

**Les déterminants de la croissance des PME algériennes : Cas
échantillon des PME privées de la wilaya de Bejaia.
The determinants of the growth of Algerian SMEs: Sample
case of private SMEs in the wilaya of Bejaia.**

BOUKRIF Nouara^{1*}, BERRAH Kafia²

¹ Laboratoire RMTQ, Faculté SECG, Université de Bejaia. Email,
nouara.djemah@univ-bejaia.dz

² Laboratoire RMTQ, Faculté SECG, Université de Bejaia. Email,
kafia.berrah@univ-bejaia.dz

Date de réception: 2021-11-17 Date de révision: 2021-12-22 Date d'acceptation: 2022-05-17

Résumé

En dépit des efforts fournis par les pouvoirs publics visant le développement du secteur de la PME, force est de constater que ce dernier connaît un immobilisme inquiétant en terme de taille, d'expansion métier ou d'expansion mission. Une situation qui nous a interpellés pour tenter de mieux comprendre les déterminants de la croissance des PME à travers une étude empirique menée sur un échantillon de 72 PME privées localisées dans la wilaya de Bejaia. L'analyse s'appuie sur une application économétrique. Les résultats de notre étude montrent que des variables relatives aux caractéristiques des entrepreneurs sont celles qui expliquent plus la croissance des PME objet d'étude. Les caractéristiques relatives à entreprises, viennent en deuxième position. En fin l'environnement concurrentiel semble jouer un rôle moins important.

Mots clés : entrepreneur, PME, croissance des entreprises, régression logit.

Abstract

Despite the efforts made by the public authorities to develop the SME sector, it is clear that the latter is experiencing worrying stagnation in terms of size, business expansion or mission expansion. A situation that challenged us to try to better understand the determinants of the growth of SMEs through an empirical study conducted on a sample of 72 private SMEs the wilaya of Bejaia. The analysis is based on an econometric application. The results of our study show that variables relating to the characteristics of entrepreneurs are those that best explain the growth of the SMEs studied. The characteristics relating to companies, come in second position. the competitive environment seems to play a less important role.

Keywords : entrepreneur, SME, business growth, logit regression

* Auteur correspondant: BOUKRIF Nouara. Email : nouara.djemah@univ-bejaia.dz

1. Introduction :

Stigmatisé sous le régime socialiste, le secteur de la PME est resté pendant longtemps marginalisé en Algérie. Il fallait attendre l'aboutissement d'une réforme engagée au début des années 80 pour voir ce secteur devenir un élément indispensable à l'impulsion de la dynamique économique et à la résorption du chômage. Une place qui apparaît clairement dans tous les programmes gouvernementaux dont l'objectif est de relancer l'économie nationale et de réduire la montée spectaculaire du chômage (Boukrif & Madoui, 2014; SI LEKHAL, KORICHI, & GABOUSSA, 2013). Depuis, des efforts de réhabilitation ont été entrepris à travers le lancement de plusieurs dispositifs et mesures visant la création et le développement des PME.

Cependant, même si des avancées ont été enregistrées en matière de création de nouvelles entreprises, force est de constater un état d'immobilisme chez la majorité des entreprises créées. Les statistiques montrent une prédominance des TPE qui constituent près de 97% de ce secteur, ce qui démontre leurs difficultés à encocher une croissance qui devait leur permettre d'être compétitives, mais aussi de passer d'une taille à l'autre, autrement dit de se développer.

Notre travail traite justement la problématique des facteurs de croissance des PME algériennes. A travers une étude menée sur un échantillon des PME privées de la wilaya de Bejaia dans le secteur agroalimentaire, nous avons tenté d'identifier les facteurs explicatifs de cette difficulté que connaissent les entreprises privées algériennes à se développer.

Ainsi, la question qui exprime la problématique de notre étude est la suivante : **Quels sont les déterminants de la croissance de la taille des PME algériennes ?**

Pour apporter des réponses à cette question, nous avons mobilisé plusieurs théories relatives à la croissance des entreprises ce qui nous a permis de formuler les hypothèses suivantes :

- **Hypothèse 1** : La croissance des PME algériennes est affectée significativement par les caractéristiques du propriétaire- dirigeant.
- **Hypothèse 2** : La croissance des PME algériennes est affectée significativement par les caractéristiques de l'entreprise.

- **Hypothèse 3 :** La croissance des PME algériennes est affectée significativement par les caractéristiques de leur l'environnement.

IL s'agit donc d'identifier les principaux facteurs explicatifs ainsi que les principales mesures à adopter pour stimuler la croissance intensive (croissance par taille) des PME algériennes.

La démarche méthodologique adoptée dans le cadre de ce travail est de type hypothéco-déductive qui consiste à construire des hypothèses et de mener une enquête pour les vérifier. Ainsi, le travail est structuré en deux parties. La première partie est consacrée à la revue de littérature du phénomène étudié, la deuxième partie est consacrée à l'analyse des résultats d'une application d'une approche économétrique (modèle logistique binomial), sur un échantillon des PME privées algériennes en vue d'identifier les déterminants de leurs croissances.

2. Revue de la littérature sur les déterminants de la croissance des entreprises

De nombreuses études empiriques ont été consacrées à l'étude des déterminants de la croissance des entreprises en Algérie (Berrah K. , 2020; Boukrif & Madoui, 2014; Ferfera & Belarbi.Y, 2006)... Ce faisant, la littérature a identifié un nombre important de déterminants potentiels de la croissance, montrant bien que cette dernière est un phénomène complexe, multidimensionnel et multifactoriel. Notre étude se concentrera principalement sur les variables qui apparaissent comme étant les plus discriminantes dans la littérature, établis en trois catégories de facteurs : les déterminants liés à l'entrepreneur, les déterminants liés à l'entreprise et les déterminants liés à l'environnement.

2.1 Déterminants liés au propriétaire-dirigeant

Le profil entrepreneurial fait l'objet de nombreuses études antérieures (Gasse, 1987), nous nous intéressons, dans ce qui suit aux caractéristiques sociodémographiques du propriétaire-dirigeant ayant un impact potentiellement important sur les trajectoires de croissance des entreprises.

Les recherches sur le lien entre le sexe du dirigeant et la croissance de l'entreprise trouvent leur source dans plusieurs études antérieures, des études menées par (Kalleberg & Leicht, 1991) et (Janssen, 2002), qui observent le fait que lorsque le dirigeant soit une femme serait plutôt négatif pour la croissance. (Douglas, 2013) Montre une relation négative, certes,

faible mais significative entre le fait d'être une femme et la croissance. De manière générale, il semblerait que la croissance des entreprises soit négativement influencée par le sexe féminin de leur dirigeant (Lasch, 2005). Cependant, d'autres recherches mettent en évidence l'absence de relation entre le sexe et la croissance (Papadaki & Chami, 2002).

Et pour l'âge du propriétaire-dirigeant, certains auteurs ont constaté une relation négative entre cette variable et la croissance de l'entreprise (Janssen, 2011). En effet, un dirigeant plus âgé serait plus conservateur, rechercherait plutôt un statu organisationnel et apprécierait moins le changement, et serait moins enclin à prendre des risques. Au contraire, un dirigeant plus jeune serait plutôt favorable à la mise en place de stratégies novatrices et risquées, souvent associées à une forte croissance. Dans ce sens, plusieurs études montrent bien une relation négative entre l'âge du dirigeant et la croissance de son entreprise (Lasch, 2005; JANSSEN, 2006). A l'inverse, d'autres auteurs soulignent le fait qu'un individu plus âgé dispose en général de ressources financières plus importantes et de réseaux d'affaires plus développés, ce qui réduit la probabilité d'être confronté à des contraintes de liquidités, contrairement à des individus jeunes (Teurlai, 2004). (Papadaki & Chami, 2002), quant à eux, dans leur étude qui s'intéressent aux déterminants de la croissance des entreprises, ne trouvent aucune relation significative entre l'âge du dirigeant et la croissance de son entreprise.

Concernant la variable de motivation, selon (Janssen, 2002), les motivations¹ de l'entrepreneur sont des déterminants importants de la croissance des entreprises. Plusieurs recherches montrent un lien positif entre la croissance de l'entreprise et la présence d'une motivation de type « pull » chez le chef du dirigeant au moment de la création (Kalleberg & Leicht, 1991; Teurlai, 2004; Julien, 2000). La littérature sur la motivation entrepreneuriale souligne deux contextes relatifs à la e création d'une entreprise. Une création choisie ou une création imposée. Ainsi, l'idée de créer une entreprise peut être déclenchée par la présence d'une opportunité

¹ Janssen (2011), a distingué deux types « pull » et « push », Les motivations de type « pull » sont des facteurs intrinsèques qui correspondent au concept « d'entrepreneuriat d'opportunité », comme la perception d'une opportunité de marché, la réalisation personnelle ou la recherche de profit, tandis que les motivations « push » sont des facteurs extrinsèques relatifs à « l'entrepreneuriat de nécessité », comme : une situation de chômage, d'insécurité d'emploi, un emploi peu satisfaisant, peu rémunérateur ou sans perspectives de progression.

d'affaires, ou par un besoin de rémunération en cas de chômage. Suivant cette optique, deux dimensions exclusives apparaissent habituellement, appelées respectivement « push » et « pull ». L'approche « push » correspond au concept d'entrepreneuriat par nécessité. Le chômage ou l'instabilité au travail consiste la motivation principale à la création de l'entreprise (Janssen, 2002). Par contre, l'approche « pull » correspond à l'entrepreneur par opportunité, la présence d'une opportunité d'affaire constitue la principale motivation pour la création d'une entreprise. En ce qui concerne les motivations « push », selon certains auteurs, les perspectives de croissance sont moins importantes dans le cas d'une entreprise dont la création est fondée sur ce type de motivation (Papadaki & Chami, 2002; Nukunu, 2012).

2.2 Déterminants de croissance liés à l'entreprise

Les caractéristiques propres à l'entreprise sont également des déterminants de sa croissance. Ces caractéristiques que nous allons présenter dans ce qui suit :

La taille est celle qui a le plus retenu l'attention des chercheurs, nombreux sont ceux qui ont tenté de tester la véracité de la loi de Gibrat (1931)². Certaines études infirment cette loi et concluent à une relation négative entre la taille d'une entreprise et sa croissance (Papadaki & Chami, 2002; Teurlai, 2004; Janssen, 2011; Nukunu, 2012), d'autres observent un lien positif (Kalleberg & Leicht, 1991).

L'âge de l'entreprise peut aussi influencer son taux de croissance. En effet, les études qui se sont penchées sur ce lien font apparaître quasi unanimement un lien négatif (Julien, 2000; Papadaki & Chami, 2002; Harabi, 2007; Janssen, 2011). Les entreprises jeunes sont donc plus susceptibles de croître de manière significative que les entreprises âgées.

Ainsi l'influence du financement sur la croissance a fait l'objet d'études empiriques axées sur l'importance des moyens financiers lors de la création. Plusieurs études constatent un lien positif entre l'importance de ces ressources et la croissance (Teurlai, 2004; Harabi, 2007). Deux autres études concluent toutefois à une absence d'un tel lien (Janssen, 2002; Manigart, 1996). D'autres études considèrent aussi que la source du financement peut,

² Selon laquelle le taux de croissance des entreprises est indépendant de leur taille

elle aussi, être importante pour la croissance de l'entreprise (Teurlai, 2004; Berrah & Boukrif, 2018).

Également, l'orientation du marché choisi par une entreprise influence son parcours et ses opportunités de croissance. Les entreprises qui réalisent un fort pourcentage de leur chiffre d'affaires sur le marché international ont tendance à connaître une plus forte croissance (Janssen, 2002). D'autres études réalisées par (Papadaki & Chami, 2002; Nukunu, 2012), observent que la PME qui œuvre strictement sur un marché local se développe mieux que sur le marché international.

2.3 Déterminants de la croissance liés à l'environnement de l'entreprise

A la lumière de la revue de la littérature sur la croissance des entreprises, plusieurs facteurs en relation avec l'environnement ont une influence de manière positive ou négative sur la croissance d'une entreprise. (OCDE, 2002) Montre que la concentration d'entreprises à forte croissance est plus importante dans les régions industrielles qui connaissent elles-mêmes une forte croissance économique. (Janssen, 2002) Montre que la spécialisation du territoire dans le secteur d'activité de la firme est favorable à sa croissance. Il observe au contraire qu'une forte concurrence au sein du territoire sur l'activité spécifique de l'entreprise serait négative pour la croissance. (Wiklund, Patzelt, & Shepherd, 2009), ont conclut aussi que plus un territoire à une population importante avec un revenu moyen élevé et plus il serait favorable à la croissance de ses entreprises. De la même manière, l'attraction commerciale de la région ainsi que la présence de flux touristiques importants seraient des signes positifs (Almus, 2002).

La structure d'accompagnement et les aides publiques peuvent agir aussi sur la croissance des entreprises. Des auteurs comme (Moati, Mazars, & Pouquet, 2006) confirment cette relation positive entre l'obtention d'aides publiques et la croissance, contrairement aux autres qui montrent une influence plutôt négative entre l'obtention d'aides publiques et la croissance des entreprises (Janssen, 2002).

3. L'échantillon et les variables utilisées

Notre recherche vise à mieux comprendre les facteurs qui affectent le développement des PME algériennes. Notre posture épistémologique est le positivisme. L'approche utilisée est hypothético-déductive et quantitative.

Les données utilisées dans le cadre de cette étude sont collectées par une enquête de terrain auprès des PME privées algériennes (un échantillon des PME privées du secteur agroalimentaire de la wilaya de Bejaia).

L'échantillon final de notre étude est composé de 72 PME privées sur un total de 84 entreprises prévues au début³. L'instrument de mesure utilisé pour recueillir l'information a été l'enquête par questionnaire. Ce questionnaire est composé par plusieurs questions de natures différentes (questions fermées, questions ouvertes et questions aux choix divers), qui permettent de cerner toutes les informations liées à la croissance des entreprises de notre échantillon.

Nous avons opté pour la méthode aléatoire non probabiliste. Ce choix s'explique essentiellement par le fait que l'échantillon a été constitué de façon à réduire les coûts de l'enquête ainsi que ses délais. Ainsi le traitement des données a été fait par le logiciel SPSS.

En ce qui concerne les variables utilisées dans le cadre de notre étude, la croissance des entreprises constitue la variable à expliquer (variables dépendante). Les facteurs cités à travers la littérature, et qui paraissent intervenir dans notre étude, constituent les variables explicatives.

➤ **La variable à expliquer**

Plusieurs indicateurs peuvent être utilisés pour mesurer la croissance des entreprises, comme chiffre d'affaire, l'effectif, bénéfice, ... Vue de la nature des données fournies dans le cadre de notre étude, nous avons opté à l'analyse de la croissance de l'entreprise par l'indicateur de l'effectif, mesuré par la variation relative de l'emploi pendant une période de 5 ans, sous la formule suivante : « $(Et - Et-1) / Et-1$ », celle-ci étant l'indice le plus fréquemment utilisé dans les études sur les déterminants de la croissance des entreprises (Janssen, 2002). Les données de cette variable sont calculées sur la base de données de notre enquête de terrain.

³ 84 entreprises, constituée la liste de base des PME privées du secteur agroalimentaire de la wilaya de Bejaia, obtenue par la direction de l'industrie et de mine de la wilaya, nous avons pu d'enquêter toutes ces entreprises et on a exploité uniquement 72 entreprises.

Les résultats de cette variable indiquent que près de 60 % des entreprises de notre échantillon connaissent une croissance positive en terme de la création de l'emploi pendant la période étudiée, voir le détail dans le tableau suivant.

TABLEAU 1. DISTRIBUTION DES EFFECTIFS DE LA VARIABLE DEPENDANTE.

Variable dépendante	Effectifs	Pourcentage
Non croissance	29	40,3
Croissance	43	59,7
Total	72	100,0

Source : Élaboré par les auteurs selon les données de l'enquête

➤ **Les variables explicatives utilisées**

Le choix des variables explicatives est effectué d'une part sur la base de la revue de littérature soulignée dans les travaux théoriques et empiriques antérieurs comme étant importantes pour la croissance de l'entreprise, et d'autre part sur la base de l'information concernant ces variables qu'elles soient pertinentes, accessibles et disponibles dans notre terrain de recherche. Nous présenterons ici le listing de nos variables explicatives avec des commentaires très brefs pouvant permettre leur compréhension. La dernière colonne du tableau correspond aux hypothèses associées pour chaque variable, établis en fonction des résultats des études antérieures, voir le tableau suivant :

TABLEAU 2. TABLEAU RECAPITULATIF DES VARIABLES DU MODELE DE RECHERCHE ET CORPS D'HYPOTHESE

variables	Modalités et mesure	Hypothèses présumées
La variable dépendante		
Croissance de l'entreprise	1 : Taux de croissance positif. 0 : Sinon.	-----
Les variables indépendantes (9 variables)		

Sexe	1 Si le propriétaire est un homme ; sinon 0.	H1a : La croissance est significativement influencée par le sexe.
Motivations pull	1 Si l'entrepreneur a des motivations pull au moment de la création. 0 Sinon.	H1b : La croissance est significativement influencée par des motivations de type « pull ».
Motivations push	1 Si le l'entrepreneur a des motivations push. 0 Sinon	H1c : La croissance est significativement influencée par des motivations de type push.
L'âge de l'entreprise	1 : Inférieur ou égale à 10 ans. 0 Sinon	H2a : La croissance est significativement influencée par l'âge de l'entreprise.
Taille de l'entreprise	0 : TPE / 1 : PE / 2 : ME	H2b : La croissance est significativement influencée par la taille de l'entreprise.
l'emprunt bancaire	1 Oui. 0 Sinon	H2c : La croissance est significativement impactée par le crédit bancaire ou dispositifs publics.
Financement par dispositif public	1 Oui. 0 Sinon	
Etendue de marché	1 Si le marché est national. 0 Sinon.	H2d : La croissance est affectée significativement par le marché.
Intensité à la concurrence	1 Si l'entreprise perçoit la concurrence de degré fort. 0 Sinon.	H3a : L'intensité à la concurrence affecte significativement la croissance.

Source : Etabli par les auteurs

4. Méthode de traitement des données et analyse descriptive

Afin de concrétiser cette étude, nous avons, réalisé une régression logistique binomiale de la croissance des entreprises. Cette méthode présente certains avantages par rapport à la régression multiple standard qui est soumise à des conditions d'application plus restrictives (Howell, 1998). Parmi ces avantages, on peut notamment citer le fait que, contrairement à la régression standard, la régression logistique ne présuppose pas une relation linéaire entre la variable dépendante et les variables indépendantes, et ne requiert

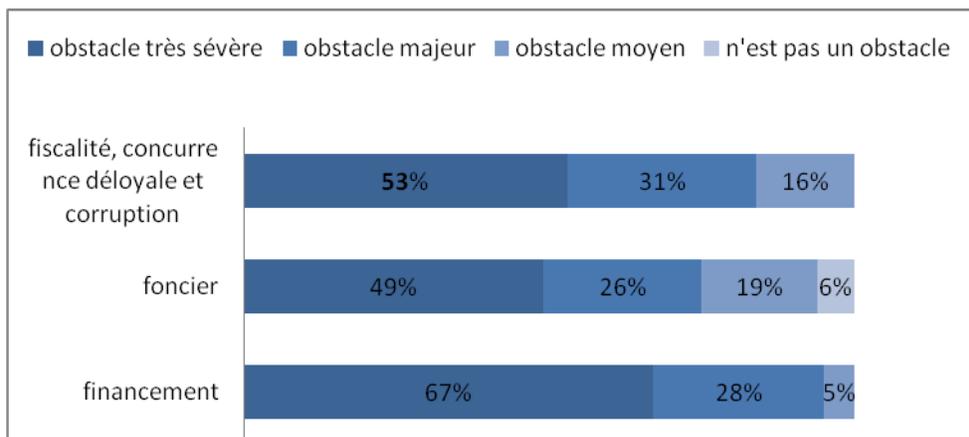
pas une distribution normale des variables. La régression logistique permet en outre d'intégrer au sein d'un même modèle des prédicateurs de type dichotomique ou polytomique et de type métrique. Chaque modalité d'une variable d'origine a donné lieu à une variable auxiliaire codée 1 si la caractéristique est réalisée et 0 dans le cas inverse.

En ce qui concerne l'analyse descriptive de l'échantillon d'étude, les résultats de l'enquête indiquent que 97,2% des entrepreneurs interrogés sont du sexe masculin. Leur âge au moment de la création de leur entreprise se situe plus dans la tranche 30-40 ans, soit 36,1%. Quant à la moyenne d'âge des entrepreneurs enquêtés, elle est de près de 38 ans, avec un minimum d'âge de 24 ans et un maximum de 60 ans.

La majorité des entreprises sont créées à partir les années 2000, soit un taux de 77,77%, cette tendance s'explique principalement par les mesures d'encouragement aux investissements industriels. Concernant la forme juridique, les résultats montrent la prédominance de la forme SARL avec un taux de 56,9%. L'origine des fonds nécessaires à la création de l'entreprise provient principalement des fonds propres des entrepreneurs et les emprunts bancaires.

Quant aux freins majeurs au développement des PME, notre analyse repose sur l'appréciation faite par des propriétaires dirigeants, nous les citons par la figure suivante :

FIGURE 1 : LES PRINCIPALES CONTRAINTES DE DEVELOPPEMENT DES ENTREPRISES DE L'ECHANTILLON.



Source : Élaboré par les auteurs selon les données de l'enquête

5. Présentation et discussion des résultats

Les résultats statistiquement significatifs au seuil de 5 % des régressions logistiques de la croissance de l'emploi sont indiqués dans le tableau suivant.

Tableau 3 : Résultats de la régression logistique binomiale à l'étape initiale.

Variables/modalités	Score	ddl	Sig.
Dispositif public /oui	6,547	1	,011
marché national/oui	9,992	1	,002
motivations pull/oui	8,856	1	,003
motivations push/oui	15,154	1	,000
Taille/Petite entreprise	,906	1	,341
Taille /Moyenne entreprise	1,031	1	,310
Age entreprise/supérieur à 10 ans	8,109	1	,004
Concurrence/degré fort	5,485	1	,019
Sexe/homme	1,387	1	,239
Crédit bancaire/oui	5,105	1	,024

Source : établi par auteurs

A la lecture de ce tableau, nous constatons que sept (7) variables sont significatives au seuil de 5%⁴, ces variables sont les suivantes :

⁴ Au regard de la colonne « sig », leur valeur de probabilité est inférieure à 5 %.

- Deux variables liées au(x) caractéristique(s) de l'entrepreneur : **motivations de type push et motivations de type pull.**
- Quatre variables liées au(x) caractéristique(s) de l'entreprise : **source du financement par dispositif public, étendue du marché « national », source du financement par crédit bancaire et âge de l'entreprise.**
- Une variable liée à l'environnement de l'entreprise : **intensité à la concurrence.**

Cependant, les régressions pas à pas du modèle nous permettent de mettre en évidence les variables qui sont significatives et qui sont les plus importantes dans l'explication du phénomène de la croissance de l'emploi des entreprises.

Dans notre étude, la procédure ascendante pas à pas de régression de la croissance des entreprises a donné lieu à 4 étapes. En effet, à chaque étape, l'algorithme du modèle logistique inclus systématiquement la classification des variables significatives, en laissant de côté celles qui n'apportent pas suffisamment d'information au modèle. Cette spécification vient de l'option « régression logistique ascendante ».

Les résultats statistiquement significatifs à la dernière étape (étape 4) de la régression logistique sont résumés dans le tableau ci-dessous.

TABLEAU 4 : RESULTATS DE LA DERNIERE ETAPE DE LA REGRESSION LOGISTIQUE BINOMIALE PAS A PAS DE LA CROISSANCE DES ENTREPRISES.

Variables	Coeff.	E.S.	Wald	ddl	Sig.	Exp(B)
------------------	---------------	-------------	-------------	------------	-------------	---------------

Marché national	-2,600	,839	9,593	1	,002	,074
Motivations « pull »	-2,841	,980	8,399	1	,004	,058
Motivations« push »	1,798	,748	5,776	1	,016	6,040
Age de l'entreprise	-2,643	,856	9,544	1	,002	,071
Constante	3,025	,937	10,427	1	,001	20,591
Nombre d'observations = 72						
Signification Log-vraisemblance = 0.0000						
Prob > chi2 = 0.0000						
P-value pour le test de H-L = 0.989						
Pourcentage global = 80.6%						

Source : Réalisé par les auteurs selon les données de l'enquête

Il ressort des résultats d'estimation (tableau 4), les résultats suivants : Le test du khi-deux est hautement significatif (p-valeur=0,000) inférieure à 1%, cela indique que le modèle est globalement significatif. Nous remarquons, toujours dans le même tableau que la probabilité associée à la statistique du rapport de vraisemblance (LR-test) est égale zéro, ce qui signifie que le modèle est globalement très significatif.

Le test de Hosmer-Lemeshow permet de savoir si le modèle spécifié est bon ou mauvais ; ce test indique que la valeur de p-value = 0.989, elle est supérieure au seuil 5%, cela montre que l'ajustement global du modèle aux données est satisfaisant.

Le pseudo R² ajusté est égal à **80.6%** (pourcentage global) pour le modèle final ; nous pouvons donc conclure que le pouvoir de prédiction du modèle est très satisfaisant.

En outre, au regard au tableau 4 aux valeurs de probabilité (colonne « Signif ») au seuil de 5%, il apparait que seules quatre variables significatives semblent les plus importantes dans l'explication de notre modèle logistique. Les paramètres avec des coefficients positifs influencent positivement la probabilité de croissance des entreprises et ceux munis de coefficients négatifs l'affectent négativement. D'après le tableau précédent, les variable telles que : marché national, motivations pull et âge de

l'entreprise réduisent la probabilité de croissance de l'emploi. Au contraire, la variable liée aux motivations push a une relation positive avec la probabilité de croissance de l'emploi des entreprises.

L'interprétation des paramètres peut être plus précise si l'on regarde à l'exponentiel des coefficients des paramètres du modèle estimé (Odds ratios estimés), voir la dernière colonne « Exp (B) » du tableau 4 :

Concernant la variable « **motivations de type pull** », il ressort du modèle estimé que la valeur odds ration est égale à 0,058, donc inférieur à 1 ; cette variable influence significativement et négativement la croissance de l'entreprise, cela indique que les perspectives de croissance sont moins importantes dans le cas d'une entreprise dont la création est fondé sur ce type de motivations. Notre résultat va en contradiction avec ce qui a été observé par certaines études empiriques à savoir d'un lien positif entre la croissance de l'entreprise et la présence d'une motivation de type « pull » chez l'entrepreneur au moment de la création (Kalleberg & Leicht, 1991; Julien, 2000; Teurlai, 2004). Cette divergence trouve son explication dans les mutations de l'environnement que nous connaissons de nos jours et qui a profondément configuré le profil de l'entrepreneuriat classique, qui correspondait à la typologie d'autre fois pour donner naissance à des profils atypiques différent de la vision monolithique de l'entrepreneur d'autrefois pour rejoindre. Nous pouvons ainsi confirmer l'hypothèse associée à cette variable. *Hypothèse (H1b) est confirmée.*

Du côté de la variable « **motivations de type push** », cette variable influence significativement et positivement la croissance de l'emploi. En effet, la valeur odds ration est égale à 6,040, donc largement supérieure à 1; cela indique que les entrepreneurs qui ont souvent ces motivations au moment de la création de leur entreprise , telle qu'une situation antérieure de chômage ou une expérience professionnelle antérieure peu satisfaisant ont globalement six (6) fois plus de chance de développer leur entreprise par rapport à ceux qui ne l'ont pas. Encore un résultat qui confirme le comportement atypiques de cette nouvelles génération d'entrepreneurs qui vas à l'opposer des résultats observés dans certaines études empiriques (Papadaki & Chami, 2002; Nukunu, 2012)qui soulignent que les

perspectives de croissance sont moins importantes au sein d'une entreprise créée au départ par ce type de motivation. Pour notre part, le contexte socioéconomique qui caractérise les régions d'implantation des entreprises enquêtées peut nous renseigner sur ces résultats atypiques enregistrés par notre enquête. Il est également à signaler que la nature même des relations sociales qui prévalent dans la société d'implantation de ces entreprises impose aux chefs d'entreprises de partager leur réussite par le recrutement des jeunes de leurs patelins. ***Donc l'hypothèse (H1c) est confirmée.***

Concernant La variable « **âge de l'entreprise** », selon les résultats de l'estimation, la valeur odds ration est égale à 0,071 et quelle est inférieur à 1 cela indique que les entreprises âgées (celles ayant l'âge supérieur à 10 ans d'existence) ont moins de chance de connaître une croissance que les entreprises jeunes (moins de 10 ans d'existence), c'est-à-dire la probabilité de croissance des entreprises diminue au fur et à mesure que leur âge avance. Ceci corrobore la théorie et plusieurs études empiriques en la matière (Harabi, 2007; Julien, 2000; Papadaki & Chami, 2002; Janssen, 2011), qui soulignent l'impact négatif de l'âge sur les performances de l'entreprise, autrement dit la croissance diminue de plus en plus à mesure que l'entreprise vieillie. En effet, à partir d'un certain âge, les chefs d'entreprise évitent de se lancer dans des projets porteurs d'un certain risque. Le besoin de sécurité les pousse à se préserver de tout phénomène susceptible de remettre en cause leurs acquis. Des études réalisées sur les entreprises, ont révélé chez les dirigeants d'un âge avancé des comportements opposés à la logique de la rationalité économique, ils se disent intéressés par les résultats de leurs entreprises et les revenus qu'elle dégage, mais agissent en fonction d'autres logiques. **Hypothèse (H2a) est confirmée.**

Quant à la variable liée à la stratégie de la firme en terme de l'étendue du « **marché national** », il ressort du modèle estimé que la valeur odds ration est égale à 0,074 et qu'elle est inférieur à 1 ; cela indique que les entreprises qui desservent leurs produits principalement sur le marché national ont moins de chance de croître que celles qui desservent sur le marché local ou régional. Cette étude confirme également les résultats empiriques de (Papadaki & Chami, 2002) et (Nukunu, 2012), qui trouvent une relation

significative et négative entre le marché national et la croissance de l'entreprise et constatent que la vente dans les marchés locaux a une incidence favorable sur la croissance de l'entreprise. Cette situation met en évidence que les entreprises qui desservent le marché local ou régional se développent selon une stratégie de proximité et opèrent essentiellement dans un marché où l'incertitude est faible, où il y a un faible degré d'innovation et où l'utilisation des meilleures pratiques d'affaire est moins répandue. Donc en termes d'étendues des marchés, ce sont les deux stratégies extrêmes, locale ou régionale, qui exercent le plus d'influence sur la croissance de l'emploi des entreprises de l'échantillon. *Hypothèse (H2d) est confirmée lorsque les entreprises desservent le marché national.*

Ainsi au regard du tableau 3, qui indique les résultats de la régression logistique binomiale à l'étape préliminaire, au vu des valeurs de probabilité des variables estimées (colonne « Signif »), nous pouvons vérifier les autres hypothèses du modèle de recherche :

Concernant les variables associées à la source du financement de l'entreprise, le fait d'avoir recours aux « **dispositifs publics** » ou aux « **établissements bancaires** » pour compléter le financement de son entreprise, influencent significativement sa croissance du fait qu'il permet à l'entreprise de disposer des ressources nécessaires pour les réaliser de nouveaux investissements et accroître par la même occasion ses parts de marchés. Ces résultats tendent à confirmer les résultats obtenus par (Teurlai, 2004). Par contre, Nimba et Wamba (2011), ont effectué une étude sur un échantillon de 258 TPE camerounaises, et ne trouvent aucun effet significatif entre le financement par le crédit et la croissance des entreprises.

Donc hypothèse (H2c) est confirmée.

La variable « **intensité de la concurrence** » semble avoir un effet significatif sur la croissance des entreprises lorsqu'elle est de degré fort. Ce résultat a déjà été confirmé par l'étude empirique de (Julien, 2000), qui a souligné que les perspectives de croissance sont très impactées par le degré de la concurrence dans l'environnement économique de l'entreprise. En effet, dans notre étude ce résultat peut s'expliquer par le fait que le territoire de la wilaya de Bejaia est caractérisé par une forte dynamique industrielle dans le secteur agroalimentaire avec l'existence de nombreuses entreprises

dans le même domaine d'activité dont un bon nombre est de grande taille.

Donc l'hypothèse (H2d) est confirmée.

En ce qui concerne la variable « **Genre du dirigeant propriétaire** », les résultats semblent suggérer que cette variable n'a pas d'impact significatif sur la croissance de l'entreprise, ce qui confirme les résultats obtenus par (Kalleberg & Leicht, 1991) et (Papadaki & Chami, 2002), qui n'observent aucun effet significatif entre la croissance et le genre du dirigeant-propriétaire. A l'opposé, (Janssen, 2002), trouvait que cette variable a un impact significatif sur la croissance de l'emploi, c'est-à-dire que le fait l'entrepreneur soit de sexe féminin diminue les chances de croissance de l'emploi de son entreprise. Donc dans le cadre de notre étude, ***l'hypothèse (H1a) est infirmée.***

En fin, pour la variable « **taille de l'entreprise** », les résultats indiquent que cette variable n'a pas d'impact sur la croissance de l'entreprise. Notre résultat va à l'encontre de plusieurs études qui se sont penchées sur le lien entre la taille et la croissance de l'entreprise et qui concluent à l'existence d'un impact négatif (Ferfera & Belarbi.Y, 2006; Julien, 2000; Papadaki & Chami, 2002; Teurlai, 2004; Nukunu, 2012) et suggèrent que la croissance diminue de plus en plus à mesure que l'entreprise prend de l'expansion. Ces auteurs, indiquent que les entreprises de grandes tailles éprouvent de difficultés à croître surtout, à connaître une croissance forte. Ainsi certaines études ont trouvé un impact positif sur la croissance des entreprises (Guyot et al, 2006). ***Donc l'hypothèse (H2b) est infirmée.***

6. Conclusion

A l'issue de l'analyse économétrique appliquée par le modèle de régression logistique, il ressort statistiquement, au seuil de 5 % qu'au total, sept variables ont un effet significatif sur la croissance de l'emploi ; deux variables sont liées aux caractéristiques de l'entrepreneur (motivations push et motivations pull), quatre variables sont liées aux caractéristiques de l'entreprise (dispositif public, crédit bancaire, étendue du marché « national » et âge de l'entreprise) et en fin une variable est liée à l'environnement (intensité à la concurrence).

Cependant, les résultats de la régression pas à pas du modèle estimé à la dernière étape, nous révèlent que seules quatre variables significatives

semblent plus importantes dans l'explication du phénomène de la croissance des entreprises : le marché national, les motivations pull et l'âge de l'entreprise ont un effet négatif sur la probabilité de croissance, en revanche, la variable liée aux motivations push a une relation positive avec la probabilité de croissance

Nos résultats plaident plusieurs préconisations managériales. De point de vue du propriétaire-dirigeant, nos résultats permettront aux dirigeants des PME d'avoir une meilleure connaissance des facteurs qui influent sur le développement de leur entreprise et de disposer des connaissances utiles pouvant contribuer à une meilleure gestion de leur entreprise. De même, il est important de souligner la nécessité d'une stratégie de croissance explicite et robuste. Des points importants de cette stratégie incluent le choix du bon emplacement, le choix des marchés avec une demande suffisamment forte et en expansion. En outre, le défi de la croissance et les métamorphoses majeures, tant au niveau du développement de la structure organisationnelle qu'au niveau du rôle du propriétaire dirigeant, repose essentiellement sur les capacités du dirigeant à assumer un changement d'attitude en passant de celle de « gestionnaire contrôlant » à celle de « gestionnaire développeur ».

De point de vue des décideurs publics, cette étude peut permettre aux décideurs de tenir compte de l'hétérogénéité de ces facteurs pour promouvoir le développement de la PME puisqu'elles constituent les viviers du développement notamment dans la réduction du chômage.

6. Liste bibliographique :

- Almus, M. (2002). What characterizes a fast-growing firm. *Applied Economics* N°34 , 1497- 1508.
- Berrah, K. (2020). Essai d'analyse de la croissance des petites et moyennes entreprises (PME) en Algérie : Une approche économétrique. thèse de doctorat en sciences économiques . : université de Bejaia.
- Berrah, k., & Boukrif, M. (2018). Evaluation de l'impact du crédit bancaire sur la croissance des entreprises privées en Algérie : Cas des PME de la wilaya de Bejaia . (J. o. Finance, Éd.) 9 (1).
- Bertoni, F., Colombo, M., & Grilli, L. (2005). External private equity financing and the growth of new technology based firms : What come first? *Research in entrepreneurship and small Business XIX conference*.Italy.

- Bertoni, F., Ferrer, M., & Martí, J. (2013). The different roles played by venture capital and private equity investors on the investment activity of their portfolio firms. (S. B. Economics, Éd.) 40 (3), 607-633.
- Boukrif, M., & Madoui, M. (2014). Les pratiques managériales dans les PME algériennes, quel impact sur leur développement ? Cas des PME de la région de Soummam. (R. Dirrassat, Éd.) 5 (2).
- Douglas, E. (2013). Reconstructing entrepreneurial intentions to identify predisposition for growth. *Journal of Business Venturing* , 28 (5), 633 - 651.
- Ferfera, M., & Belarbi.Y. (2006). L'impact des caractéristiques entrepreneuriales sur le développement des entreprises en Algérie. Colloque International Création d'entreprises et territoires. Tamanrasset.
- Gasse, Y. (1987). L'entrepreneur, son profil et son développement. *Gestion 2000* (5), 27-41.
- Harabi, N. (2007). Déterminants de la croissance des entreprises: Une analyse empirique de Maroc. MPRA Paper No 4440 .
- Howell, C. (1998). Méthodes statistiques en sciences humaines. Québec: Édition Deboek.
- Janssen, F. (2011). La croissance de l'entreprise. Une obligation pour les PME ? . Bruxelles: Boeck.
- JANSSEN, F. (2006). Do managers' characteristics influence the employment growth of SMEs ? *Journal of Small Business and Entrepreneurship* , 19 (13), 293-315.
- Janssen, F. (2002). Les déterminants de la croissance des P.M.E. : analyse théorique et étude empirique auprès d'un échantillon d'entreprises belges . Thèse de doctorat . Lyon 3, Université Jean Moulin, France.
- Julien, P. (2000). Les PME à forte croissance : les facteurs explicatifs. IXe Conférence Internationale de Management Stratégique. Montpellier.
- Julien, P., Toulouse, J., & Morin, M. (1998). Comportements d'information, de compétitivité et de performance des PME exportatrices. Communication présentée au 4ème Congrès international francophone de la PME. Metz.
- Kalleberg, A., & Leicht, K. (1991). Gender and organizational performance: Determinants of small business survival and success. *Academy of Management Journal* , 34 (1), 136-161.

- Lasch, F. (2005). Les déterminants de la survie et de la croissance des start-up TIC. *Revue Française de Gestion* (2), 37 - 56.
- Manigart, S. (1996). Start-up characteristics and growth. *Proceedings of the ICSB 41st World Conference*. Stockholm.
- Moati, P., Mazars, M., & Pouquet, L. (2006). Croissance des jeunes entreprises et territoires. *Revue d'économie industrielle* (113), 61 - 82.
- Norton, E. (1991). Capital Structure and Small Firms Growth. *Journal of Small Business Finance* , 1 (21), 161 - 177.
- Nukunu, G. (2012). Déterminants de l'entrepreneuriat au Togo . Togo: Rapport de Recherche du FR-CIEA N0. 20/12.
- OCDE. (2002). Les PME à forte croissance et l'emploi. Paris: OCDE.
- Papadaki, E., & Chami, B. (2002). les facteurs déterminants de la croissance des micro- entreprises au Canada. Canada: la direction générale de la politique de la petite entreprise industrie.
- SI LEKHAL, K., KORICHI, Y., & GABOUSSA, A. (2013). Les PME en Algérie : Etat des lieux, contraintes et perspectives . *Algerian Business Performance Review* , 4 (13).
- Teurlai, J. (2004). comment modéliser les déterminants de la survie et de la croissance des jeunes entrepreneurs. *cahier de recherche CREDOC* (197).
- Wiklund, J., Patzelt, H., & Shepherd, D. (2009). Building an integrative model of small business growth. *Small Business Economics* , 32 (4).