

**PERCEPTION DE L'ACTE ENTREPRENEURIAL :
CAS DE QUELQUES DIRIGEANTS DE P.M.E AU NIVEAU DE LA WILAYA DE MASCARA**

BENATA Mohammed

Maître assistant à l'université de Mascara
mebenata@gmail.com

Boussadia Hicham

Doctorant

Université de Tlemcen

Abstract :

L'entrepreneuriat est considéré comme un instrument clé permettant d'améliorer la compétitivité entre les nations, de favoriser la croissance économique et d'accroître les possibilités d'emploi. Chercheurs et preneurs de décisions s'accordent pour dire qu'une économie entrepreneuriale est une économie dynamique et innovatrice, c'est-à-dire qui expérimente de nouvelles idées, de nouveaux produits ou processus, ce qui lui permet de se renouveler.

La présente étude a pour objectif de savoir qui sont les dirigeants et les entrepreneurs de la wilaya de Mascara. Pour ce faire, un questionnaire a été soumis aux entreprises qui ont adhéré volontairement et dans l'anonymat de notre enquête. Ainsi, sur 300 questionnaires proposés aux entrepreneurs seuls 183 ont répondu favorablement.

Notre enquête aura à répondre et à traiter des motivations, difficultés et moyens de l'action des entrepreneurs de la wilaya.

ملخص:

تعتبر المقاولة كأداة لتحسين القدرة التنافسية بين الدول، دفع عجلة النمو الاقتصادي و زيادة فرص العمل. اجمع الاقتصاديون و المتخصصين في المجال ان الاقتصاد المقاولة هو اقتصاد ديناميكي و ابتكاري.

الهدف من هذه البحث هو تحديد خصائص المقاولين لولاية معسكر من خلال دراسة ميدانية ل300 مؤسسة. نتائج الدراسة بينت الدوافع و التحفيزات، عوائق و وسائل العمل المقاومية في ولاية معسكر.

Introduction

Etudier l'entrepreneur implique qu'il est nécessaire de prêter attention à ses comportements et ses activités qui s'expriment dans une logique de rétroaction induite par la dynamique et les métamorphoses des systèmes sociaux et économiques dans lesquels il opère.

Sans une théorie de l'entrepreneur, il est impossible de fournir un compte rendu complet des retards qui gouverne la dynamique du cycle des affaires.

Le contenu du concept d'entrepreneur, les qualités et les aptitudes de l'acteur se sont, donc, déplacés avec l'activité économique et les transformations sociales. Ainsi, il a conduit les économistes et les autres spécialistes du domaine dans des voies de recherche et des conceptions très différentes les unes des autres. Le renouvellement du concept s'est étroitement combiné, au fil du temps, avec les impératifs du commerce, de la production, de la direction, et plus récemment, avec la démocratisation

des nouvelles technologies de l'information et de communication. Nous serions tentés de dire qu'à chaque stade de développement du capitalisme correspond un type particulier d'entrepreneur.

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 des produits et services, toute en privilégiant son propre intérêt.

Après une synthèse succincte des étapes fondamentales qui ont limité l'élaboration de la définition de l'entrepreneur, nous présenterons les trois approches de l'entrepreneuriat. L'importance du processus entrepreneurial nous amène à développer

ensuite les motivations incitant à la création d'entreprises.

Enfin une étude empirique concentrée sur la wilaya de Mascara pour répondre et traiter des motivations, difficultés et moyens de l'action des entrepreneurs de la région.

1. Cadre théorique

1.1. La notion d'entrepreneur

La notion d'entrepreneur recouvre de nombreuses acceptions particulières n'ayant parfois que peu de liens entre elles (Cunningham, Lischeron, 1991), de sorte qu'il n'existe actuellement aucun accord précis sur ce que serait réellement la définition de l'entrepreneur (Bygrave, Hofer, 1991; Cunningham, Lischeron, 1991)¹.

L'analyse de l'évolution de la perception de l'entrepreneuriat dans la pensée économique peut toutefois aider à cerner au mieux cet élément essentiel. Trois auteurs ont, à ce titre, considérablement influencé leur époque et la vision que l'on peut avoir de l'entrepreneur : Richard Cantillon (1755), Jean-Baptiste Say (1803) et Joseph Schumpeter (1934, 1947).

- Richard Cantillon

Cantillon (1680-1733) apparaît comme le premier « théoricien » de l'entrepreneur (Bouteiller, 2007). Bien que la spécialisation villes/campagnes ait commencé, le terme d'entrepreneur n'est pas spécifique à une activité particulière : agriculture, commerce ou industrie. Sont considérés comme entrepreneurs aussi bien l'artisan,

¹Ce manque d'homogénéité quant à savoir quelle définition d'entrepreneur prévaut est dû au fait que chaque auteur établit des analyses en partant de caractéristiques particulières à son sujet (Gartner, 1988).

que le fermier ou le marchand, dès lors que leur activité est mue par la recherche du profit. Selon Cantillon, la définition de l'entrepreneur est fondée sur la distinction entre les travailleurs « à gages certains » et ceux « à gages incertains », c'est à dire sans résultat garanti. Ces derniers sont considérés comme des entrepreneurs. Cantillon introduit, ainsi le lien spécifique entre l'entrepreneur et le risque. L'entrepreneur est décrit comme un agent économique qui dirige aussi bien la production que le commerce, et qui assume, seul, les aléas du marché et les fluctuations des prix. Il lui est, cependant, reconnu la capacité d'anticipation du comportement des acheteurs, ce qui lui permet de prévoir les niveaux de prix.

En conséquence, l'entrepreneur peut être défini à tout moment par sa fonction : prévision des risques (Laurent, 1989) et affrontement de l'incertain (Le Van-Lemesle, 1988). Le profit serait alors la juste rémunération d'une activité aussi risquée. Cantillon met ainsi l'accent sur la fonction et non sur la personnalité de l'entrepreneur (Hébert, Link, 1989), adoptant ainsi une position comportementale.

- Jean-Baptiste Say

Say "dessine les fonctions de l'entrepreneur comme un véritable organigramme" (Le Van-Lemesle, 1988). Il fait de l'entrepreneur une pièce maîtresse de l'échange économique (Laurent, 1989) : il envisage une théorie de la production et de la distribution reposant sur le rôle de *coordination* de l'entrepreneur (Shailer, 1994). "L'entrepreneur est en effet le personnage central puisque c'est lui qui combine les facteurs de production" (Le Van-Lemesle, 1988). Cette définition large inclut tous les chefs d'entreprises, propriétaires ou non, et plus largement les responsables d'organisations (Bruyat, 1993).

Dans cette optique, l'entrepreneur d'industrie peut se définir comme "celui qui entreprend de créer pour son compte, à son profit et à ses risques, un produit quelconque" (Say, cite par Le Van-Lemesle, 1988), "celui qui réunit et combine les moyens de production" (Bruyat, 1993).

Cette mission primordiale de l'entrepreneur dans l'économie est composée de différentes tâches : l'entrepreneur, administrateur de la production, est chargé de prévoir non seulement la production mais également son financement et sa rentabilité, d'organiser, de commander, de coordonner et de contrôler. De nombreux talents managériaux sont nécessaires pour être un entrepreneur qui réussit (Long, 1983). De plus, Say y associe des qualités de caractère qu'il juge indispensables : goût du risque, fermeté de caractère et de jugement (Le Van-Lemesle, 1988).

Chez Mill, toute activité nouvelle ou innovante peut générer des sources de profit pour l'entrepreneur. Cette quête de nouveauté et d'innovation est un élément essentiel de la définition de l'entrepreneur. Disciple de Stuart et de Mill, Ricardo développe une approche bien plus réductrice que ses prédécesseurs. Selon Ricardo, la qualité d'entrepreneur est dévolue au capitaliste, propriétaire du capital, seul à accepter de prendre des risques. Propriété du capital et organisation de la

production se trouvent ainsi confondues, de même que la rémunération de ces deux fonctions.

Progressivement le rôle de l'entrepreneur s'estompe au profit du propriétaire du capital.

Chez Marx, l'acte d'entreprendre s'avère une nécessité pour le capitaliste, c'est à dire le détenteur du capital, afin d'extraire la plus value nécessaire à son accumulation. L'entrepreneur est « l'homme aux écus », tandis que la fonction d'organisation devient secondaire.

- Joseph Schumpeter

L'entrepreneur est, selon Schumpeter, le moteur de la « destruction créatrice » : « le capitalisme, répétons-le, constitue, de par sa nature, un type ou une méthode de transformation économique et, non seulement, il n'est jamais stationnaire, mais il ne pourrait jamais le devenir » (Schumpeter, 1979, pages 115-116). Puis, il explique que « l'impulsion fondamentale qui met et maintient en mouvement la machine capitaliste est imprimée par les nouveaux objets de consommation, les nouvelles méthodes de production et de transport, les nouveaux marchés, les nouveaux types d'organisation industrielle – tous ces éléments créés par l'initiative capitaliste » (Schumpeter, 1979, page 116). Il nomme ce processus évolutionniste propre au capitalisme, le processus de destruction créatrice : « 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, 1979, pages 116-117).

L'entrepreneur schumpétérien est l'agent économique du changement. Schumpeter le définit comme l'agent économique qui réalise de « nouvelles combinaisons de facteurs de production » qui sont autant d'opportunités d'investissement (Schumpeter, 1935, page 329-336). Elles se manifestent sous de multiples formes : fabrication de nouveaux biens ; introduction d'une méthode de production nouvelle d'une branche de production vers une autre ; ouverture de nouveaux débouchés ; conquête d'une nouvelle source de matière première ou de produits semi-ouvrés ; réalisation d'une nouvelle organisation.

Pour K. Knight (1967) et Peter Drucker (1970), l'entrepreneuriat consiste à prendre des risques. L'entrepreneur est une personne qui est prête à mettre en jeu sa carrière et sa sécurité financière pour mettre en œuvre une idée, à mettre son temps et son capital dans une entreprise risquée. Une autre définition de l'entrepreneuriat décrit le processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation d'occasions. Ainsi un entrepreneur peut être défini comme « quelqu'un qui agit non en fonction des ressources qu'il contrôle actuellement, mais qui poursuit inlassablement une occasion » (Jeffrey Timmons).

G. Pinchot (1985) introduit le terme d'Intrapreneuring (transposé en « intrapreneuriat » en français) pour décrire les activités entrepreneuriales au sein même d'une grande organisation.

Pour Howard Stevenson, de l'université de Harvard, l'entrepreneuriat est « la poursuite d'une occasion quelles que soient les ressources contrôlées actuellement ».

Pour Verstraete et Fayolle (2005), quatre paradigmes permettent de cerner le domaine de recherche en entrepreneuriat : la création d'une organisation (non réduite à la seule création d'entreprise, les expressions « émergence organisationnelle » ou « impulsion d'une organisation » étant plus appropriées), la détection-construction-exploitation d'une occasion d'affaires, la création de valeur, l'innovation. Ces paradigmes peuvent se combiner, plutôt que s'opposer. Le premier est le plus caractéristique de l'entrepreneuriat, mais ne peut se penser sans les trois autres, qu'il peut incorporer. Le paradigme de l'innovation est le plus contestable, puisque certains phénomènes entrepreneuriaux ne sont pas innovants.

Bon nombre d'études ont été menées au cours des 15 dernières années de manière à affiner le concept d'entrepreneur. Au cours de ces dernières années, ces recherches évoluent dans deux directions : certaines se focalisent sur les traits de la personnalité de l'entrepreneur, d'autres analysent le processus entrepreneurial en tant que résultat de l'action d'un entrepreneur.

1.2. Approches entrepreneuriales

Globalement, trois questions fondamentales peuvent résumer une grande partie de l'activité de recherche en entrepreneuriat. S'inspirant d'une formulation de Stevenson et Jarillo (1990), ce triple questionnement peut ainsi être proposé : « *What on earth is he doing ... ?* » constitue la première interrogation, « *Why on earth is he doing ... ?* » la seconde et, « *How on earth is he doing ... ?* » la dernière. Nous retrouvons ici les approches fonctionnelles ('*what*') des économistes, l'approche centrée sur les individus ('*why and who*') des spécialistes des sciences du comportement et les approches processuelles ('*how*') des gestionnaires (résumé cité par Fayolle, 2002).

2.2.1 Approche fonctionnelle (What)

L'entrepreneuriat et l'entrepreneur font l'objet de nombreuses recherches depuis quelques décennies. Une telle attention s'explique par la reconnaissance du rôle de plus en plus important de l'entrepreneur dans le développement économique des nations et des pays. Ce développement se manifeste par la création d'entreprises impliquant la création d'emplois, donc de richesses.

Le premier paradigme, l'économie des entrepreneurs, qui s'avère dominant, considère le phénomène entrepreneurial du point de vue économique et plus particulièrement celui de la création d'entreprise. L'approche économique conventionnelle a recours aux explications simplistes et traite l'entrepreneuriat comme un phénomène purement économique basé sur la rationalité du marché indépendamment du cadre et de l'environnement

sociétal (Knight, 1921 ; Schumpeter, 1934). Également, elle fonde l'entrepreneuriat dans des constantes biologiques ou psychologiques, telles les propensions à maximiser ou à calculer le profit.

Cette vision, caractérisée par le déterminisme des phénomènes, est insuffisante pour rendre compte de la spécificité de l'activité entrepreneuriale. Elle aborde le sujet (Berger *et al.*, 1993) en négligeant le rôle joué notamment par la culture. Il faut noter que les théories économiques ne tiennent pas compte de l'aspect non quantifiable de l'acte entrepreneurial. Ce sont les théories du comportement et les théories culturelles qui vont aborder cette facette de la question.

2.1.2 Approche sur les individus (Why and Who)

La qualité d'entrepreneur est-elle innée ou acquise? Quel est le profil idéal de l'entrepreneur? Les spécialistes des sciences du comportement ont voulu répondre à ces questions en abordant l'entrepreneur à travers l'approche par les traits et l'approche typologique. L'approche par les traits le décrit par ses caractéristiques psychologiques, ses traits de personnalité, ses motivations, ses comportements, son origine sociale et sa carrière professionnelle. C'est ainsi que Weber s'est intéressé au système de valeurs (Filion, 1997).

McClelland (1961) s'est appuyé, quant à lui, sur le besoin de réalisation (*need for achievement*) et le besoin de puissance pour tenter d'expliquer le comportement des entrepreneurs.

Certains chercheurs, dont Smith (1967) et Hernandez (1999), se sont penchés sur la typologie des entrepreneurs. La pléthore de typologies identifiées par les uns et les autres ne permet pas de retenir un profil de l'entrepreneur type. Ainsi, le comportement de l'entrepreneur apparaît comme la résultante des influences de ses milieux d'appartenance, de son environnement immédiat, à travers l'espace et le temps.

Selon Vesper (1985) et Gartner (1990), la recherche du profil de l'entrepreneur ne répond pas à la question fondamentale, à savoir : comment une entreprise voit-elle le jour ?

L'entrepreneur type est un mythe. Par conséquent, toute typologie qui tenterait de catégoriser les entrepreneurs à partir des traits de personnalité paraît illusoire. Ils optent pour une théorie du comportement, intégrant les variables psychologiques et les variables sociales et économiques dans le processus entrepreneurial. Le débat historique, qui a opposé Gartner (1988), tenant de l'approche sur le processus de création d'organisation, à Carland *et al.*, (1988), partisans de l'approche par les traits de personnalité, a été déterminant dans la rupture épistémologique au niveau des recherches sur l'entrepreneur et l'entrepreneuriat. Mais le comportement est influencé par une série de facteurs environnementaux, culturels, et de traits de personnalité, cette relation étant systématisée par plusieurs auteurs.

2.1.3 Approche sur les processus (How)

La reconnaissance, même tardive, du caractère complexe et multidimensionnel de la création d'entreprise a inauguré l'ère de l'approche sur les

processus entrepreneuriaux (Gartner, 1985 ; Bruyat et Julien, 2001). La diversité des entrepreneurs et de leurs projets d'entreprise a mobilisé plus d'un chercheur, une vingtaine peut-être, dans l'étude du processus entrepreneurial, défini comme suit : « *The entrepreneurial process involves all the functions, activities and actions associated with the perceiving of opportunities and the creation of organisations to pursue them* » (Bygrave et Hofer, 1991 : 14, cité par Fayolle, 2002 : 6). Deux conceptions marquent cette nouvelle étape : l'émergence organisationnelle et l'opportunité entrepreneuriale.

Par ailleurs, la plupart des études menées se focalisent sur les facteurs environnementaux et sociaux et les caractéristiques individuelles pour expliquer le comportement entrepreneurial. L'interaction dynamique de ces divers éléments concourt à l'activation du processus entrepreneurial, décrit comme l'émergence d'une activité nouvelle innovante ou non.

Les recherches relevant du troisième paradigme ont adopté deux approches différentes : L'approche déterministe (dominante) selon l'idéologie, la culture et les structures sociales (Weber, 1930 ; Tribou, 1995) et l'approche volontariste ou du changement selon la décision de l'individu pour exploiter l'opportunité d'affaires (Shapero et Sokol, 1982). Il ressort de toute cette littérature que l'entrepreneuriat est multidimensionnel ; plusieurs facteurs d'ordre économique, social, culturel, psychologique et politique influencent la décision d'une personne à créer une entreprise (Julien et Marchesnay, 1996 ; Boutillier et Uzunidis, 1999).

1.3. 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, Mougenot, 1988). Par ailleurs, "au cours du processus de création, l'entrepreneur va souvent modifier ses manières de voir ou ses buts, procéder à des apprentissages, son projet peut également évoluer et des partenaires nouveaux s'impliquer" (Bruyat, 1994, p.96). Il apparaît dès lors intéressant d'identifier les facteurs de motivation des entrepreneurs ainsi que la manière dont ils évoluent et dont ils orientent les choix des objectifs assignés à l'entreprise.

1.3.1. Les motivations d'ordre personnel

1.3.1.1. L'accomplissement personnel

L'entrepreneur a, avant toute autre motivation, un souhait d'épanouissement et de développement

personnel (Albert, Mougenot, 1988). Il a la volonté de se réaliser et de réaliser ses ambitions.

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.

Ainsi, certains chercheurs souhaitent pousser des résultats de recherche vers une exploitation économique et optent dès lors pour la création de leur propre entreprise. Ou encore, un manager ayant acquis des compétences et un savoir-faire dans une structure professionnelle antérieure décide également de créer son affaire pour y développer des applications (Albert, Mougenot, 1988).

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. "Au Royaume Uni, on a constaté que les départs volontaires de personnes s'estimant frustrées dans les entreprises constituait la principale source de création d'entreprises d'ingénierie" (Sweeney, 1982). La Petite ou Moyenne Entreprise est en fait considérée par ses "propriétaires" comme le moyen d'avoir à la fois un instrument de travail et de réalisation de soi, doublé d'une position sociale, beaucoup plus que comme un moyen de faire fructifier un capital (Hirigoyen, 1981).

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.

Certaines personnes "éprouvent un vif besoin d'accomplissement à travers la responsabilité de prendre elles-mêmes des décisions" : il s'agit d'un besoin d'accomplissement par le travail. Cela nécessite de leur part un effort considérable pour avoir une vision globale du processus mais cette compréhension est également un des facteurs clef de la satisfaction dans le travail. (Sweeney, 1982).

1.3.1.2. L'indépendance personnelle

Le passage au statut d'entrepreneur peut être vu comme un épanouissement et un développement personnel (Albert, Mougenot, 1988). Cette source de motivation peut se comprendre dans plusieurs acceptions.

Tout d'abord, la notion d'entrepreneur est liée à la faculté 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).

Ensuite, l'entrepreneur a la possibilité d'agir selon ses propres idées et initiatives (Donckels, 1984). Le statut d'entrepreneur permet d'échapper aux contraintes parfois trop fortes qu'un travailleur peut subir dans son environnement professionnel. Cette notion est à

rapprocher de l'accomplissement personnel, étant entendu que le changement de statut est perçu comme une échappatoire à des conditions de travail trop pénibles. "Le souhait d'indépendance et la frustration engendrée par l'ancienne organisation se rangent parmi les raisons les plus souvent citées" pour la création d'entreprise (Sweeney, 1982).

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

1.3.2. Les motivations d'ordre familial

Le poids de la tradition familiale pèse lourd sur les motivations avouées des nouveaux entrepreneurs. L'environnement familial peut exercer une double influence:

D'une part, il peut inciter un jeune à imiter un membre de la famille (souvent le père) et le décider à créer sa propre affaire. La plupart des entrepreneurs ont des parents qui sont propriétaires ou ont créé leur propre affaire (Sweeney, 1988). "Très souvent, dans un pays où il y a beaucoup d'entreprises familiales, ce fait est source de création, parce que le fils est comme le père, il crée une entreprise" (Sweeney, 1982). "L'environnement le plus favorable pour un candidat créateur semble être un milieu familial qui associe une image positive à l'entreprise privée" (Bragard et al., 1987).

D'autre part, reprendre et agrandir l'affaire familiale est souvent considéré comme un "must" qui pousse les enfants à continuer l'œuvre de leurs aînés (Bragard, 1987).

1.3.3. Les motivations d'ordre financier

1.3.3.1. L'alternative au chômage

Le licenciement peut avoir un rôle déclencheur, surtout s'il est associé à une opportunité de reprendre une affaire. En effet, certaines personnes sont prêtes à tout pour éviter de rester sans emploi (NN, 1988), et le statut d'entrepreneur leur permet d'échapper aux contraintes de l'environnement.

Pour certaines personnes, devenir entrepreneur peut provenir d'une nécessité "de créer un emploi qu'il a renoncé à trouver par ailleurs". Pour l'initiateur de ce type de projet, il s'agit de créer plus son emploi qu'une entreprise (Bruyat, 1994). Certains créateurs sont des chômeurs de longue durée n'ayant généralement pas d'autre issue que de tenter de créer leur propre emploi (Bruyat, 1994).

1.3.3.2. Les incitants financiers

La recherche d'un enrichissement personnel, même si elle n'est pas le principal argument avancé par les entrepreneurs, n'est pas pour autant absente de leurs préoccupations. Les études empiriques effectuées sur le sujet ont démontré que certaines personnes peuvent être motivées par la recherche d'un salaire plus élevé ou de compensations financières (Donckels, 1989). Le statut d'entrepreneur apparaît à certains comme un moyen d'atteindre une indépendance financière (Bragard, 1987).

2. Etude empirique

2.1. L'objectif de l'enquête :

L'objectif de cette enquête est de savoir qui sont les dirigeants et les entrepreneurs de la wilaya de Mascara.

Notre enquête aura à répondre et à traiter des motivations, difficultés et moyens de l'action des entrepreneurs de la wilaya.

A travers ces aspects nous souhaitons aboutir à une meilleure compréhension de deux volets jugés très importants pour le développement de l'entrepreneuriat.

Volet 1 : concerne les motivations et les conditions de promotion de la création d'entreprises.

Toute promotion de l'entrepreneuriat nécessite une connaissance approfondie des motivations et des conditions du passage à l'action. Il se dégage ainsi deux types d'entrepreneuriat, d'une part celui de la lutte contre le chômage et l'insertion de nouveaux diplômés ; d'autre part de l'investissement dans les créneaux porteurs.

Le but de cette enquête vise à faire le point sur ses deux logiques entrepreneuriales marquées de la crainte, de la dépendance sociale ou économique et de la bonne volonté ou ambition de certains entrepreneurs de se distinguer et de sortir du groupe.

Volet 2 : est celui des chances de survie des entreprises gérées par des jeunes entrepreneurs. Pour notre étude nous avons pris des jeunes entreprises nouvellement créées, mais également des entreprises plus anciennes et mieux enracinées dans le tissu économique. Ces entreprises vivent depuis quelques temps un moment critique du passage de témoin et de la relève au niveau de la direction.

Nous souhaiterons enfin contribuer modestement à une meilleure définition des stratégies, d'approches et l'action des différents promoteurs (dispositif de création d'entreprises), à un meilleur enracinement de celui-ci auprès des entrepreneurs.

2.2. Méthodologie et déroulement de l'enquête

Cette enquête à porter des entreprises créées ou non par des différents dispositifs de création et d'insertion des jeunes diplômés.

A partir des consultations restreintes des entrepreneurs, nous avons élaboré ce questionnaire retraçant l'itinéraire de l'entreprise toute en mettant en exergue les différentes contraintes rencontrées par des entrepreneurs avant et après la réalisation de leurs projets.

En raison de leurs contraintes communes nous avons opté un seul questionnaire répondant au mieux les attentes de notre étude.

Ce questionnaire a été soumis aux entreprises qui ont adhéré volontairement et dans l'anonymat de notre enquête.

Ainsi, sur 300 questionnaires proposés aux entrepreneurs seuls 183 ont répondu favorablement.

A titre indicatif la wilaya de Mascara comprend plus de 9.655 entreprises² créées ou par des différents dispositifs ou existantes antérieurement.

L'opération enquête a duré deux mois du 01/02/2008 au 31/03/2008.

² Nombre d'entreprises inscrits au registre de commerce selon les secteurs d'activité.

Le taux de réponse est de **61 %**. Ce taux de réponse nous semble relativement satisfaisant malgré qu'il soit en deçà de nos espérances, cette réticence pourrait se justifier par :

- _ Manque de culture d'entrepreneuriat ;
- _ Prédominance du marché informel ;
- _ La crainte des services des services fiscaux et manque de transparence ;
- _ Le caractère familial de l'entreprise ;
- _ L'insuffisance de structures d'organisation professionnelles (manque du dynamisme) ;
- _ Mentalité rurale prédominante.

Ce questionnaire reflète pour nous une importance capitale malgré le manque de transparence, de confiance des entrepreneurs qu'éprouvent dans les composantes de leur environnement institutionnel et organisationnel.

2.3. Profil des entreprises

2.3.1 Les secteurs d'activités des entreprises créées ou existantes :

Tableau N° 1 secteur d'activité de l'entreprise

	Fréquence	Pour cent	% cumulé
agro alim	20	10,9289617	10,9289617
Bâtiment	74	40,4371585	51,3661202
Commerce	28	15,3005464	66,6666667
Industrie	10	5,46448087	72,1311475
Services	51	27,8688525	100
Total	183	100	100%

Source :

Type de secteurs : le tableau N°01 fait apparaître que le secteur de bâtiment occupe 40 % des entreprises, en seconde position viennent des services avec 27 % suivie du commerce avec 15 % et le secteur agroalimentaire se classe en quatrième position. Le secteur industriel est faiblement représenté soit 05 %.

La prédominance du secteur de bâtiment pourrait s'expliquer par la grande ampleur des programmes gouvernementaux visant la réalisation d'un million de logements auxquels s'ajoute l'important réseau des infrastructures de bases et les structure d'accompagnement (écoles, centres de santé ...).

Pour ce qu'il est des services, il s'agirait de créneaux porteurs souvent conjoncturels parfois anarchiques et peu générateurs d'emplois (taxiphone, transport...).

Le secteur de commerce est dominé par la vente en état des produits dont les matières premières sont importées.

A titre indicatif, citons la commune de Froha qui regroupe le maximum de commerce de gros en alimentation générale. La commune de Mohammédia

quand elle est réputée pour la vente de l'électroménager et pièces de rechanges.

Concernant le secteur agroalimentaire, bien que la wilaya est a vocation agricole, ce secteur demeure faiblement représenté faute de production liées souvent aux conditions climatiques ou facteur hydraulique, et ce malgré le soutien de l'Etat (programme FNDRA).

2.3.2 Forme juridique :

Tableau N° 2 : Forme juridique

	Fréquence	Pour cent	% cumulé
Eurl	13	7,10382514	7,10382514
Individu	159	86,8852459	93,989071
Sarl	10	5,46448087	99,4535519
SNC	1	0,54644809	100
Total	183	100	100

Le tableau N°02 mis en relief la forme juridique individuelle qui se taille la part du lion soit 86 % des entreprises enquêtées.

EURL, se place en seconde position avec 7 % suivie des SARL avec 5 %.

Ce tableau démontre clairement un certain égoïsme des entrepreneurs qui veulent agir individuellement au lieu de s'associer ou se regrouper pour créer une entreprise. Il s'agit d'entreprise familiale dont le chef de la famille détient tous les pouvoirs (gestion, finance...).

2.3.3 Capital moyen des entreprises :

Ce capital non vérifié résulte des déclarations des entrepreneurs enquêtés semble être loin du réel et ne peut servir de bases fiables ou exploitables.

Capital minimum est de l'ordre de 1 000 000 00 DA, donnée sous toute réserve.

2.3.4 Effectif permanent des entreprises :

Tableau N° 4: effectif permanent de l'entreprise

Min	Max	Moyenne	Ecart type	Variance
1	130	13,0382514	19,461533	378,751276

L'effectif permanent est très variable d'une entreprise à une autre, d'un secteur à un autre et d'une région à une autre oscillent de 1 à 130 salariés.

Ce chiffre est également fourni sous toute réserve sachant que les entreprises exercent ses fonctions dans l'informel et échappe au contrôle des services publics.

Notons que le taux de main d'œuvre qualifiée demeure faible comparativement à celles recrutées sans formation.

2.4. Profil des entrepreneurs

2.4.1 L'âge des entrepreneurs :

Il varie de 26 ans à 62 ans soit une moyenne de 42 ans. Pour ce qui est des jeunes dirigeants la tranche d'âge est déterminée par les textes régissant les différents dispositifs de création et d'insertion.

ANSEJ / de 24 à 35 ans ;

CNAC / de 35 à 50 ans.

Cette tranche d'âge est majoritaire dans les entreprises de droit privé et trouve sa justification par le taux de

17,89 % de la population âgée de 25 à 35 ans dont 56,23 % masculin et 43,77 % féminin.

Remarque : la majorité des entreprises sont issus après la promulgation des textes régissant des différents dispositifs de création et d'insertion.

Toutefois, il existe des entreprises dont l'âge des entrepreneurs dépasse les 50 ans.

Tableau N° 7 : Répartition de l'âge des dirigeants

N	Min	Max	Moyenne	Ecart type	Variance
183	26	62	42,8907104	8,22012212	67,5704077

Les entreprises gérées par les femmes sont souvent des personnes physiques est dans la gestion réelle relève des hommes. Leurs contacts sont souvent rendus difficiles en raison de leur statut féminin sous l'égide de leur proche.

Les femmes occupent des activités dans des secteurs limités ou négligés par les hommes.

Notons que la proportion des femmes diplômées est supérieure ou égale à celle des hommes, ces dirigeantes verront leur carrière professionnelle ou ambition interrompue par leur conjoint.

La mentalité locale ne favorise pas et n'encourage guère l'entrepreneuriat féminin.

2.4.2 La création d'entreprise est une affaire d'hommes

A travers ce questionnaire nous avons constaté que la création d'entreprises est une affaire d'hommes. Ainsi, l'exploitation de l'enquête a fait ressortir que seules dix femmes dirigeantes soit 0,5 % contre 95 % occupé par des hommes.

Tableau N° 6 : Répartition par sexe du dirigeant

	Fréquence	Pour cent	% cumulé
Masculin	168	91,8032787	94,5355191
Féminin	10	5,46448087	100
Total	178	100	100%

2.4.3. Région d'origine des entrepreneurs :

90 % des entrepreneurs sont d'origine locale et les 10 % restants proviennent des wilayas limitrophes voire des wilayas éloignées Alger et Stif.

Le monde des affaires locale et mentalité ne s'y prêtent pas aux investisseurs qui sont à la recherche de créneaux plus attractifs et proximités de grands centres urbains dotés de toutes les infrastructures (aéroport, port, vastes zones industrielles...).

Tableau N° 8 : Répartition de l'origine régionale

	Fréquence	Pour cent	% cumulé
Alger	1	0,54644809	0,54644809
Chef	1	0,54644809	1,09289617
Mascara	166	90,7103825	91,8032787
Mechria	1	0,54644809	92,3497268

	Comportement opportuniste de certains banquiers	168
02	Lourdeur des démarches et formalités administratives	162
02	Nécessité d'avoir des « pistons »	162
03	Lourdeur et faible réactivité des banques	142
04	Comportement opportuniste de certains membres de l'administration	132
05	manque de formation de promoteur	125
06	Difficulté à réunir les financements nécessaires	108
07	Manque de conseil et d'accompagnement	46
08	Manque d'information sur les aides disponibles	31
09	Manque d'information sur le marché actuel	14

Mostaganem	1	0,54644809	92,8961749
Oran	2	1,09289617	93,989071
Saida	2	1,09289617	95,0819672
Setif	3	1,63934426	96,7213115
Sidi bel abbes	2	1,09289617	97,8142077
Tiaret	1	0,54644809	98,3606557
Tlemcen	3	1,63934426	100
Total	183	100	100

2.4.4 Formation et niveau d'instruction des entrepreneurs

Le niveau de formation varie d'un secteur d'activité à un autre. Toutefois le marché informel dominé le secteur du commerce enregistre un faible niveau de formation des dirigeants.

La modification des textes régissant les différents dispositifs de création et d'insertion opte pour les diplômés universitaires ou personne ayant ou personne ayant suivi une formation professionnelle, chose non exigée au paravent.

Le taux des diplômés universitaire et professionnel augmente chaque année aggravant ainsi le taux de chômage d'où la nécessité d'instaurer des politiques d'emplois adéquates répondant aux attentes des chômeurs.

2.4.5 nombre d'années d'expériences

Les dispositifs de création et d'insertion sont de dates récentes (ANSEJ, 1998), (CNAC, 1992), (ANGEM, 2007) ont connus des difficultés d'application sur le terrain en raison de faiblesse de structures d'accueil servant d'incubation.

La dissolution des PME/PMI du secteur public à libérer un effectif pléthorique plus ou moins qualifié et expérimenté, aggravant le taux de chômage.

Aucune mesure de recyclage n'a été prise en temps opportun laissant la libre formation empirique.

Entrepreneur et création d'entreprises : motivation, ressources et difficultés

Pourquoi créer une entreprise ?

Le classement des motivations de création d'entreprises :

Très faible importance	Faible importance	Importance moyenne	Forte importance	Très forte importance
1	2	3	4	5

1	Volonté d'être votre propre patron	147
2	Volonté d'améliorer votre situation financière	142
3	volonté d'améliorer votre statut social	137
4	Réaliser un rêve	136
5	Relever un défi personnel	134
6	Saisir une opportunité qui s'est présenté	131
7	Se conformer à une tradition	130
8	Sortir d'une situation de chômage	37
9	Mieux utiliser et développer certains traits de personnalité	17

Tableau de synthèse et classement des éléments de motivations

Les trois premiers critères dénotent le choix pour l'autonomie et liberté d'action, volonté d'améliorer la situation financière et la volonté d'améliorer le statut social.

Encore une fois l'égoïsme de nos entrepreneurs est prouvé par cette enquête.

Nos prévisions de sondage étaient beaucoup plus axées sur le critère de sortir d'une situation de chômage mais la réalité a été autre.

2.5. Difficultés liées à la création d'entreprises

Tableau de synthèse représentant le classement des difficultés par degré d'importance

L'exploitation du questionnaire a mis en relief l'absence des bases d'application d'une bonne gouvernance caractérisée par une lourdeur des démarches et formalités administratives, comportement opportuniste de certains banquiers et nécessité d'avoir des « pistons ».

D'après les statistiques des différents dispositifs de création et d'insertion, les principaux goulots d'étranglements sont contestablement les banques, sachant que les attestations d'éligibilité délivrées par l'ANSEJ- CNAC-ANGEM- PME/PMI sont très supérieures par rapport aux dossiers acceptés.

2.6. Importance des réseaux d'aides et d'accompagnement lors de la création d'entreprise :

Classement par degré d'importance :

0	Banques et institutions financières	183
1		
0	Expert-comptable	137

2		
0	Relations personnelles/amis/famille	136
3		
0	ANSEJ-CNANC-ANDI- direction des PME/PMI	85
4		
0	Chambre de commerce	37
5		
0	Conseil juridique / avocat	26
6		

Classification des réseaux d'aides et d'accompagnement par degré d'importance

Faute d'autofinancement d'un grand nombre d'entrepreneur, le recours aux prêts bancaires s'avère un passage obligé, ce qui les incite à faire appel aux banques et d'autres institutions financières.

Le rôle des relations personnelles axé sur le marché informel de son environnement proche compte beaucoup dans la création d'entreprise.

Classement des difficultés par degré d'importance

1	Difficulté à maîtriser les nouvelles technologies	168
2	Utilisation des technologies obsolètes	142
3	Coût élevé des matières premières	132
4	Lourdeur et complexité des démarches administratives	125
5	Retard dans le règlement des factures et impayés	125
6	Manque des compétences du personnel	115
7	Difficulté de financement du court terme	112
8	Manque d'aides octroyés par l'Etat	110
9	Faible utilisation de la capacité de production	108
10	Le risque de change	94
11	Corruption dans le monde des affaires	93
12	Clientélisme dans l'environnement des affaires	93
13	Comportement aléatoire du fisc	88
14	Importance des charges fiscale	87
15	Importance des charges sociales	85
16	Forte concurrence nationale	69
17	Difficulté de l'innovation technique	67
18	Difficulté d'élaborer une stratégie claire de l'entreprise	46
19	Forte concurrence internationale	44
20	Marché parallèle	31
21	Difficulté de coordination entre les activités de l'entreprise	25
22	Opportunisme et manque de transparence du personnel	14
23	Manque de motivation du personnel de l'entreprise	4
24	Difficulté de financement des investissements à long terme	4

Tableau classification des contraintes dans la gestion quotidienne des entreprises locales extrapolée des résultats de l'enquête :

Les entrepreneurs sont à la recherche de gain facile et leurs entreprises souffrent d'un retard dans le renouvellement des équipements répondant aux nouvelles technologies et ceux-ci pour des raisons suivantes :

- _ Le refus des entrepreneurs de recruter un personnel hautement qualifié ;
- _ Absence de mise à niveau ;
- _ Coût élevé des équipements et matière premières importées ;
- _ Existence de monopole régie par un certain spécialiste dans les secteurs ;
- _ Faible importance dans le domaine de la recherche et développement ;
- _ Activités conjoncturelles.

2.8. Attentes des dirigeants vis-à-vis des différents dispositifs de création et d'insertion

Tableau : Classement par degré d'importance des attentes des dirigeants vis-à-vis des dispositifs de création et d'insertion

01	Trouvez le financement	61
02	Trouvez l'accompagnement	09
03	Vous faire connaître le monde des affaires	06

Mis à part des entrepreneurs disposant de moyens financiers suffisants pour le financement de leurs projets, les autres rencontrent d'énormes difficultés pour trouver les fonds nécessaires.

Le problème se pose également pour les anciennes entreprises dont le but de renouveler leur équipement.

En seconde position s'ajoute l'insuffisance de mécanisme d'accompagnement adéquat pouvant solutionner les problèmes rencontrés par les jeunes entrepreneurs qui manquent d'expérience.

Conclusion :

Notre enquête doit donc être prise comme un essai de décrire une réalité complexe sans aucune connotation normative.

Elle est limitée par le faible taux de réponses des entrepreneurs auxquels nous avons soumis notre questionnaire.

La prédominance des entrepreneurs individuels montre les difficultés de ces derniers à s'associer à d'autres pour vivre l'aventure de l'entreprise.

Dans une large majorité ses entrepreneurs sont des hommes d'un âge moyen de 42 ans qui refusent de parler des performances de leurs entreprises.

Nous constatons une large disparité entrepreneuriale aux différentes zones de la wilaya, marquées par une forte concentration d'entreprises des communes à forte densité limitrophe ou avoisinante des grandes villes côtières (Sig, Mohammédia, Mascara).

L'activité entrepreneuriale régresse progressivement vers le sud. Ce phénomène serait à l'origine de l'expansion des périphéries des grands centres urbains cas de la wilaya d'Oran, ce qui amplifie

l'exode rural d'où un déséquilibre de développement équitable.

A l'exception des entreprises de nature familiale où les dirigeants ont suivi une formation dans le tas, les autres n'ont suivis aucun apprentissage dans autres entreprises.

Faute d'imprégnation, les jeunes entrepreneurs risquent d'échouer dans leurs projets et la réussite de l'entrepreneuriat reste aléatoire.

Parmi les principaux volets de notre enquête, nous avons enregistré, les motivations principales qui poussent les dirigeants à s'installer à leur propre compte et à réaliser leur projet. La première source de motivation pour la création d'entreprise serait celle de la recherche de l'autonomie et liberté d'action, elle est suivie par la volonté d'améliorer de leur situation financière ainsi que leur statut social.

Ces besoins d'autonomie, de liberté et d'affirmation de soi renvoient à des traits culturels profonds, à des valeurs individuelles et collectives ainsi qu'à un environnement sociopolitique qu'il faudra analyser de plus près dans le cadre d'autres enquêtes.

Une fois la décision prise pour créer son propre entreprise, l'entrepreneuriat est confronté à des problèmes que posent les banques.

Les dirigeants déplorent également la lourdeur des démarches et formalités administratives ainsi que le poids du « piston ». enfin les difficultés à maîtriser les NTIC, auxquelles s'ajoute une utilisation obsolète des technologies, le tout marqué par un coût élevé des matières premières.

Pour ce qui est de l'héritage parental, ce cas d'entrepreneurs est considéré comme des héritiers d'une tradition, de prise de risque calculée, d'un savoir-faire et un savoir être dirigeant.

Ces derniers bénéficient de la transmission d'un capital matériel, d'un réseau social et d'affaire, d'une expérience dans la gestion d'entreprise.

Les résultats de l'enquête ont montré que les efforts de l'Etat en matière d'encouragement à la création d'entreprises sont par la suite remis en cause par le comportement de l'administration.

Nous remarquons que les entrepreneurs questionnés ont occulté les questions relatives à la concurrence déloyale locale ou internationale, l'importance des charges fiscales et sociales et l'impact négatif du marché informel non maîtrisé.

Les dispositifs de création et d'insertion semblent être à priori un stade expérimental faute d'un encadrement motivé de qualité permettant l'accompagnement de l'entrepreneuriat dans ces différentes phases de création.

L'impact de l'environnement institutionnel sur les actions de l'entrepreneuriat conditionne la réussite ou l'échec de l'entreprise.

Bibliographie

Albert P. et Mougnot P. (1988), *La création d'entreprises high-tech. Revue Française de Gestion*, n° 68, mars-avril, pp. 106-118.

Backman J. (1983), *Entrepreneurship and the Outlook for America. The Free Press, New York*, 192 p.

- Berger, B., et al., (1993), *Esprit d'entreprise, culture et sociétés*, Paris : Maxima.
- Boutillier, S., Uzunidis, D., (1999), « La légende de l'entrepreneur. Le capital social, ou comment vient l'esprit d'entreprise », Paris : Editions La découverte et Syros, 152 p.
- Boutillier S., 2005, *Technostructure et entrepreneurs dans l'économie contemporaine*, dans Laperche B. (2005dir), *L'entreprise innovante et le marché*. Lire Galbraith, Série Economie et innovation, coll. « L'esprit économique », Innoval-L'Harmattan, Paris, 2005.
- Bragard I., Donckels R., Michel P., Demarche M.P., Dupont B.(1987), *Le nouvel entrepreneur*. Université de Liège.
- Bruyat.c (1993), « Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation », Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France, Grenoble.
- Bruyat c. (1994), *Contributions épistémologiques au domaine de l'entrepreneuriat*. Revue Française de Gestion, Novembre-décembre 1994, pp.87-99.
- Bygrave w.D. et Hofer C.W. (1991), *Theorizing about Entrepreneurship*. *Entrepreneurship The ory and Practice*, Vol.16, n° 2, Winter 1991, pp. 13-22.
- Cantillon, R., (1755), *Essai sur la nature du commerce en général*, London : Fetcher Gyler.
- Carland, J.W., F. Hoy, et J.A.C. Carland, (1988), « Who is an entrepreneur? Is a question worth asking », *American Journal of Small Business*, 12(4), p. 33-39.
- Cunningham j.B. et Lischeron J. (1991), *Defining entrepreneurship*. *Journal of Small Business Management*, janvier 1991, pp.45-61.
- Donckels r. (1985), *Innovatie in de vlaamse KMO's : mogelijkheden en beperkingen*. KMO Studie centrum, UFSAL Brussels.
- Donckels R. (1989), *Innovative entrepreneurship, the case of Belgium*. UFSAL Brussels.
- Drucker, P. (1970) "Entrepreneurship in Business Enterprise", *Journal of Business Policy*, vol 1, 1970.
- Fayole, A., (2002), « Du champ de l'entrepreneuriat à l'étude du processus entrepreneurial : quelques idées et pistes de recherche », 6° Congrès international francophone sur la PME - Octobre 2002 - HEC – Montréal.
- Filion, L.J., (1997), « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », *Cahier de recherche n° 97.01*, HEC Montréal.
- Gartner W.B. (1988), "Who is an Entrepreneur?" *Is the Wrong Question*. *American Journal of Small Business*, Spring 1988, pp.11-32.
- Hebert .F. et Link a .N. (1989), *In search of hte Meaning of Entrepreneurship*. *Small Business Economics*, n° 1, pp.39-49.
- HERNANDEZ, É.-M., (1999), *Le processus entrepreneurial : vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat*, Paris – Montréal : L'Harmattan.
- Julien, P.-A. et M. Marchesnay, (1996), *L'Entrepreneuriat*, Paris : Ed. Economica.
- Knight, K. (1967) "A descriptive model of the intra-firm innovation process", *Journal of Business of the University of Chicago*, vol 40, 1967.
- Laurent P. (1989), *L'entrepreneur dans la pensée économique*. *Revue Internationale PME*, Vo l.2, n° 1, pp.57-70.
- LE Van-Lemesle l. (1988), *L'éternel retour du nouvel entrepreneur*. *Revue Française de Gestion*, septembre-octobre 1988, pp.134-140.
- McClelland, D. *The Achieving Society*, Van Nostrand, Princeton NJ, 1961.
- NN (1988), *The entrepreneur and New Business. Results of a survey of 162 entrepreneurs*, Barcelone, Mai 1988.
- NN (1991), *The Family Business Network. Deuxième conférence annuelle : Culture in the family business*, Barcelone.
- Pinchot, G. (1985) *Intrapreneuring*, Harper and Row, New York, 1985.
- Say, J.-B., (1816), *Catechism of Political Economy*, London, Sherwood, Neely and Jones.
- Stevenson h.H., Roberts m.J., Grousbek H.I. (1994), *New Business Ventures and the Entrepreneur*. Richard D. Irwin, Inc., 4ème édition.
- Sweeney G. (1982), *Les nouveaux entrepreneurs, Petites entreprises innovatrices*. Les Editions d'Organisation, Paris, pp.64-79.
- Sweeney G. (1988), *Entrepreneurs and regional development*. *European Foundation for Management Development*, 18ème séminaire sur les PME, Gand.
- Schumpeter, J. (1950) *Capitalism, Socialism, and Democracy*, 3rd edition, Harper and Row, New York, 1950.
- Thierry Verstraete, Alain Fayolle (2005), *Paradigmes et entrepreneuriat*, *Revue de l'Entrepreneuriat*, 4(1)
- Smith, N.R., (1967), « The entrepreneur and his firm: the relationship between type of man and type of company », *East Lansing: Bureau of Business and Economic Research, Michigan: State University*.
- Tribou, G., (1995), *L'entrepreneur musulman : l'islam et la rationalité d'entreprise*, Paris : l'Harmattan.
- Vesper, K.H., (1985), *Entrepreneurship Education*, Wellesley, M.A.: Babson College
- Weber, M., (1930), *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*, New York: Soubner