que la taille, la qualité et la diversité du territoire, la richesse des sols et des sous sols, la disponibilité en eau, la douceur du climat. Nous pensons aussi aux diverses infrastructures de base (réseaux routiers, aéroport, télécommunication, réseaux d'énergie, tissu économique, ...), ainsi qu'aux ressources humaines, financières et technologiques.

La disponibilité de ces dotations matérielles et immatérielles en quantités suffisantes est un puissant facteur d'attraction des entreprises auxquelles elle confère de réels avantages. A l'inverse, leur rareté relative ou leur absence joue comme un sérieux frein à l'émergence de ces entreprises et à leur développement.

33. Les motivations d'ordre économique

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

- **Les ressources humaines :** la présence d'une main d'œuvre qualifiée dans la zone d'implantation favorise l'entrepreneuriat. Une région, où la main d'œuvre est bon marché, voit forcément son taux de création d'entreprise s'accroître.
- **Les ressources financières :** La disposition d'un capital financier de départ encourage l'entrepreneuriat. Ainsi, un entrepreneur ne disposant pas des moyens financiers nécessaires rencontrera plusieurs difficultés.
- **Accessibilité au marché :** L'existence de marchés ouverts influence positivement la création d'entreprise. Cependant, il existe des marchés ouverts mais encombrés, d'autres sont fermés ou très réglementés, l'implantation d'une nouvelle entreprise y quasiment impossible.

Les réseaux personnels et professionnels constituent des éléments facilitateurs et des catalyseurs qui permettent de gagner du temps et de l'efficacité face à la complexité des situations et à la multiplication des démarches et procédures. Ceci justifie parfaitement le vieux dicton : « ce que vous connaissez est bien moins utile que les personnes que vous

⁷ D. Hisrich, M. Peters : « entrepreneurship : lancer, élaborer et gérer une entreprise », Economica, 1991, P 57.

⁸ : A FAYOLLE, « Le métier de créateur », Editions d'Organisation, 2003, P 66.

connaissez.⁹ »

34. Méthodologie de la recherche

Pour les besoins de notre travail, nous avons mené une enquête auprès d'un échantillon de 58 entreprises en élaborant un questionnaire regroupant une série de questions relatives à notre étude visant des dirigeants propriétaires de PME privées dans la wilaya de Béjaïa.

L'enquête de terrain a été réalisée le mois de Novembre 2010. Nous avons récupéré 73 questionnaires sur les 100 entrepreneurs contactés, seulement 58 sont exploitables ce qui représente un taux de réponse de 79,45%. Le reste (soit 15 questionnaires) ont fait l'objet de non réponse ou mal remplis, chose qui nous a obligé à les éliminer de notre étude, vu le manque de leur crédibilité. Parmi les difficultés rencontrées par les enquêteurs, la non disponibilité de certains entrepreneurs, le refus de certains de coopérer avec nous, la non-conformité de quelques questionnaires et l'absence des entreprises sur le terrain : soit que l'entreprise n'existe plus à l'adresse communiquée, soit qu'il s'agit d'un domicile, soit que l'entrepreneur a cessé l'activité.

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

- la disponibilité des entrepreneurs à répondre à notre questionnaire.
- la représentativité des secteurs d'activités existant dans la wilaya de Béjaïa.
- le nombre attractif de création d'entreprises dans cette localité.

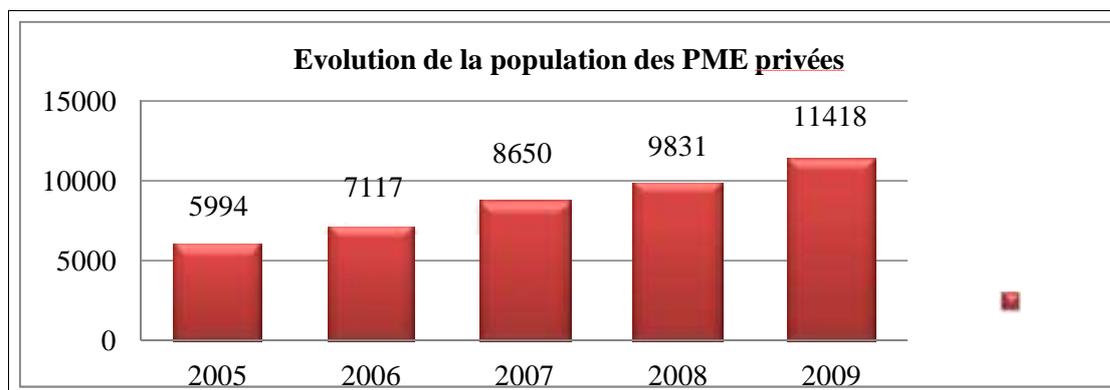
Nous avons opté pour la méthode aléatoire. Ce choix s'explique essentiellement par le fait que l'échantillon a été constitué de façon à éviter les non réponses, réduire les coûts de l'enquête ainsi que ses délais.

4. Les résultats de la recherche

Evolution de la population des PME privées

La wilaya de Béjaïa occupe la quatrième position concernant le nombre de PME après Alger, Oran et Tizi-Ouzou. Elle compte à la fin de l'année 2009, 15.517 PME soit 4,49% du nombre total des PME enregistrées en Algérie.

Le secteur de la PME privée a connu une évolution graduelle depuis 2005 pour atteindre 11418 entreprises privées en 2009. Cette croissance s'explique par l'importance accordée à l'initiative privée grâce au processus de libéralisation croissant de l'économie algérienne et l'ensemble des mesures destinées à promouvoir l'entrepreneuriat privé.



➤ *L'impact économique*

La PME représente la forme la plus courante dans la plupart des économies. Elle est considérée comme sources :

⁹ : A FAYOLLE, « Le métier de créateur », Editions d'Organisation, 2003, P 67.

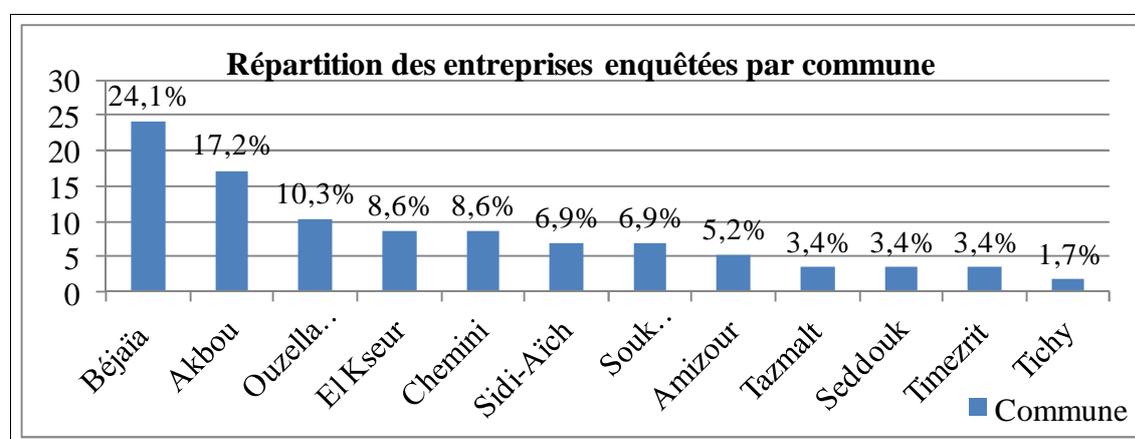
Emploi : En 2009, les emplois créés ont atteint 39 782 emplois par les PME privées contre 1 812 emplois pour les PME publiques. Soit une évolution de 27,25% par rapport à l'année précédente.

Innovation : il est possible de parler d'existence d'activité d'innovation dans certaines PME privées. Cette activité correspond plus à des modifications et des améliorations de produits, en somme une valorisation-optimisation des moyens en place, qu'à des innovations radicales.

Exportation : Pour l'exercice 2010, 15 PME privées ont exporté pour un montant de 1.114.479,37€ et 15.993,00 \$Eu. L'essentiel des ventes à l'étranger était réalisé par les grandes entreprises CIVITAL et IFRI.

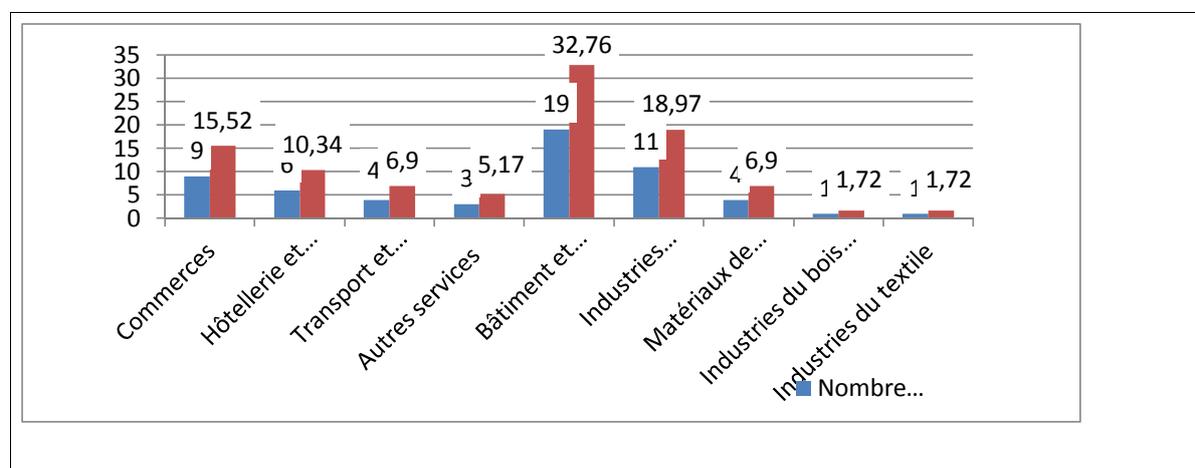
➤ **Répartition des entreprises par commune**

Notre enquête a touché 12 communes de la wilaya de Béjaïa, La plupart des entreprises enquêtées se concentrent dans la ville de Béjaïa (24,1 %), parce qu'elle dispose de plus de commodités et d'avantages économiques comparativement aux autres villes. Suivi de la commune d'Akbou avec un taux de 17,2%, la commune d'Ouzellaguen avec 10,3% et les communes d'Elkseur et Chemini avec 8,6% chacune d'elle.



➤ **La répartition des entreprises enquêtées selon le secteur d'activité**

Les entreprises enquêtées appartenant aux différentes branches d'activité comme l'industrie, Bâtiment et travaux publics et les services. Notre échantillon abrite huit (08) secteurs d'activité. La plus grande fréquence revient au secteur de Bâtiment et travaux publics avec 19 unités, soit 32,76% des entreprises enquêtées, suivi du secteur de l'industrie de l'agro-alimentaire 18,97% (11 unités) et du commerce avec 15,52% (9 unités).



5. Les résultats de l'enquête

5.1. Les caractéristiques et antécédents des entrepreneurs

- Les hommes représentent une part très importante, au sein de la catégorie sociale entrepreneur. En effet, 98,3 % des enquêtés sont des entrepreneurs-hommes. La part des entrepreneurs-femmes est très négligeable, elle représente que 1,7% de la population enquêtée. Ceci montre que la fonction de l'entrepreneur reste fermée aux femmes. Les caractéristiques de la société algérienne ne facilitent pas l'intégration des femmes dans le monde des affaires.
- 69% entrepreneurs se situent dans la fourchette d'âge 30 à 50 ans. L'entrepreneur se lance dans la création à un âge mûr, après avoir acquis une importante expérience professionnelle et rassemblé les capitaux nécessaires pour l'investissement.
- 70,7% des enquêtés investissent dans leur commune de naissance. Cela s'explique par l'utilisation des entrepreneurs de leurs propriétés familiales qui sont proches du lieu de résidence et la volonté de participer au développement de leur région.
- 63,8% des créateurs enquêtés sont à la fois propriétaires et gérants. Ils dirigent eux-mêmes leurs affaires et prennent seuls les décisions qui paraissent importantes pour leur entreprise.

Le milieu familial

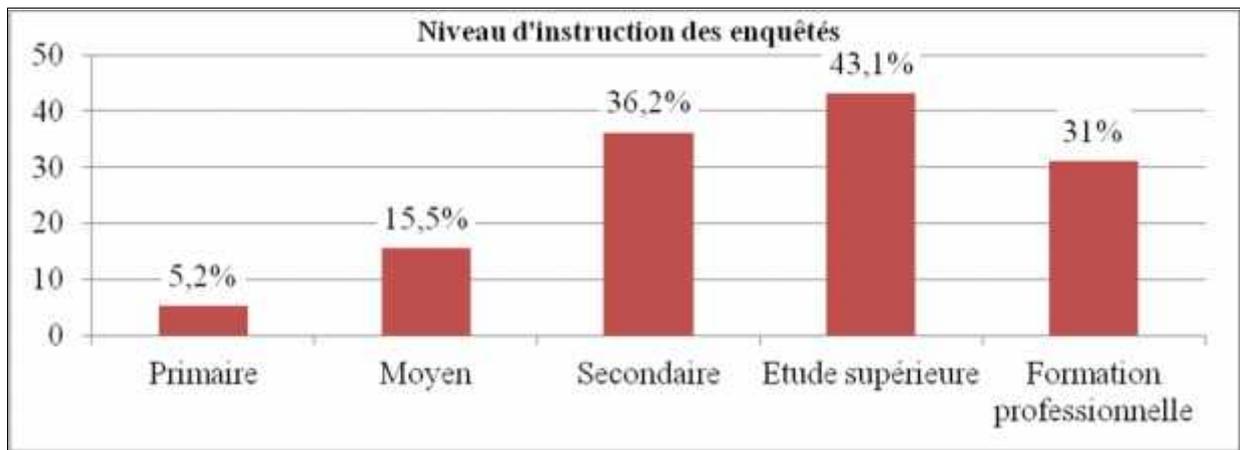
- Plus de la moitié des répondants, soit 53,45% des entrepreneurs enquêtés sont des aînés de la famille. 32,76% sont à un rang intermédiaire et 13,79% représente les cadets de la famille. Ces résultats sont expliqués par la coutume locale au droit d'aînesse, vers l'entrepreneuriat. Les aînés ont tendance à être choisis pour succéder au père.
- Les entrepreneurs sont issus de différents milieux : ceux ayant vécu dans un milieu de salariés et ceux entourés d'entrepreneurs. Il ressort que 34,5% des entrepreneurs enquêtés provenant d'une famille entrepreneuriale. En effet, le fait d'avoir un père qui travaille en tant qu'indépendant marque fortement l'entrepreneur. S'agissant de la profession de la mère, 96,55 % des entrepreneurs affirment avoir une mère, sans profession.
- 63,8 % des enquêtés, estiment que leurs parents ont exercé une grande influence sur eux. Ceci montre que les parents jouent un rôle dans la consolidation de la personnalité de l'entrepreneur et dans son engagement dans l'aventure de l'entreprise.
- 56,9 % des entrepreneurs enquêtés, affirment ne pas être seuls en affaires dans la famille, puisqu'ils ont souvent un père, un frère ou un cousin entrepreneur.

La situation professionnelle antérieure

- 32,8% des entrepreneurs enquêtés, sont issus de l'industrie. 29,3% des enquêtés sont issus du commerce. 24,1 % sont issus de l'administration. Enfin, les entrepreneurs issus des études représentent 10,3%.
- L'expérience professionnelle joue un rôle important dans le choix du secteur d'activité. En effet, 56,9 % des enquêtés ont déclaré avoir travaillé et acquis suffisamment de compétences dans un secteur même que celui où ils ont créé leurs entreprises. 79,3% des entrepreneurs ont signalé avoir une expérience professionnelle et des compétences dans d'autres domaines.

Niveau d'instruction des entrepreneurs

- Les études et formations suivies ont également une influence sur le choix du secteur d'activité. Ce graphique fait apparaître que la majeure partie des entrepreneurs enquêtés, ont un niveau supérieur (43,1%) ou secondaire (36,2%). 31% issus de la formation professionnelle. Pour ceux ayant un niveau fondamental (15,5%). Le pourcentage des entrepreneurs, ayant un niveau primaire, n'est que de 5,2 %.



5.2. Caractéristiques des entreprises

Effectif des entreprises

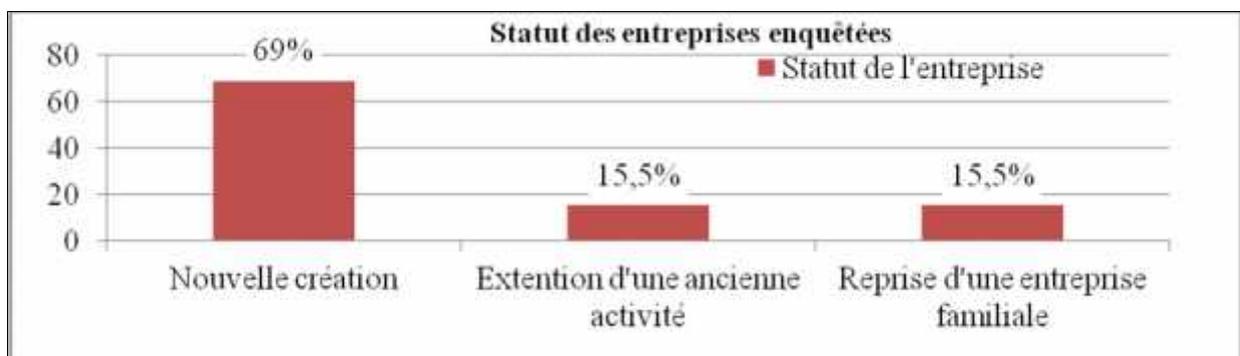
- La majorité des entrepreneurs ont débuté petit lorsqu'ils ont créé leur entreprises. En effet, 82,8% des entreprises enquêtées sont des micro-entreprises à la création, au moment de l'enquête, elles représentent 51,7%. La catégorie petite entreprise occupe le second rang avec un taux de 13,8 % à la création, ce pourcentage a augmenté pour atteindre 43,1%. Enfin, la moyenne entreprise représente une part relativement faible, soit 3,4% à la création, actuellement, elle est de 5,2%.

La forme juridique des entreprises

- Plus de la moitié des entreprises enquêtées sont des entreprises individuelles (55,2%), forme la plus facile d'entrée dans les affaires en créant des micro-entreprises. La forme juridique SARL concerne 22,4% des entreprises enquêtées, les entrepreneurs optent pour cette forme en raison des avantages qu'elle présente. Suivi par la forme SNC, 13,8%. Les EURL et les SPA représentent respectivement des taux faible 5,2% et 3,4%.

Statut des entreprises enquêtées

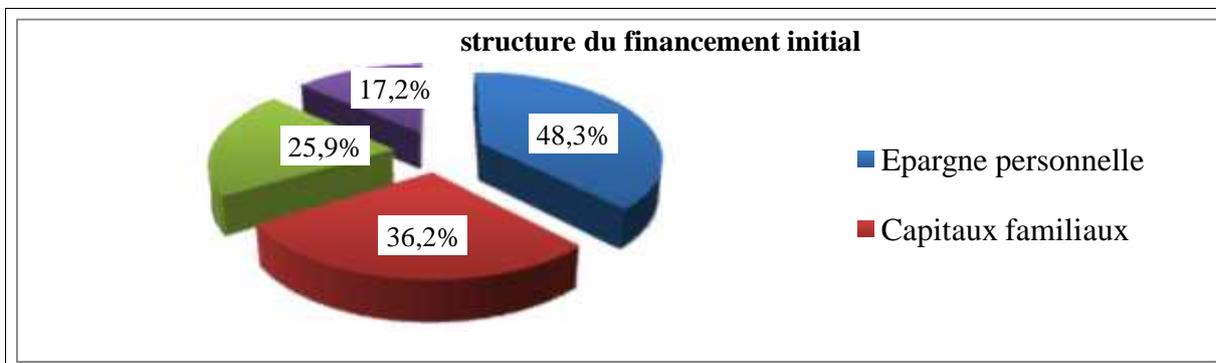
- La plupart des entreprises, 69% sont de nouvelles créations. 15,5% sont des extensions d'une ancienne activité et enfin 15,5% sont des reprises d'une entreprise familiale. De plus, le rythme de création d'entreprises s'est accéléré, puisque sur un total de 58 entreprises enquêtées, 50, soit 86,2 %, ont été créées durant les années 2000.



- Sur 39 répondants, 61,53% ont investi entre [100000 DA et 500000 DA]. Ceci s'explique par le fait que les entrepreneurs choisissent des secteurs et des activités qui ne nécessitent pas trop de financement au démarrage de l'entreprise.

Structure du financement initial

- Les résultats montrent que les capitaux initiaux investis, proviennent essentiellement de l'épargne personnelle des entrepreneurs (48,28%) et des capitaux familiaux (36,21%). 25,86% des entrepreneurs ont emprunté de l'argent chez des amis et en dernière position viennent les emprunts bancaires avec 17,24 %. Cette faible part des financements bancaires s'explique par la difficulté d'accéder aux crédits bancaires ou bien la volonté des entrepreneurs de rester indépendants et autonome en s'appuyant sur les ressources familiales.

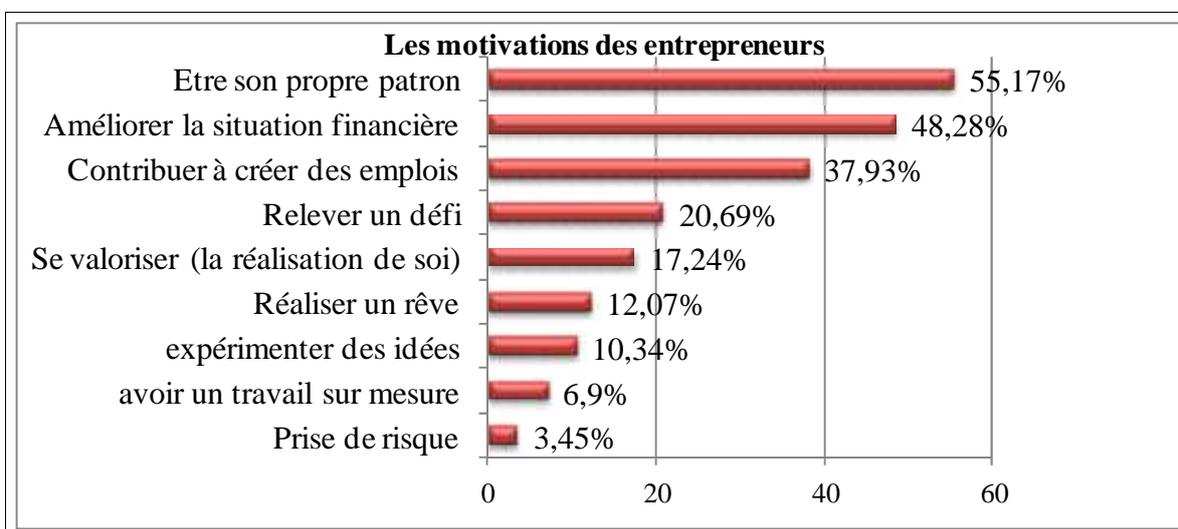


- De plus, 75,9 % (44 entreprises) n'ont pas bénéficié d'aide de la part des organismes publics. Seulement 14 entreprises ont bénéficié des avantages des dispositifs ANSEJ et ANDI avec une part de 12,1% chacun d'eux.

5.3. Les motivations à l'égard de la création d'entreprise

Les principales motivations à être entrepreneur

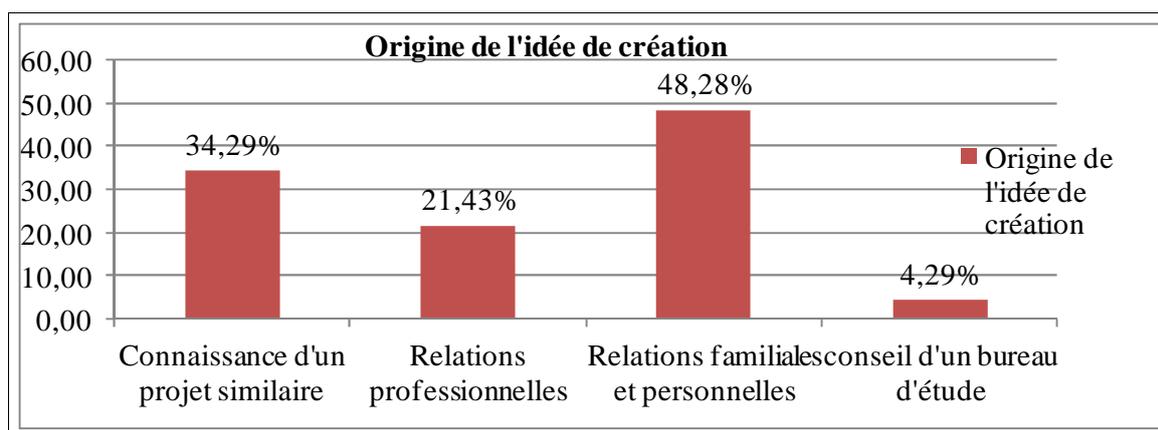
- L'aventure entrepreneuriale se nourrit de motivations très variées. La plupart des entrepreneurs sont motivés essentiellement par la volonté d'être le propre patron, 55,17 %, améliorer la situation financière, 48,28 % et l'envie de créer des emplois, 37,93%.



L'origine de l'idée de la création d'entreprise

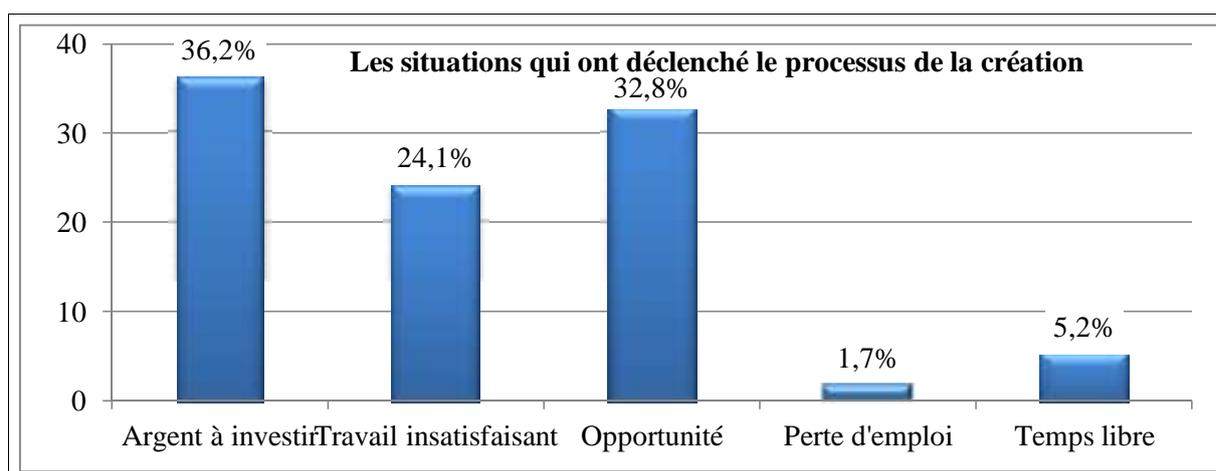
- Nous constatons que les réseaux informels dominent, car peu d'entrepreneurs (soit 4,29% enquêtés) ont recouru aux bureaux d'étude pour les orienter et les conseiller, par contre l'appui de la famille, des amis et voisins est très apparent. Les relations familiales et personnelles sont dans 48,28% des cas à l'origine de l'idée de création de l'entreprise. En deuxième position vient la connaissance d'un projet similaire avec 34,29%, de là ressort

l'importance du phénomène d'imitation. Suivi des relations professionnelles avec 21,43% des enquêtés.



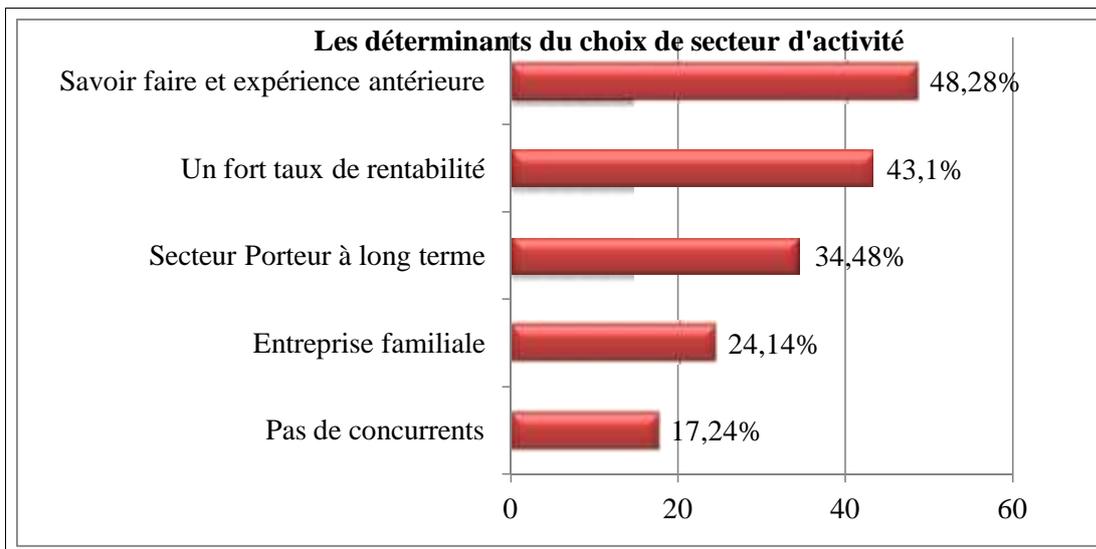
Les situations qui ont déclenché le processus de création de l'entreprise

- Il ressort de notre enquête que 36,2 % des entrepreneurs ont lancé leur entreprise, parce qu'ils avaient de l'argent à investir. Cet argent provient essentiellement de l'épargne personnelle et de capitaux familiaux. 32,8 % des entrepreneurs ont déclaré que le point de départ dans leur création a été une occasion saisie.



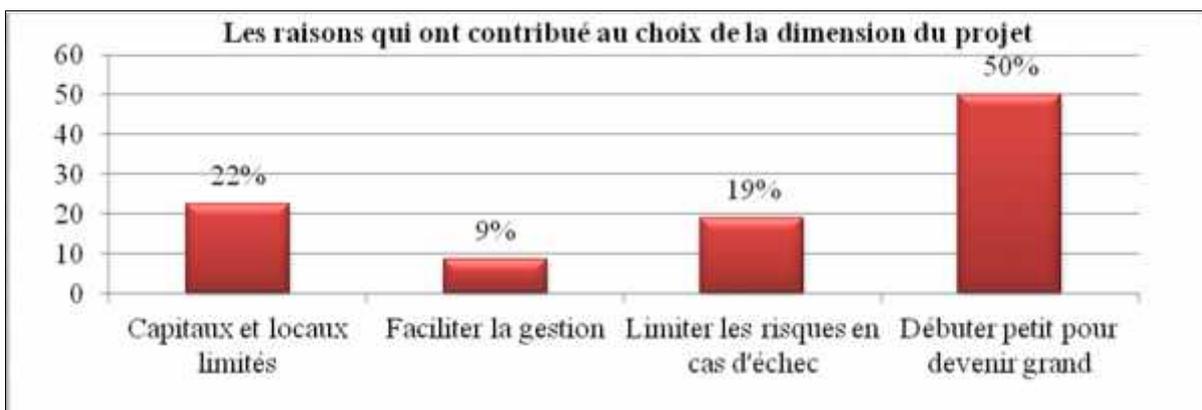
Les déterminants du choix de secteur d'activité

- Nous constatons que le facteur principal, est l'existence du savoir-faire et d'expérience antérieurs (48,28%). En effet, la majorité des entrepreneurs ont signalé avoir acquis suffisamment d'expérience et de savoir-faire dans le même secteur que celui ou ils ont créé leurs entreprises. Certains entrepreneurs (soit 43,10% des enquêtés) ont déclaré avoir choisi un secteur parce qu'il est caractérisé par un fort taux de rentabilité.



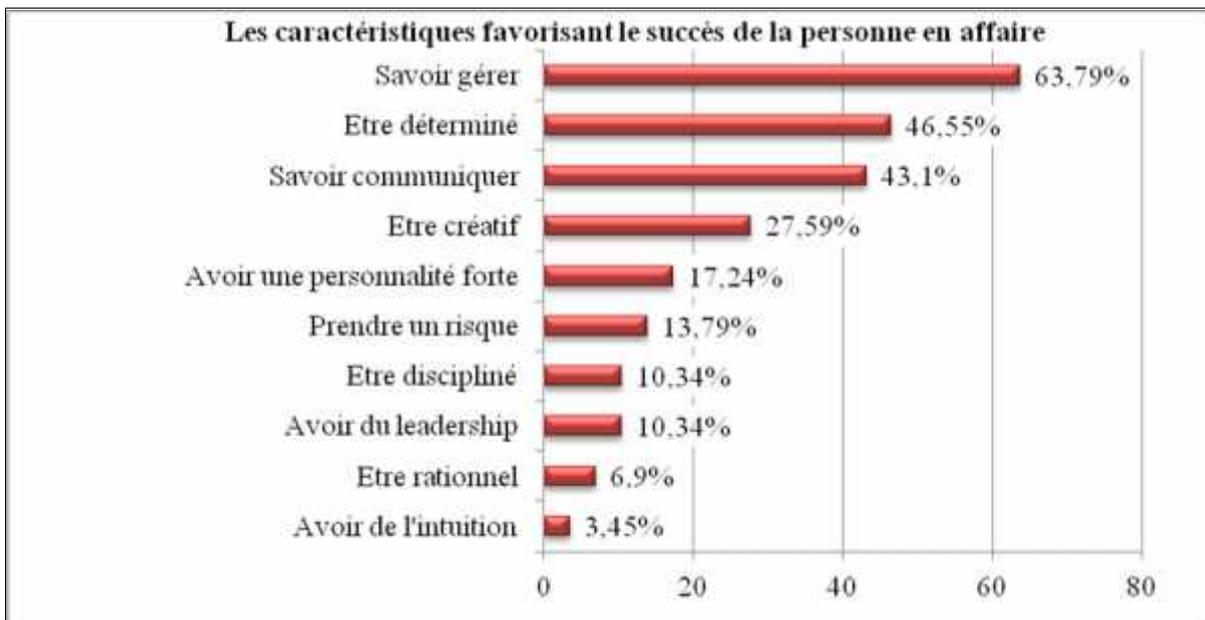
Les raisons qui ont contribué au choix de la dimension du projet

La moitié 50% des enquêtés, soit 29 entrepreneurs, ont déclaré avoir créé des micros et des petites entreprises lors du démarrage afin de mieux gérer l'entreprise et limiter les risques en cas d'échec. Pour eux « débiter petit pour devenir grand » est la raison principale du choix de la dimension. Ils disent qu'avec le temps, la persévérance et la bonne organisation que l'entreprise grandie.



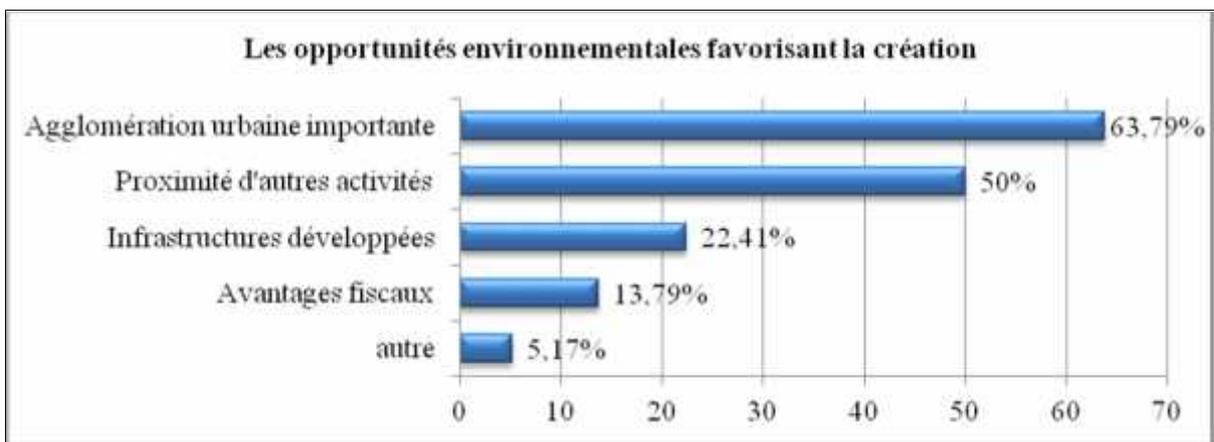
Les caractéristiques favorisant le succès de la personne en affaires

- Selon les entrepreneurs enquêtés, la caractéristique la plus importante pour connaître le succès en affaires est « savoir gérer » (63,79 %), suivi « d'être déterminé » (46,55 %) et de « savoir communiquer » (43,10 %). L'entrepreneur doit nécessairement avoir ces caractéristiques, s'il veut réellement se maintenir dans l'activité entrepreneuriale.



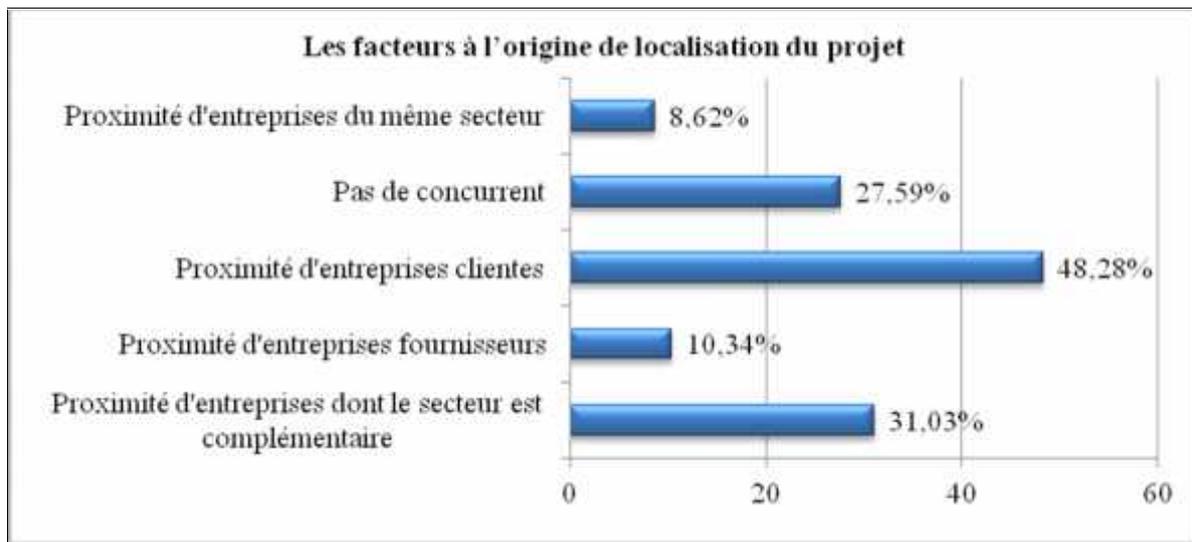
Les opportunités environnementales favorisant la création

- L'acte d'entreprendre n'est pas seulement lié aux caractéristiques de l'entrepreneur mais également déterminé par les facteurs environnementaux. Il ressort de notre enquête que 63,79% des enquêtés ont localisé leurs activités dans les agglomérations urbaines. Cela s'explique par les avantages qui se présentent au sein des agglomérations. D'autres, soit 50% des cas ont répondu pour le facteur de la proximité d'autres activités. Ce qui présente des atouts certains et favorise des contacts directs avec les autres entrepreneurs.
- Cette proximité permet la circulation d'information sur le processus de production, le produit, le marché, de bénéficier d'une certaine publicité, être connu par des clients ou fournisseurs. Elle permet enfin, de discuter des différents problèmes rencontrés par les entrepreneurs : aménagements, alimentation en énergie et problèmes du foncier.



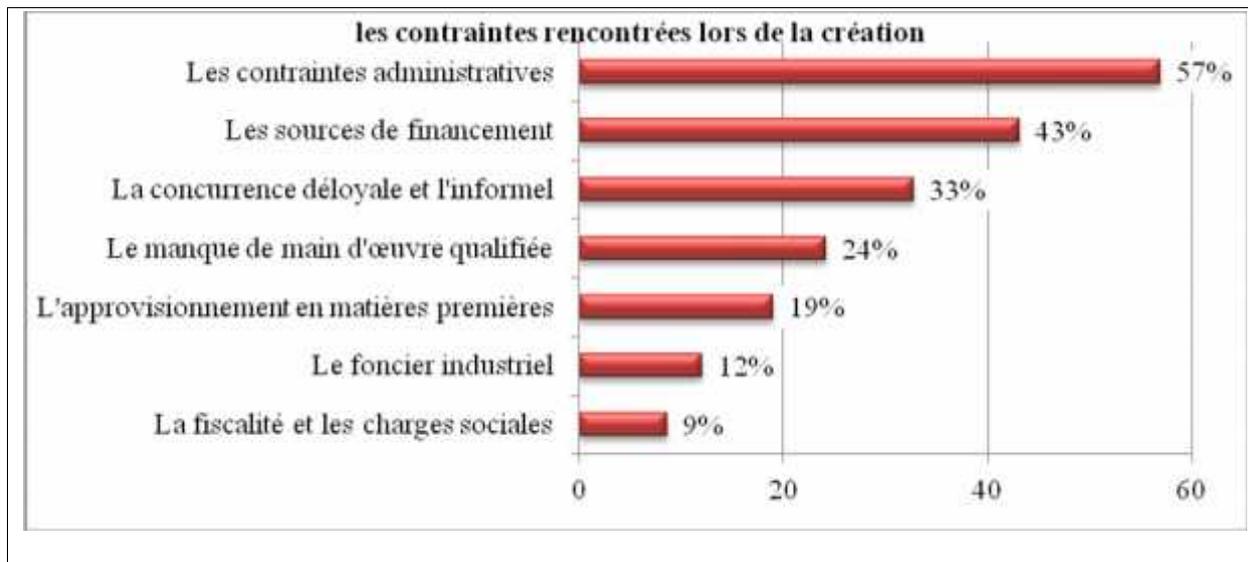
Choix de localisation et proximité

- Le graphique montre que le choix du secteur d'activité dans la région s'explique en majorité, 28 entreprises (48,28%), par l'existence du marché aval (débouchés/clients) et 31,03% par l'existence d'entreprises de secteur complémentaire. Ce qui renvoie à l'importance de la proximité géographique dans les choix de localisation. 16 entrepreneurs (soit 27,59%) ont répondu pour le motif du secteur choisi est vierge. Ceci est expliqué par le fait que certaines activités n'existaient pas encore, et qui offrait des créneaux d'investissement non exploités, constituant ainsi une opportunité à saisir.



5.4. Contraintes à la création et dans les projets de l'entreprise

- A travers notre enquête, nous avons constaté que les entrepreneurs privés sont soumis à plusieurs contraintes. 56,9% des enquêtés ont déclaré que les lenteurs administratives et les contraintes réglementaires désavantagent l'initiative privée. 25 entrepreneurs (soit 43,1%) ont rencontré des difficultés d'ordre financière (manque de collaboration et absence d'intégration des institutions financières). De plus, les entrepreneurs privés, subissent plusieurs formes de concurrence déloyale, qui représente 32,76% des cas, face au commerce et à l'emploi informels, qui tendent à se développer de manière irrationnelle.



- Les principales recommandations des entrepreneurs sont : Améliorer les services administratifs et la lutte contre la bureaucratie, faciliter l'accès au financement et au foncier industriel, améliorer le système de formation pour les besoins de l'économie, lutte contre la concurrence déloyale, le marché informel et la contrefaçon.

Conclusion

Notre travail avait pour objectif de présenter l'évolution des PME dans la wilaya de Béjaïa, d'identifier les raisons poussant l'entrepreneur privé à créer son entreprise. Plus précisément, nous avons interrogé sur le profil personnel de l'entrepreneur, ses origines sociales, ses trajectoires professionnelles, ses motivations et les déterminants de son action et

enfin les opportunités environnementales favorisant la création. Au terme de notre travail, nous avons conclu ce qui suit:

1. La dynamique du secteur privé, à travers notre échantillon, est due pour une large part à la disponibilité des capitaux à investir, qui proviennent essentiellement de l'épargne personnelle ou bien de la fortune familiale. Notre étude montre que les relations familiales et personnelles des entrepreneurs sont à l'origine de l'idée de la création du projet. De plus, le fait d'avoir dans la famille des modèles d'entrepreneurs (parents, frères) constitue un facteur déterminant dans l'engagement dans les affaires.
2. Il ressort que l'expérience professionnelle et les études suivies sont déterminantes dans le choix du secteur dans lequel investir et dans la vie de l'entreprise. L'expérience professionnelle permet d'acquérir et perfectionner les techniques de production et la maîtrise du métier, ainsi que la possibilité de tisser différents réseaux pouvant s'avérer d'une importance primordiale une fois lancé dans l'activité de création. Les études avec le savoir, apportent prestige, savoir faire et l'accès à un nombre de réseaux informels.
3. Il est à noter que la plupart des entrepreneurs investie essentiellement dans les secteurs : dans lesquels possède de savoir-faire et d'expérience antérieurs, à faible intensité capitalistique et offrant des taux de rentabilité élevés.
4. Les entrepreneurs de la wilaya de Béjaïa ont des origines socioprofessionnelles diverses, et ont suivi des itinéraires multiples. Ils sont motivés, principalement, dans leurs actes d'entreprendre par la recherche de l'autonomie, le gain d'argent et la volonté de créer de l'emploi. Pour eux, les caractéristiques les plus importantes pour réussir en affaires est: savoir gérer et communiquer et être déterminé.
5. Concernant l'implantation géographique, l'échantillon révèle une forte concentration spatiale des entreprises enquêtées au niveau des agglomérations urbaines où les infrastructures de base sont développées et à proximité des autres activités.
6. Enfin, La création d'entreprise dans la wilaya de Bejaia est la synthèse d'un engagement individuel et d'un environnement qui paraît favorable à l'entrepreneuriat. Elle est la résultante d'un ensemble de facteurs liés à l'environnement immédiat de l'entrepreneur (relations familiales, amicales et professionnelles).
7. Les contraintes auxquelles se sont confrontées ces entreprises sont principalement la bureaucratie administrative, le manque de financement, la concurrence déloyale et l'informel.

Bibliographie

1. D.Hisrich, M. Peters : « entrepreneurship : lancer, élaborer et gérer une entreprise », Economica, 1991.
2. A. Fayolle « Le métier de créateur d'entreprise », Editions d'Organisation, 2003
3. A.Fayolle, Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre, Dunod, janvier 2004.
4. A. Fayolle (2005), « L'entrepreneur, entre ordre et désordre », in Alternatives économiques, Hors-série n° 65, 3^e trimestre,
5. M. Marchesnay, Julien P A, « L'entrepreneuriat », Economica, Paris, 1996
6. Schumpeter J. : « théorie de l'évolution économique », traduction sur la 2^{ème} édition, Dalloz, Paris, 1938.
7. T.Vestraete, Entrepreneuriat : connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes, L'Harmattan, 1999.
8. P. Albert, P. Mougnot, La création d'entreprises high-tech. Revue Française de Gestion, n° 68, mars-avril, (1988)
9. E. Baccari, « Les motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs Tunisiens:

- Etude exploratoire », Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse, octobre 2006.
10. S. Boutillier, « l'économie de l'entrepreneur ou l'entrepreneur deus ex machina du capitalisme », mars 2007, n° 146. Site internet : <http://riien.univ-littoral.fr/wp-content/uploads/2007/03/doc%20146.pdf>
 11. JC. Cachon, « entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi ? », Site internet : <https://zone.biblio.laurentian.ca/dspace/bitstream/10219/229/1/Cachon%20RNO%2013-14.pdf>
 12. M. Coster, « entrepreneur et entrepreneuriat » in Françoise DANY, « cadres et entrepreneuriat : mythes et réalités », 06 juin 2002. Site internet : <http://gdr-cadres.cnrs.fr/cahier/Cahier3.pdf>
 13. Y. Gasse, « l'influence du milieu dans la création d'entreprises », Centre d'Entrepreneuriat et de PME. Québec, université Laval, 2003
 14. Y. Gasse, T Maripier, « L'impact des antécédents sur les perceptions, attitudes et intentions des étudiants collégiaux et universitaires à l'égard de l'entrepreneuriat », XVIème Conférence Internationale de Management Stratégique Montréal, 6-9 Juin 2007.
 15. Didier Van Caillie et Claire Lambrecht, « L'entrepreneur, ses motivations, sa vision stratégique, ses objectifs », Université de Liège, mai 1995.
 16. Thierry VESTRAETE, Alain FAYOLLE, « paradigmes et entrepreneuriat », revue de l'entrepreneuriat, vol 4, n° 1, 2005.
 17. A. Tounes, « l'entrepreneur : l'odyssée d'un concept », n° 03-73, site internet : <http://www.entrepreneuriat.auf.org/IMG/pdf/03-73.pdf>
 18. Rapports d'activité de la direction de la PME et de l'artisanat de la wilaya de Béjaïa (2006, 2007, 2008, 2009).
 19. Chambre du commerce et de l'industrie, 2010.
 20. M. Belattaf, « *Les politiques d'appui à la compétitivité des entreprises algériennes : Cas des programmes de mise à niveau des PME* », in « La compétitivité des entreprises, des territoires et des Etats d'Europe : Conséquences pour le développement et la cohésion de l'UE », ouvrage collectif, Edition de l'USE-Pozna (Pologne), 2008.
 21. M. Belattaf, « *Territoire, banques et création d'emploi en Algérie : le cas de la PME et des micro-entreprises de la wilaya de Béjaïa* », in « Entrepreneurs et PME : approches algéro-françaises », Ouvrage collectif CNAM-CREAD, édition L'Harmattan, 2004.
 22. M. Belattaf & A. Mouloud, « *Le climat institutionnel de l'investissement des PME maghrébines : étude comparative Algérie, Maroc et Tunisie* », pp 28-50, in Revue « Economie et Management » de l'Université de Tlemcen, n°9 octobre 2009.
 23. M. Belattaf, « *De la compétitivité d'un pays : cas de l'Algérie* », in Les Annales de l'Univ. de Valahia de Targoviste (Roumanie), XVI^{ème} Année – N° 25 – 2009 (P 99-122)
 24. M. Belattaf, « *Evaluation de la dynamique territoriale et de financement de la PME et son impact sur le développement local : cas de la wilaya de Béjaïa* » in Revue de Recherches économiques et managériales – N°2 – déc. 2007 ; FSEG – Univ. de Biskra.
 6. M. Belattaf & N. Gani « *Evaluation de la dynamique du financement de la micro-entreprise de Béjaïa* », in revue Perspectives de l'Université d'Annaba, n°6 juin 2004.
 7. M. Belattaf, « L'aide à la création d'entreprise et dynamique de l'emploi : évaluation de l'expérience de la micro-entreprise dans la wilaya de Béjaïa », in Les Cahiers du CREAD n°58, 2001.
 8. Annales statistiques de la wilaya de Bejaia 2004 à 2010.
 9. Bilan de l'ANDI de Bejaia, 2007.
 10. Bulletins de la PME 2003, 2004, 2005, 2006 (MPMEart).
 11. D. Clerc (2005), « Les théoriciens du capitalisme », in Alternatives éco. , Hors-série n° 65
 12. OCDE (2004), « Encourager l'entrepreneuriat en tant que moteur de la croissance dans une économie mondialisée », 2^{ème} conférence de l'OCDE des ministres en charge de la PME