

Les jeunes entrepreneurs en Algérie: Profil psychosociologique et contraintes environnementales

Résumé

Les recherches sur l'entrepreneuriat ont souvent mis en avant l'aspect rationnel du comportement de choix des entrepreneurs, alors que ceux qui émergent au sein d'un même environnement n'adoptent pas nécessairement les mêmes décisions. Les études menées par Vesper et Gartner (1997) ont souligné que les entrepreneurs n'envisagent pas les mêmes stratégies pour créer et développer leur entreprise, bien qu'ils soient confrontés aux mêmes contraintes environnementales.

Cet article qui aborde les caractéristiques de l'entrepreneur sous l'angle psychosociologique est appuyé par l'enquête menée auprès de jeunes créateurs de micros entreprises dans le cadre de l'agence nationale de soutien à l'emploi de jeunes (ANSEJ).

Said ZIANE

Faculté des Sciences Humaines
et Sociales
Université d'Alger
(Algérie)

ملخص

لقد ركزت البحوث ذات البعد الاقتصادي في مجال المقاومة، على الجانب العقلاني والمنطقي لسلوك المقاومين فيما يتعلق باتخاذ القرار، في حين الواقع يبرهن أن المقاومين الذين يديرون أعمالهم في نفس البيئة والذين يخضعون تقريبا لنفس الظروف والقيود البيئية لا يتخذون بالضرورة نفس القرارات.

إن الدراسات التي أجراها كل من فاسير وجارتنر (1997) بينت أن المقاومين الشباب لا يوظفون نفس الإستراتيجيات لخلق وتطوير مؤسساتهم، على الرغم أنهم يواجهون تقريبا نفس القيود البيئية.

Introduction

De nombreuses recherches sur l'entrepreneuriat et la création d'entreprises ont été effectuées au cours des vingt dernières années. Les recherches économiques ont souvent mis en avant l'aspect rationnel du comportement de choix des entrepreneurs ; pourtant ces derniers n'optent pas toujours pour les mêmes décisions managériales. Billard L et all (1), notent que les représentations et l'action des dirigeants face aux mécanismes de gouvernement d'entreprise ne sont pas homogènes selon les profils de dirigeants. Il apparaît que les dirigeants jouent un rôle sur ces mécanismes et ne les subissent pas nécessairement comme le laisse penser une partie de la littérature axée essentiellement sur la relation d'agence entre le dirigeant et l'actionnaire dans l'entreprise managériale. La question de la relation du profil psychosociologique et du processus de prise de décision dans la gouvernance de l'entreprise

تعتمد هذه الدراسة، التي تندرج ضمن المقاربة النفسية والتي تركز على الشخصية كعنصر أساسي في خلق وتطوير المؤسسة الاقتصادية، على نتائج الدراسة التي أجريناها سنة 2007 والخاصة بالمقاولين الشباب الذين قاموا بإنشاء مؤسسات صغيرة في إطار جهاز الوكالة الوطنية لدعم للشباب (ANSEJ) التي أنشئت سنة 1996.

sous l'angle psychologique reste peu explorée. Même si certains auteurs ont montré l'importance du rôle du profil du dirigeant et l'influence des caractéristiques psychosociologiques sur le comportement dans la prise de décisions par le manager, ces aspects méritent d'être approfondis.

Selon Vesper et Gartner (2), si les études qui ont porté sur les profils des entrepreneurs, en étudiant leurs caractéristiques personnelles (traits de personnalité, habiletés, talents, motivations, visions, les raisons de création) ne sont pas toutes concluantes, elles ont permis au moins de mieux cibler et organiser certaines interventions auprès de futurs entrepreneurs.

Par contre, les études qui se sont intéressées à l'influence des facteurs de l'environnement sur le taux de création d'entreprise, Reynolds, Storey et Westhead (3), ont montré que la présence de plusieurs PME dans une industrie et la localisation urbaine avait une incidence sur la création de nouvelles entreprises dans plusieurs pays. Dans une étude, Reynolds, Hay, Bygrave, Camp et Autio (4), ont signalé que le taux de création d'entreprise qui variait considérablement d'un pays à l'autre est lié à l'environnement. Si on se réfère à ces résultats, la réussite de l'entrepreneur est dépendante de la facilitation qu'offre le milieu, autant pour la faisabilité technique que commerciale.

En Algérie, la micro-entreprise est relativement récente. Son apparition remonte à l'année 1990, coïncidant avec la mise en œuvre du processus de libéralisation économique et les encouragements publics pour la promotion des investissements privés.

L'entrepreneuriat comme source d'insertion économique des jeunes en difficulté a connu aussi une avancée substantielle. Les incitations à la création des micro-entreprises notamment dans le cadre des dispositifs mis en place par l'État ont abouti à des résultats plus ou moins satisfaisants. Cependant, si les aspects économiques et sociologiques sur les entrepreneurs naissants ont été développés, l'étude de leurs profils psychosociologiques demeure inexplorée. Selon les données statistiques des PME-PMI, la petite entreprise (TPE) d'envergure familiale domine la structure globale des PME dont un nombre assez important relève du secteur informel et que la localisation géographique de ces PME est déséquilibrée compte tenu de leur concentration dans une dizaine de wilayat du nord.

Il aussi important de mentionner que ces jeunes ont souvent été confrontés à de nombreux obstacles liés à un environnement qui n'a pas été favorable à leur égard (contraintes bureaucratiques, réglementaires, financières, bancaires, douanières et environnementales). Mais, si certains ont été sensiblement affectés par ces contraintes, entraînant l'abandon de leur projet en cours de route, par contre, d'autres entrepreneurs ont pu mener à terme leurs projets, mieux encore, ils ont pu en un temps record développer leur entreprise.

L'enquête que nous avons menée auprès des jeunes chômeurs créateurs d'entreprises dans le cadre de l'ANSEJ a permis de déterminer la part d'influence des aspects psychologiques sur les stratégies que ces derniers ont adopté pour faire progresser leurs entreprises dans un environnement très contraignant.

2. Quelques caractéristiques psychologiques de l'entrepreneur

2.1. Profil psychologique de jeune entrepreneur

L'approche psychologique montre que l'entrepreneur fait preuve de beaucoup de motivation et de persévérance. Cette motivation le stimule pour travailler à un rythme très élevé pendant des périodes assez longues. Si l'entrepreneur réussit à lancer une entreprise, c'est parce qu'il démontre un haut niveau de détermination dans la résolution des problèmes qu'il rencontre.

Des études sur les entrepreneurs naissants Menzies et al (5), confirment l'importance de la dynamique psychosociologique dans la création des nouvelles entreprises. Le profil psychologique de l'entrepreneur a une influence déterminante sur son attitude envers le risque, sur sa prédisposition à comprendre les phénomènes et agir rapidement. Dans ce contexte Saporta (6) souligne que "Ceci fait que les choix stratégiques guidés en apparence par l'intérêt de l'entreprise sont en réalité le reflet de préoccupations beaucoup plus personnelles chez les dirigeants".

Les recherches en psychologie cognitive ont mis en apparence l'effet de la perception sur les attitudes et les comportements. La perception passe par un processus de mentalisation des risques, ce qui peut constituer un frein à la prise de décision (wait and see, le report de décision, décision tardive...) lorsque le risque perçu devient de plus en plus grand. Et c'est à ce niveau qu'intervient le profil de l'entrepreneur en tant que facteur qui influence considérablement son comportement de choix.

L'entrepreneur est celui qui ressent le besoin d'accomplissement personnel, qui a confiance en lui et veut être autonome et indépendant. Il a un penchant vers les risques et il est plein d'énergie et de motivation. Il n'est pas impératif de posséder toutes ces caractéristiques pour réussir, mais il est souhaitable de les conjuguer pour une bonne réussite entrepreneuriale.

Sur les questions qui ont été posées aux jeunes entrepreneurs lors de notre enquête sur le choix de la création des micro-entreprises, on note que ces derniers ont fait preuve de beaucoup de motivation, de persévérance, d'enthousiasme, de savoir faire, et de maîtrise de soi. « Pour créer leurs entreprises les jeunes doivent posséder beaucoup de qualités pour affronter les énormes difficultés de l'environnement, car l'idée d'abandonner le projet est omniprésente dans notre esprit » nous a avoué un jeune entrepreneur qui a réussi avec beaucoup de peine à maintenir son entreprise en vie.

2.2 Les jeunes entrepreneurs et la perception du risque

Des auteurs comme Kahneman et Tversky (7) théorie des prospectifs, et Lopes (8) théories des deux facteurs, suggèrent des théories alternatives descriptives du choix de l'individu en situation de risque. Une approche psychométrique appuyée par Slovic (9), précise que " le risque est une notion subjective déterminée par les agents et influencée par des facteurs aussi bien psychologiques, sociaux, institutionnels que culturels".

La perception accrue du risque est liée à l'impuissance de prédire les conséquences des actions à mener. Généralement, le risque est perçu selon deux registres. Le premier est financier, le second est social. Pour se protéger contre d'éventuels risques, le décideur fait appel aux informations recueillies. La fiabilité de ces dernières est à la base des bonnes décisions. Une bonne mentalisation du risque perçu et un self contrôle peuvent être bénéfique pour le comportement à adopter.

La théorie de la décision présente le risque comme un élément central du processus de décision. En psychologie du consommateur, la perception du risque est indissociable des caractéristiques propres de l'individu. De nombreux travaux Bauer (10), en psychologie descriptive ont permis d'expliquer la manière dont les individus évaluent réellement le risque. Plusieurs dimensions du «risque global» ont été identifiées : le risque financier, le risque fonctionnel, le risque physique, le risque social, le risque psychologique, le risque de perte de temps et le risque d'opportunité.

Dickson et Giglierano (11) soulignent que "les entrepreneurs qui virent vers des choix présentant plus de risque pensent qu'ils peuvent réduire le risque en raison de leur confiance dans leur capacité à prendre de meilleures décisions."

Bandura et Wood (12), confirment cette idée en précisant que "Les entrepreneurs font preuve d'un degré de confiance supérieur car ils ne sont pas influencés par des peurs incontrôlables".

Krueger et Dickson (13), indiquent que "des décideurs confiants et optimistes prennent plus de risque. Inversement, la présence de risque dans un contexte de décisions managériales induit plus de décisions conservatrices et réduit la confiance des individus".

Commenté [H1]: Citée plus loin (p. 65)

Ces résultats mettent en valeur la confiance en soi de l'entrepreneur sur la perception du risque. Le rôle de l'environnement incertain est également un facteur discriminant agissant sur la perception du risque et sur les décisions managériales. Nombreux sont les auteurs qui soulignent l'influence des aspects liés aux paramètres psychologiques des personnes qui se lancent dans le business mais cela demande plus d'exploration pour mieux saisir leur teneur.

De nouvelles recherches devront concourir à une meilleure compréhension du processus de décision de l'individu dans le cadre de son activité entrepreneuriale. Les histogrammes que nous présenterons dans la partie qui concerne les résultats de l'enquête mettent en lumière les risques que les jeunes entrepreneurs ont encouru durant le processus de création de leur entreprise.

2.3-L'entrepreneur et la prise de décision

De nombreuses recherches dans le domaine de la psychosociologie se sont intéressées au profil du manager pour élucider son influence sur le comportement de choix. Pour Barabel (14), l'activité de décision est l'ensemble des actions que le dirigeant effectue pour prendre sa décision et la mettre en œuvre (consultation, concertation, recueil d'informations...). Elle obéit à un processus complexe qui met en jeu des facteurs aussi bien internes qu'externes. Si les informations émanant des exigences externes à l'organisation qu'elles soient commerciales, financières, économiques ou politiques influent considérablement sur la prise de décision de

l'entrepreneur, il n'en demeure pas moins que la personnalité du dirigeant est omniprésente dans toute prise de décision.

La difficulté à analyser l'ensemble de données aussi bien interne qu'externe due à la multiplicité des informations recueillies et le degré d'incertitude que présente l'environnement renforcent la difficulté du choix de prendre les décisions les plus appropriées et de ce fait augmente le degré du risque à encourir.

Albert et Emery (15), indiquent que " Le manager est celui qui décide. C'est son privilège et sa responsabilité. Il peut consulter autant qu'il le souhaite mais en dernier ressort, c'est à lui de franchir le pas. Or ce n'est pas si facile à franchir. D'autant que les facteurs complexes qui entrent en ligne de compte et les éléments d'incertitude sont plus nombreux qu'avant". De ce fait, les caractéristiques psychosociologiques qui sont propres à l'entrepreneur comme les traits de la personnalité, la perception, les motivations, les représentations et l'ensemble des conduites, s'ajoutent à ces compétences professionnelles. Ainsi viennent se greffer les stimuli de l'environnement qui constituent à la fois des leitmotivs à la prospérité de l'entreprise (informations claires et précises) que des freins à la prise de décision (manque de données et ou données incertaines). Le risque, tel qu'il est conçu et perçu par l'entrepreneur, aurait une influence considérable sur les attitudes à adopter et sur le comportement de choix. Ainsi, le degré d'incertitude pèse énormément sur la décision à prendre et accentue le risque.

Selon Kahn et Sarin (16), les attitudes envers le risque et l'ambiguïté varient en fonction du contexte. Ainsi, lorsque l'ambiguïté est présente dans les décisions de consommation, l'attitude envers le risque peut être accentuée.

Cependant, même si la prise de risque est une nature chez les jeunes, cela nécessite des compétences, et un savoir-faire. La gestion de l'incertitude est un aspect fondamental quant à la décision du manager. La maîtrise et le contrôle de son anxiété augmentent le degré de maîtrise de la prise de risque. Une bonne mentalisation du risque perçu et un self contrôle peuvent exercer une influence sur son comportement de choix.

2.4 Les jeunes entrepreneurs et les contraintes de l'environnement

L'environnement économique, social et politique joue un rôle important dans le développement de l'entrepreneuriat et l'attrait des jeunes pour le montage de projets. Elle représente l'ensemble des facteurs qui agissent directement ou indirectement sur la volonté et la motivation du jeune à créer son entreprise. Des études ont déjà montré l'influence de certains facteurs de l'environnement externe, comme les conditions économiques, sociales, politiques et culturelles, sur le taux de création d'entreprise.

Selon White et Kenyon, (17) "les contraintes auxquelles sont confrontées les jeunes sont associées à plusieurs aspects : manque d'accès aux fonds des institutions; manque d'accès aux marchés; manque de marketing; planification inadéquate; manque d'accès à des locaux adéquats; manque de compétences et de capacités en gestion d'entreprise; registres financiers inadéquats; manque de développement de nouveaux produits; absence d'un soutien aux entreprises.

Qu'il s'agisse des pays développés ou en voie de développement, les entreprises naissantes sont exposées à de nombreuses contraintes qui freinent ou ralentissent trop souvent leur croissance. Les résultats de l'enquête menée en Afrique australe font apparaître que les jeunes entreprises et les autres entreprises font face aux mêmes problèmes. Des enquêtes ont démontré que près de 60% des nouvelles entreprises ne franchissent pas le cap des trois premières années d'existence. L'enquête menée auprès des jeunes entrepreneurs de l'ANSEJ confirme la thèse de la disparition d'une partie de ces entreprises dans les trois années de création de l'entreprise.

Les données relatives à l'enquête exploratoire menée par le CREAD 2007 confirment encore une fois, le défi lancé par les jeunes pour affronter les contraintes de l'environnement. Sur une question à échelle graduée posée aux jeunes entrepreneurs concernant la confiance en soi, une majorité écrasante avait opté pour la réponse 5 (une très bonne confiance en soi). C'est cette confiance en soi combinée avec d'autres caractéristiques personnelles positives, que nous illustrons dans la partie réservée aux résultats de l'enquête, qui ont permis entre autres, aux entrepreneurs d'affronter les contraintes de l'environnement et faire progresser leurs entreprises.

Des auteurs soutiennent l'idée d'un manager conjuguant à la fois les dimensions psychologiques qui lui sont propres (émotions, motivations, croyance, attitudes, certitude) à ses compétences professionnelles et à son expérience pour gérer son entreprise.

3. Méthodologie de l'enquête

3.1 Présentation de l'enquête

Ce travail s'inscrit dans le prolongement des thèmes de recherches développés au centre de recherche en économie appliquée pour le développement (CREAD), qui portent sur l'entrepreneuriat en Algérie.

L'enquête a été menée auprès des jeunes ayant monté un projet d'entreprise dans le cadre du dispositif de l'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ). L'enquête de terrain a été réalisée le mois de juillet 2007 sur un échantillon représentatif tiré de l'ensemble des activités créées et répertoriées dans le fichier de l'ANSEJ. Les populations cibles concernées par l'enquête font partie de la wilaya d'Alger, de Boumerdès et de Tipaza. L'échantillon retenu est composé de 560 entreprises, tiré de six centres à raison de 80 entreprises par centre :

- Alger : agence place du 1^{er} Mai, 80 entreprises.
- Alger : agence Khraïcia, 80 entreprises.
- Alger : agence Alger centre, 80 entreprises
- Alger : Hussein dey : 80 entreprises.
- Boumerdès : 80 entreprises.
- Tipaza : 80 entreprises.

Nous avons utilisé la méthode descriptive et le questionnaire comme outils d'investigation. Le questionnaire qui comptait 76 questions au total a été testé auprès de 15 jeunes entrepreneurs pris au hasard des antennes de la wilaya d'Alger (5 entrepreneurs de l'antenne de Birtouta, 5 entrepreneurs de l'antenne de la place du 1^{er} Mai et 5 entrepreneurs de l'antenne d'Hussein dey). Après la révision qui a été

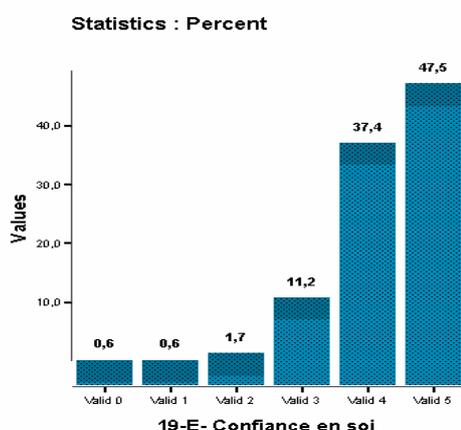
apportée par l'équipe, 72 questions ont été retenues dans le questionnaire final. Des 560 entreprises arrêtées comme échantillon, nous n'avons pu enquêter que 179 entreprises. Il est à signaler que lors de la passation du questionnaire, les 2/3 de l'échantillon n'étaient plus aux adresses indiquées par la direction de l'ANSEJ.

Les résultats exposés dans cet article, portent exclusivement sur les données relatives à l'axe de recherche ayant trait au profil psychologique de l'entrepreneur, sur sa perception des risques et les obstacles environnementaux.

3.2 Les résultats de l'enquête

3.2.1 La confiance en soi

Histogramme n° 1 : confiance en soi



Cet histogramme renvoi à la confiance en soi des jeunes entrepreneurs. Il apparait de cette question à échelle graduée, que sur les 179 entrepreneurs questionnés, 47,5 % estiment avoir une très grande confiance en soi et 37,4% ont une bonne confiance en soi. Ce qui suppose que la grande majorité (84,9%) a une estime positive de soi. C'est cette tendance positive d'un concept de soi fort qui a permis aux entrepreneurs de surmonter les obstacles de l'environnement auxquels ils étaient confrontés tout au long du processus de création de leur entreprise.

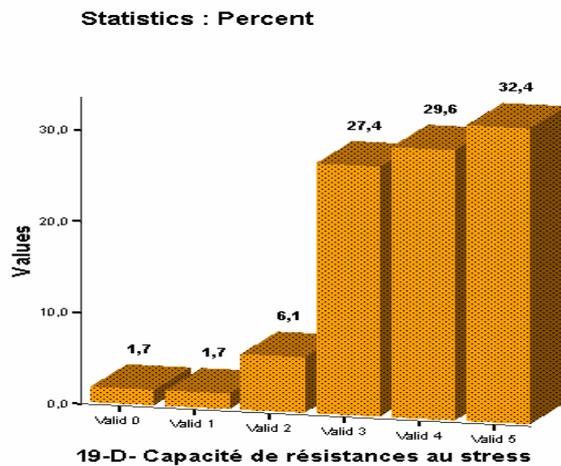
Il est à signaler à cet effet que la durée de création de l'entreprise dans le cadre de l'ANSEJ peut durer de deux ans à trois ans. C'est un parcours qui a été très difficilement vécu par les jeunes entrepreneurs, et est perçu comme un rude parcours. Certains ont dû abandonner leur projet en cours de route, compte tenu des conditions de

création d'entreprises (procédures de gestion du suivi et d'évaluation des projets par les services concernés de l'ANSEJ et des banques).

Ces résultats rejoignent les enquêtes qui ont fait ressortir, la singularité des aspects psychologiques de l'acte d'entreprendre lui permettant d'affronter les contraintes environnementales. "L'entrepreneur dispose de qualités propres, comme l'initiative, l'innovation, la créativité et la prise de risque dans le milieu du travail, en utilisant les compétences appropriées afin de réussir dans son milieu". Schnurr et Newing (18)

3.2.2 La capacité de résistance au stress

Histogramme n°2 : capacité à résister au stress

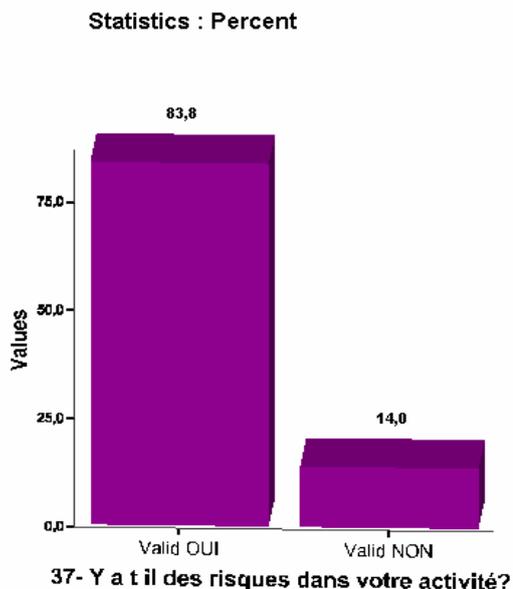


Selon cet histogramme les jeunes entrepreneurs disposent d'une grande capacité de résistance au stress. 32,8% de ces derniers se retrouvent au niveau 5 (une très grande capacité de résistance au stress) et 29,9% au niveau 4 (grande capacité) et 27,7% au niveau 3 (capacité moyenne). Cette qualité est une condition essentielle à la réussite de l'entrepreneur, d'autant plus que l'environnement présente beaucoup de contraintes, d'où la nécessité d'avoir une très grande capacité de gestion de stress.

Des études sur l'entrepreneuriat notent que l'entrepreneur dispose de qualités personnelles particulières comme la confiance en soi, le self control, la maîtrise du stress. Ce sont d'ailleurs ces facultés qui façonnent sa singularité.

3.2.3 Risques liés à l'activité

Histogramme n° 3 : risques liés à l'activité



Cet histogramme met en exergue les risques auxquels sont exposés les entrepreneurs et comment ceux-ci influent sur leurs affaires. 83.8% d'entre eux soutiennent l'idée de l'existence des risques et seulement 14% déclarent qu'il n'y a pas de risques dans leurs activités.

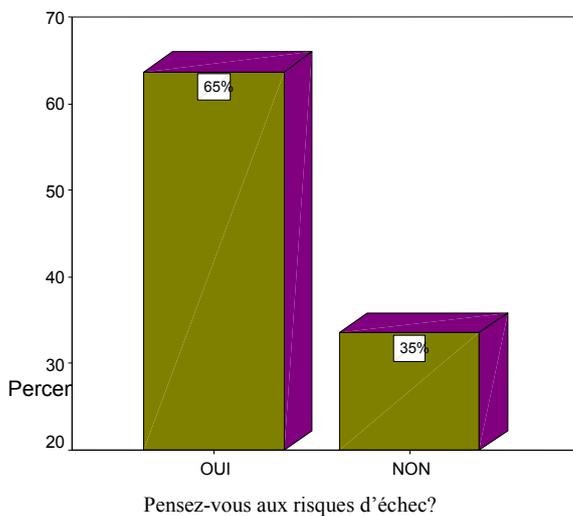
Ces données montrent que les entrepreneurs sont exposés aux risques à l'inverse des autres emplois qui sont plus ou moins sécurisés. Ainsi le risque est omniprésent d'où la difficulté qu'ils éprouvent pour justement aller de l'avant. La peur du risque pousse les jeunes à se lancer dans les activités à moindre risque et qui ne demandent pas une grande expérience. C'est le cas de ceux qui ont opté pour le transport des voyageurs, le transport de la marchandise et les prestations de services. La forte demande pour cette catégorie d'activités qui ne nécessite pas un grand savoir faire a conduit à sa saturation. Cette peur des entreprises naissantes de se lancer dans des projets d'investissements peu connus et à risque élevé, a été soulevé par un certain nombre de recherches.

Courtney et al (19) indiquent "Les managers redoutant le risque et pensant qu'ils sont dans un environnement incertain, ne font pas confiance à leur instinct et souffrent d'une paralysie de décision. Des prises de décisions stratégiques leur échappent concernant les produits, les marchés et les technologies qu'ils devraient développer".

Cette confirmation va aussi dans le sens des recherches qui considèrent que les premières années sont déterminantes quant à la pérennité de l'entreprise. C'est une période qui se présente comme difficile, comme a été démontré par de nombreuses enquêtes qui montrent que près de 60% des nouvelles entreprises ne peuvent survivre au-delà des trois premières années d'existence. (20)

3.2.4 Les risques d'échec

Histogramme n° 4 : Pensez-vous aux risques d'échec?



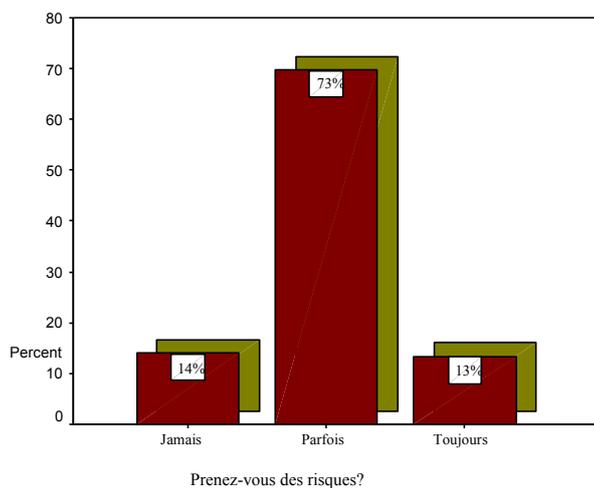
La mentalisation du risque pensée est un aspect qui a son poids dans le comportement de choix de l'entrepreneur. Comme le montre cet histogramme, 64% des entrepreneurs déclarent se soucier des risques d'échec, contre 34 % qui ne semblent pas être tourmentés par ces risques.

Motts (21) note que : " la prise de risques calculés est un comportement qui exige une expérience de travail ou une expérience et un savoir-faire en affaires". L'enquête

menée en Afrique australe montrait que le manque d'expériences et de savoir-faire, entre autres facteurs, pousse habituellement les jeunes entrepreneurs potentiels dans des situations de travail autonome à risque élevé et à faible ajout de valeur où le risque d'échec est très probable.

3.2.5 La prise de risque

Histogramme n°5 : Prenez-vous des risques?

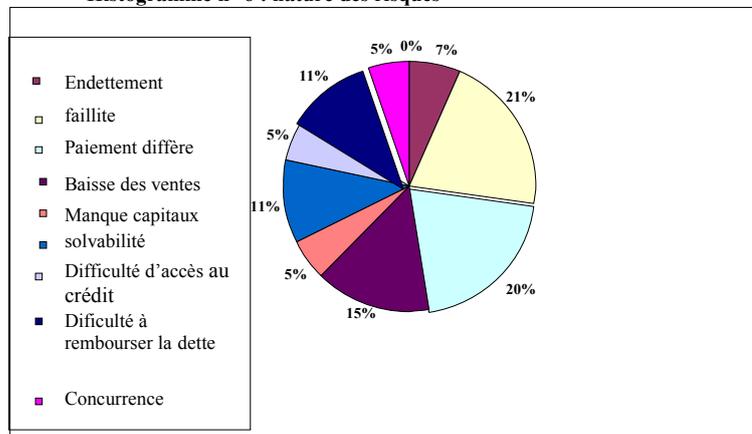


Les données relatives à la prise de risques sont importantes dans le sens où elles nous permettent de situer le comportement de choix de l'entrepreneur. 73% des entrepreneurs déclarent qu'ils prennent parfois les risques, 13% les prennent toujours et 14% ne les prennent jamais. La tendance vers la prise de risque est nettement supérieure, ce qui explique la dominance de cette caractéristique chez les entrepreneurs. Ces résultats vont dans la même visée des approches théoriques qui considèrent que l'entrepreneur est tenté par le risque.

De leurs parts, Dickson et Giglierano (22) soulignent "que les entrepreneurs virent vers des choix présentant plus de risque pensent qu'ils peuvent réduire le risque en raison de leur confiance dans leur capacité à prendre de meilleures décisions".

3.2.6 La nature des risques

Histogramme n° 6 : nature des risques



Cet histogramme extrapole la nature des contraintes qui peuvent être à l'origine du risque. L'ordonnement qui est établi classe la faillite en première position avec 21%. Ceci montre que celle-ci demeure un enjeu majeur pour la survie des entreprises et notamment pour celles qui ont été créées dans le cadre des dispositifs s'appuyant sur les prêts bancaires et autres.

Le paiement différé est le deuxième obstacle qui se pose pour les entrepreneurs de l'ANSEJ (20%). Il est considéré comme tel dans le sens où ils doivent rembourser les prêts obtenus à la fois des banques et de l'ANSEJ. Des obstacles qui ne sont pas faciles à surmonter surtout que les taux d'intérêt sont très excessifs selon l'avis des enquêtés.

La baisse des ventes a été classée comme la troisième contrainte avec un taux de 15%. La solvabilité et le déficit dans le remboursement des prêts sont en 4^{ème} position avec un taux de 11% pour l'une comme pour l'autre.

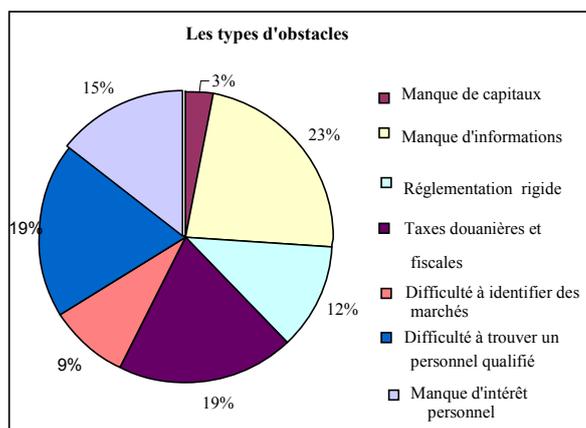
L'endettement a été classé en 6^{ème} position et enfin la concurrence, la difficulté d'accès au crédit et l'absence de capitaux sont en dernière position avec des taux de 5% pour chacune d'elles.

La pertinence de la question des risques que rencontrent les entrepreneurs réside dans le fait qu'elle nous renseigne sur les aspects suivants : 1-la capacité de l'entrepreneur de mesurer les conséquences des prises de risques sur son entreprise. 2- les risques qui peuvent mettre en péril l'entreprise sont à gérer avec beaucoup de prudence. 3-les contraintes qui exposent habituellement les jeunes entreprises aux risques élevés font l'objet d'une analyse minutieuse. Même si des analystes affirment que de nombreux jeunes sont motivés par le risque, Curtin (23), note quant à lui "qu'il

n'est pas évident de voir dans quelle mesure les jeunes entrepreneurs prennent des risques calculés".

3.2.7 Les types d'obstacles

Histogramme n° 7 : les types d'obstacles



Le manque d'informations est le premier obstacle qui sanctionne les entrepreneurs, il enregistre un taux de 23%. Les taxes douanières et la difficulté à trouver du personnel qualifié occupent la deuxième place de l'échiquier des obstacles avec un taux de 19% pour chacune d'elles. Le quatrième obstacle qui freine le développement de l'entreprise est celui du manque d'intérêt personnel avec un taux de 15%. La rigidité de la réglementation est classée en cinquième position avec un taux de 12%. La difficulté à identifier les marchés se positionne en sixième place avec un taux de 9%. Le manque de capitaux qui semblait important dans la création et la pérennité des entreprises a occupé la dernière place avec un taux de 3%.

Globalement, les jeunes entrepreneurs de l'ANSEJ sont pratiquement confrontés presque aux mêmes problèmes que les jeunes entrepreneurs des autres pays.

Selon White et Kenyon (24) " les contraintes auxquelles sont confrontées les jeunes sont associées à plusieurs aspects : manque d'accès aux fonds des institutions; manque d'accès aux marchés; manque de marketing; planification inadéquate; manque d'accès à des locaux adéquats; manque de compétences et des capacités en gestion d'entreprise; registres financiers inadéquats; manque de développement de nouveaux produits; absence d'un soutien aux entreprises".

Gasse (25) souligne à propos de l'importance des caractéristiques psychosociologiques dans la création d'entreprise que : "L'entrepreneur type a un fort besoin de réalisation personnelle; il a confiance en lui; il veut être autonome et indépendant; il aime les risques modérés; et il est plein d'énergie et de motivation". Il est certes évident que ces caractéristiques ne reproduisent pas le même effet chez tous les entrepreneurs.

Même si ces dimensions se conjuguent pour produire un effet commun et qu'elles semblent se compléter, c'est un fait que chaque être humain demeure un être complexe dont la personnalité est unique. Et il n'est pas impératif à la réussite de posséder toutes ces caractéristiques, cependant, il est souhaitable d'en favoriser l'émergence et le développement de ces caractéristiques chez les entrepreneurs.

Conclusion

Les données relatives à l'enquête menée auprès des jeunes promoteurs d'entreprises confirment bel et bien l'existence d'une culture entrepreneuriale chez ces derniers. Les innombrables contraintes auxquelles ils ont été confrontés ne les ont pas pour autant empêchés de se lancer dans la création de leurs entreprises. Selon Gasse (26) "l'émergence d'une économie entrepreneuriale est autant un événement culturel et psychologique qu'un événement économique ou technologique". Et comme le souligne Paupé (27) "le processus de création d'entreprise part de l'identification des besoins, de la détermination des objectifs, de l'influence des stimuli provenant de l'environnement, de la perception de l'entrepreneur, de l'esprit d'entreprise ainsi que de la ferme volonté de réussir".

Il est à signaler que compte tenu des incitations de l'Etat à travers le développement de nouvelles formes d'insertion des jeunes par l'économie, les jeunes sont de plus en plus nombreux à se lancer dans l'activité entrepreneuriale.

Et si on considère que l'acte entreprendre est un processus complexe qui résulte du concours de plusieurs facteurs, il va dans le bon sens pour que les efforts déployés par l'Etat soient plus fructueux, de tenir compte des paramètres aussi bien économiques, sociologiques managériales que psychologiques des jeunes afin que ces derniers puissent créer, développer et pérenniser leur entreprise.

Bibliographie

- 1- Billard L., Boissin J P., Deschamps B, Profil du dirigeant et représentation des mécanismes du gouvernement d'entreprise, *La Revue des Sciences de Gestion*, 2001, n°204, pp 35-47.
- 2- Vesper K H., Gartner W B, Measuring progress in entrepreneurship education, *Journal of Business Venturing*, 1997, 125-, pp 403-421.
- 3- Reynolds P D., Storey D J, Westhead P, Regional characteristics affecting entrepreneurship: A cross-national comparison. *Paper presented at the Frontiers of Entrepreneurship Research, Wellesley, MA*. 1994.
- 4-Reynolds P D., Hay M., Bygrave W D., Camp S M., Autio E, *Global entrepreneurship monitor*, 2000. executive report. 54p. Kauffman Centre for Entrepreneurial Leadership at Ewing Marion Kauffman Foundation. Wellesly, MA, Babson College, 2000.
- 5- Menzies T V., Gasse Y., Diochon M., & Garand D, Nascent Entrepreneurs in Canada: An Empirical Study, Paper presented at the ICSB 47th World Conference, San Juan, Puerto Rico, Jun, 2002.

- 6- Saporta B, Stratégies des petites et moyennes entreprises", p. 3105-3128 in JOFFRE, P. et Y. Simon 1997-, Encyclopédie de Gestion, 2ème édition, Paris, Economica, 1997, p 3621.
- 7- Kahneman D., Tversky A, Prospect theory: an analysis of decision under risk", *Econometrica*, 1979, 47, pp 313-327.
- 8- Lopes Lola L, Between Hope and Fear: The Psychology of Risk, *Advances in Experimental Social Psychology*, 1987, 20, p 255-295.
- 9- Slovic P, Perception of Risk. *Science*, 1987, 236 April-, pp 280-286.
- 10- Bauer R, Consumer behavior as risk taking, *Dynamic Marketing for a Changing World*, R.S. Hancock ed., American Marketing Association, 1960, pp 389-398.
- 11- Dickson PR., et Giglierano J J, Missing the boat and sinking the boat: *aconceptual model of entrepreneurial risk*, in *Journal of Marketing*, 1986, 50, pp 58-70
- 12- Bandura A., et Wood R, The effect of perceived controllability and performance standards on self regulation of complex decision making", *Journal of Personality & Social Psychology*, 1989, 56 May-, pp 805- 814.
- 13- Krueger N., & Dickson P R, How believing in ourselves increases risk taking: perceived self efficacy and opportunity recognition, *Decision Sciences*, 1994, 253-, pp 358-400.
- 14- Barabel M, Un style de décision à la française ? *Revue Française de Gestion*, novembre-décembre, 1996, pp 159-170.
- 15- Albert E., Emery J L, *Le manager est un psy*, Editions d'Organisation, 1998, p 190.
- 16-Kahn B E., Sarin R K, Modeling ambiguity in decisions under uncertainty, *Journal of Consumer Research*, 1988, 15, 2, p. 265-72.
- 17-White et Kenyon, Enterprise-Based Youth Employment Policies, Strategies and Programmes. Ébauche, Organisation internationale du travail, Genève. 2000.
- 18- Schnurr J., Newing, Conceptual and analytical framework for youth enterprise and livelihood skills development: defining an IDRC niche'. IDRC, Canada, 1997.
- 19- Courtney H., Kirkland J., Viguier P, Stategy under uncertainty, *Harvard Business Review*, November-December, pp. 67-79, 1997.
- 20-Chigunta F, Youth Livelihoods and Enterprise Activities in Zambia. Report to IDRC, Canada, 2001.
- 21- Motts N, Current Youth Entrepreneurship Practice in Africa: Does it Work? Paper to IDRC, Canada, 2000.
- 22- Dickson PR., et Giglierano J J, Missing the boat and sinking the boat: *aconceptual model of entrepreneurial risk*, in *Journal of Marketing*, 1986, 50, pp 58-70
- 23- urtain R Towards a Youth Employment Strategy. Report to the United Nations, 2000, p 288.
- 24-White et Kenyon, Enterprise-Based Youth Employment Policies, Strategies and Programmes. Ébauche, Organisation internationale du travail, Genève, 2000.
- 25-Gasse, Y, Functional Diversity in University Entrepreneurship Development : The Laval University Model", in Teresa V. Menzies ed.-, *Entrepreneurship and the Canadian Universities*, St. Catharines, Ont., Brock University, 2002, chapter 11, p. 71- 76.
- 26-Gasse Y, Les chercheurs-entrepreneurs canadiens : profil et entreprises. Document de travail, Centre d'Entrepreneuriat et de PME, Université Laval, 2000, p 15.
- 27-Pauzé E, *Techniques d'entretien et d'entrevue*, Outremont : Modulo, 1984.