

L'élaboration d'une cartographie des déterminants du profil de l'entrepreneur

تطوير خريطة للمحددات التعريفية لرائد الأعمال

The establishment of a map of the determinants of the entrepreneur's profileALILAT Soumya^{* 1}; DEMMOUCHE Nedjoua²

Date de réception : 10/ 02/ 2022 - Date d'acceptation : 30/ 03/ 2022 - Date d'édition : 01/ 06/ 2022

ملخص: تهدف هذه المقالة إلى إنشاء خريطة للمحددات التعريفية لرائد الأعمال. نسمي محدد تعريفي لرائد الأعمال مكوناً فرعياً لمفهوم ريادة الأعمال والذي يؤثر بشكل مباشر على عمل رائد الأعمال هذا. من أجل تحقيق ذلك ، أجرينا مراجعة أدبية للمفاهيم الرئيسية: ريادة الأعمال ، رائد الأعمال ، وملف رائد الأعمال ، بالإضافة إلى مفاهيم ثانوية أخرى. استخدمنا أداة تحليل المحتوى لمعالجة المعلومات التي تم جمعها وتصنيفها من خلال الأفكار الرئيسية والأفكار الفرعية من أجل تسليط الضوء على أي عنصر يؤثر على بناء مفهوم رائد الأعمال. تمكنا من تصنيف محددات تعريفية لرائد الأعمال في ثلاث (03) مجموعات: دافع رائد الأعمال ، بيئة رائد الأعمال بالإضافة إلى مهاراته. أخيراً ، قمنا بتطوير خريطة لهذه المحددات والتي يمكن استخدامها لدراسة مفهوم رائد الأعمال بالإضافة إلى تفاعلاته مع المفاهيم الأخرى.

الكلمات المفتاحية: رائد أعمال ، ملف تعريف رائد أعمال ، تحفيز ريادة الأعمال ، بيئة ريادة الأعمال ، مهارات ريادة الأعمال

Abstract: The objective of this article is to establish a mapping of the determinants of the profile of the entrepreneur. We call a determinant of the entrepreneur's profile a subcomponent of the concept of entrepreneurship that directly impacts the action of this entrepreneur. In order to achieve this, we conducted a literature review of the main concepts: entrepreneurship, entrepreneur, entrepreneur's profile, as well as other secondary concepts. We used the content analysis tool to process the information collected and categorize it by key ideas and sub-ideas in order to highlight any element impacting the construction of the concept of the entrepreneur's profile. We managed to classify the determinants of the profile of the entrepreneur in three (03) groups: the motivation of the entrepreneur, the environment of the entrepreneur as well as his skills. Finally, we have developed the mapping of the determinants of the entrepreneur's profile which can be used to study the concept of the entrepreneur's profile as well as his interactions with other concepts.

Keywords : Entrepreneur, Entrepreneur profile, Entrepreneurship motivation, Entrepreneurship environment, Entrepreneurship skills

Résumé : Le présent article a pour objectif de mettre en place une cartographie des déterminants du profil de l'entrepreneur. Nous appelons un déterminant du profil de l'entrepreneur un sous composant du concept de l'entrepreneuriat qui impact directement l'action de cet entrepreneur. Afin d'y parvenir nous avons procédé à une revue de la littérature des concepts principaux: entrepreneuriat, entrepreneur, profil de l'entrepreneur, ainsi que d'autres concepts secondaires. Nous avons fait appel à l'outil de l'analyse du contenu pour traiter les informations collecter et les classer par idées clés et sous idées afin de faire ressortir tout élément impactant la construction du concept du profil de l'entrepreneur. Nous sommes parvenus à classer les déterminants du profil de l'entrepreneur dans trois (03) groupes : la motivation de l'entrepreneur, l'environnement de l'entrepreneur ainsi que ses compétences. Enfin nous avons élaboré la cartographie des déterminants du profil de l'entrepreneur qui peut servir à étudier le concept du profil de l'entrepreneur ainsi que ses interactions avec d'autres concepts

Mots clés : Entrepreneur, Profil de l'entrepreneur, Motivation Entrepreneurial, Environnement entrepreneurial, Compétences entrepreneuriales

Introduction

* Auteur correspondant.

¹Soumya ALILAT, National High School of Management, MARKETIC HEC, Algeria, s.alilat@ensm.dz²Nedjoua DEMMOUCHE, School of High Studies of Commerce, MARKETIC HEC, Algeria, n.demmouche@hec.dz .

Qu'est-ce qui pousse l'entrepreneur à créer une entreprise ? Qu'est-ce qui l'empêche d'aller vers le salariat et l'oriente plutôt vers l'entrepreneuriat ? Qu'est-ce qui différencie un entrepreneur d'un autre ? Plusieurs questions autour de l'entrepreneur qui ont longuement été étudiées dans les sciences de gestion, les sciences économiques et sciences sociales. Elles ont été étudiées en utilisant différentes méthodes, en utilisant différents outils et en arrivant à différents résultats. L'objectif de cet article est synthétiser ces différentes approches en mettant en place un outil permettant l'étude de l'entrepreneur sous ses différents aspects.

Nous avons essayé de traduire le concept du profil de l'entrepreneur en une cartographie qui trace ses différents déterminants et met en exergue la manière dont ils peuvent impacter sa construction. Pour y arriver à faire cela, nous avons procédé à une revue de la littérature des travaux en entrepreneuriat avec croisement et classification des informations.

1- L'entrepreneur un individu à multiples facettes

Nous ne pouvons pas mettre en place un outil qui facilite l'étude de l'entrepreneur sans connaître la définition de l'entrepreneur. Cependant la multitude de définition du concept fait le consensus sur l'absence d'une définition générale (Gartner, 1988; Ray, 1993).

Afin de comprendre d'avantage l'entrepreneur, nous avons choisis, au lieu de donner une définition ou de multiples définitions, d'expliquer ses différentes facettes.

1-1. L'entrepreneur est acteur économique :

Malgré l'absence d'une définition générale du concept de l'entrepreneur, un des points de convergence est son rôle dans la création (ou du moins la contribution à la création) de richesse.

En 1757, Richard Cantillon (1680-1734) qu'on qualifie du père de l'entrepreneuriat, publie son unique ouvrage « essai sur la Nature du commerce en général ». Dans cet ouvrage Cantillon apporte les premières réponses sur la question du rôle de l'entrepreneur dans le tissu économique et inspire le débat scientifique sur trois théories (Cantillon, 1997) :

- L'entrepreneur comme producteur de richesse ;
- L'entrepreneur comme entremetteur et compétiteur sur le marché ;
- L'entrepreneur innove, assume les risques, saisit les opportunités, gère (créé) une organisation, voire un marché.

Pour Cantillon, l'entrepreneur est un membre d'une catégorie hétérogène regroupant : les marchands, les mendiants, les hommes de loi ... etc. Il décrit cet acteur comme un agent de direction de la production et du marché qui supporte seul, les risques liés aux contraintes du marché et aux fluctuations des prix. Nous pouvons ainsi percevoir pour la première fois la notion de risque et la liaison avec l'entrepreneuriat (ventes incertaines, prix incertains).

Selon Cantillon l'entrepreneur doit:

- Assumer les risques ;
- Aspirer à l'indépendance sociale ;
- Rechercher l'indépendance économique ;
- Possède des capacités propres à l'esprit de l'entreprise : savoir-faire, opportunisme, sens des affaires et du commerce.

En s'inspirant de Cantillon, Say (1767-1832) est l'un des premiers à donner une définition du rôle de l'entrepreneur dans le schéma économique (Schumpeter, 1954). Il s'est intéressé d'avantage sur le rôle des acteurs dans le développement et la production de produits utiles pour la société. Il a divisé l'activité économique en trois catégories :

- Le savant qui produit des connaissances ;

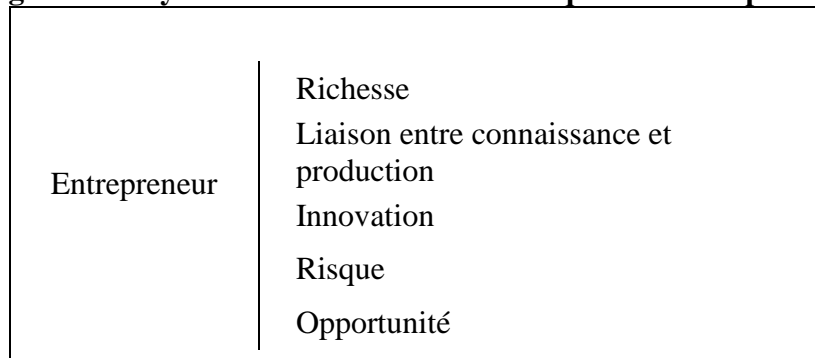
- L'entrepreneur qui utilise les connaissances pour produire des produits ;
- L'ouvrier qui participe avec son travail.

Schumpeter (1883-1950) quant à lui, apporte une nouvelle approche à la théorie économique et entrepreneuriale. Son « originalité réside dans le fait qu'elle est à la fois holiste et individualiste. Holiste par ce qu'elle appréhende le fonctionnement du capitalisme dans sa globalité. Individualiste, par ce qu'elle met l'accent sur le rôle d'un acteur particulier : l'entrepreneur » (Messeghem & Torrès, 2015)

Schumpeter ainsi intègre l'entrepreneur dans le système économique global il associe pour la première fois : innovation, entrepreneur et cycle économique. Il explique que, pendant un cycle économique, l'entrepreneur crée un marché où d'autres entreprises imitatrices s'invitent jusqu'à ce que le marché soit saturé. Cette saturation est traduite par le phénomène des crises. Selon lui il ne s'agit que l'adaptation du système au changement.

Jusqu'au là les économistes se sont intéressés à la partie quantifiable de l'entrepreneuriat. Nous résumant cette facette de l'entrepreneur dans la figure n°1.

Figure -1- : Synthèse de la facette économique de l'entrepreneur



Cependant l'entrepreneur étant un être humain, s'est vu avoir un comportement pas toujours rationnel et des retombées pas toujours quantifiable. La théorie entrepreneuriale s'est trouvée obligée de se retourner vers d'autres disciplines pour l'étude de l'entrepreneur, notamment la psychologie et la sociologie.

1-2. L'entrepreneur est un acteur social et un être psychologique :

Max Weber (1930) est l'un des premiers chercheurs behavioriste à s'intéresser à l'individu autant qu'acteur économique (Filion, 1997). Il considère que le système de valeur établie dans une société est fondamental pour expliquer le comportement des entrepreneurs et gestionnaires. Pour lui l'entrepreneur est un innovateur, indépendant, et formalise une certaine autorité par son rôle de dirigeant. Weber initie la réflexion autour des facteurs non économiques qui peuvent expliquer les actions de l'entrepreneur.

Pendant cette période, le chercheur en science humaine s'est intéressé d'avantage au manager, au gestionnaire qu'à l'entrepreneur. Nous pouvons noter quelques recherches qui n'ont pas étudié l'entrepreneur comme objet de recherche mais l'utilise comme explication de leur résultats, notamment la recherche de Leibenstein. Ce dernier considère la théorie de production incomplète. Il avance qu'une inefficience n'est pas reliée uniquement à une mauvaise allocation des ressources mais à d'autres éléments. Deux firmes peuvent avoir les mêmes facteurs travail et capital mais leur efficacité ou inefficience diffèrent et cela dû à un élément X. Il explique que la fonction d'entrepreneur peut être la réponse à l'inefficience X qui fait de l'entrepreneur un moteur de la croissance (Leibenstein, 1968).

Avec l'arrivée du behavioriste David Clarence McClelland (1917-1998) la théorie en entrepreneuriat prend une nouvelle direction. L'auteur évolue pendant la guerre froide. Il étudie pour la première fois scientifiquement le facteur psychologique afin d'expliquer la croissance économique.

Il cherche à expliquer pourquoi certaines nations sont devenues économiquement dominantes et d'autres non. Son étude porte sur 3 besoins :

- Le besoin d'accomplissement ;
- Le besoin de puissance ;
- Le besoin d'affiliation.

C'est ainsi qu'il identifie une corrélation entre le niveau de besoin d'accomplissement d'une nation et sa croissance économique ultérieure (McClelland, 1961).

McClelland fait ressortir dans son étude quatre éléments qui caractérisent le comportement de l'entrepreneur (Messeghem & Torrès, 2015):

- Prendre des risques modérés relativement à la capacité que l'on a à influencer le Résultat par ses compétences ou aptitudes ;
- Mener une activité exigeant de l'originalité ;
- Assumer une responsabilité personnelle : prendre des décisions et assumer les conséquences ;
- Connaître les résultats des décisions prises" (pas forcément résultats monétaire).

Il démontre aussi que ses caractéristiques sont étroitement liées à un besoin d'accomplissement. Cependant on lui rapproche de corréler une notion aussi complexe que la croissance économique a un seul trait de la personnalité qui est le besoin d'accomplissement.

Malgré que McClelland s'est intéressé dans ses recherches aux gestionnaires et non aux entrepreneurs, il fut le moteur pour une vague de recherche qui s'intéresse aux motivations de l'entrepreneur, à ses aspirations et la dimension psychologique et sociologique de l'entrepreneur en général.

Au jour d'aujourd'hui aucune étude n'a été faite sur un individu jusqu'à ce qu'il devient entrepreneur (Julien & Schmitt, 2008). Les études faites sont sur des entrepreneurs pendant le processus entrepreneurial ou bien des entrepreneurs déjà établis. Cependant, les auteurs s'entendent généralement pour reconnaître quelques caractéristiques de l'entrepreneur notamment la motivation et la persévérance dans leurs efforts. Ils s'accordent que les entrepreneurs sont capables de maintenir un rythme accéléré du travail pendant des périodes relativement longues (Gasse, 2003).

Dans la continuité de l'idée de la particularité de l'entrepreneur autant qu'acteur économique, (Cooper et al., 1997) explique que la survie et le développement d'une entité dépend non pas de la performance économique globale mais plutôt d'un seuil de performance unique chez chaque entreprise. Ce seuil dépend de l'entrepreneur lui-même et sa capacité à résister à des sous-performances. Cette argumentation est développée dans "le modèle du seuil de l'échec entrepreneurial"

Ce modèle stipule que l'entrepreneur va définir consciemment ou inconsciemment un seuil de l'échec. Et malgré si son entreprise enregistre des sous-performances, l'entrepreneur ne considère pas qu'il a échoué s'il n'atteint pas son seuil d'échec. Ce seuil est différent d'un entrepreneur à un autre et sa définition dépend principalement de facteurs psychologiques (Cooper et al., 1997).

A partir de la fin des années 80 et début des années 90, les chercheurs commencèrent à étudier l'entrepreneur dans son contexte. Cette nouvelle approche fait apparaître l'analyse du principe du réseau de l'entrepreneur, le mythe schumpétérien, de l'entrepreneur isolé est remis en question.

Pierre André Julien dans plusieurs travaux en collaboration avec Micheal Marchesnay (1996; 1990; 1988) proposent une critique de l'entrepreneuriat en insistant tout particulièrement sur les limites de l'individualisme et des mécanismes cognitifs de l'entrepreneur. Ils proposent une vision historique de l'entrepreneuriat, ils définissent l'entrepreneur comme faisant partie d'un tout social. On retrouve ici l'importance du capital social économique et culturel développé par (Bourdieu, 1980). C'est ainsi que l'auteur introduit à la littérature francophone de l'entrepreneuriat l'idée de l'importance des réseaux (Julien et Lachance 1999)

Nombreux sont les facteurs environnementaux qui peuvent influencer positivement ou négativement l'entrepreneuriat. L'entrepreneur, comme tout autre individu, évolue dans un encrage

sociologique. On ne peut pas dissocier l'entrepreneur de son environnement. Avant d'entamer, pendant, et même après le processus entrepreneurial, l'entrepreneur développe un réseau de personne au niveau personnel et professionnel. Les auteurs s'accordent sur l'influence de l'environnement sur l'entrepreneur, cependant les avis divergent sur la nature et le niveau de cet impact (Gasse, 2003; Hills et al., 1997; Julien & Marchesnay, 1996).

Figure -2- : Synthèse de la facette psychologique et sociale de l'entrepreneur

Entrepreneur	Indépendance
	Accomplissement
	Résistance
	Réseau

Nous résumons dans la figure n°2 la facette psychologique et sociale de l'entrepreneur. Ces facteurs sociaux ainsi que les facteurs économiques développés dans le titre §2-1, impactent l'entrepreneur dans ses actions et sa prise de décision. Dans le titre suivant nous développons l'idée de l'action entrepreneuriale.

1-3. L'entrepreneur est un homme d'action :

Entreprendre par définition littéraire représente le début d'une action donnée. L'action est au cœur de l'entrepreneuriat. Stevenson considère l'entrepreneuriat comme un ensemble finalisé d'activité en interaction (H. Stevenson & Gumpert, 1985).

Malgré la divergence des définitions de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur, la majorité des définitions mettent « l'action » au cœur du processus entrepreneurial. Qu'elle soit la prise de risque, la découverte d'opportunité, l'exploitation d'opportunité, innovation, ...etc.

Dans son livre « *The achieving society* » McClelland (1961) explique qu'un entrepreneur n'est pas obligatoirement un créateur d'entreprise. En effet, pour lui « *Almost any occupation can be pursued in an entrepreneurial way* ». Alors si, toute occupation peut être pratiquée de façon entrepreneuriale qu'est-ce qui différencie l'action entrepreneuriale de quelque action commerciale ? Et qu'est-ce qui explique la naissance de ces entreprises ? (Cooper, 1970, 1971, 1972)

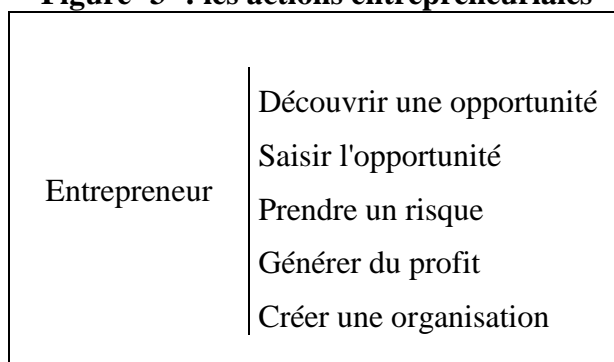
Kirzner dans plusieurs de ses recherches (Kirzner, 1973, 1979) étudie deux variables : La première étant ce qu'il appelle l'élément entrepreneurial de la prise de décision individuelle, et la seconde étant l'action entrepreneuriale sur le marché, la première explique le comportement de l'entrepreneur et la seconde explique les conséquences de ce comportement sur le marché.

L'auteur relie sa définition de l'action entrepreneuriale ainsi que l'entrepreneur à la notion d'apprentissage et spécifiquement l'apprentissage spontané (Kirzner, 1979). Il s'agit d'une découverte spontanée dont l'entrepreneur n'en prend pas conscience directement. Entre la découverte spontanée et la prise de conscience subite. L'auteur appelle cet état d'entrepreneuriat "Alertness". L'individu dans ce cas et sous ses garde pour trouver de façon spontanée une nouvelle manière de satisfaire les besoins de son marché. Cette idée rejoint la conception de Cantillon de l'entrepreneur, pour lui « est un entrepreneur qui conquiert un risque et reçoit un revenu non sous forme de salaire ou de rente foncière, Mais sous forme de profit » (Cantillon, 1997)

Howard Stevenson, quant à lui, considère l'entrepreneuriat comme un ensemble finalisé d'activité en interaction (H. Stevenson & Gumpert, 1985). Il définit l'entrepreneuriat comme étant « un processus par lequel des individus, soit en leur nom soit à l'intérieur d'organisations, poursuivent des opportunités indépendamment des ressources actuellement contrôlés » (H. H. Stevenson & Jarillo, 1990) Cette définition conduit à se détacher des caractéristiques de l'entrepreneur pour se concentrer sur le comportement ou le processus entrepreneurial.

Nous résumons dans la figure n°3 la facette de la prise d'action chez l'entrepreneur qui varie, généralement, selon le contexte entrepreneurial.

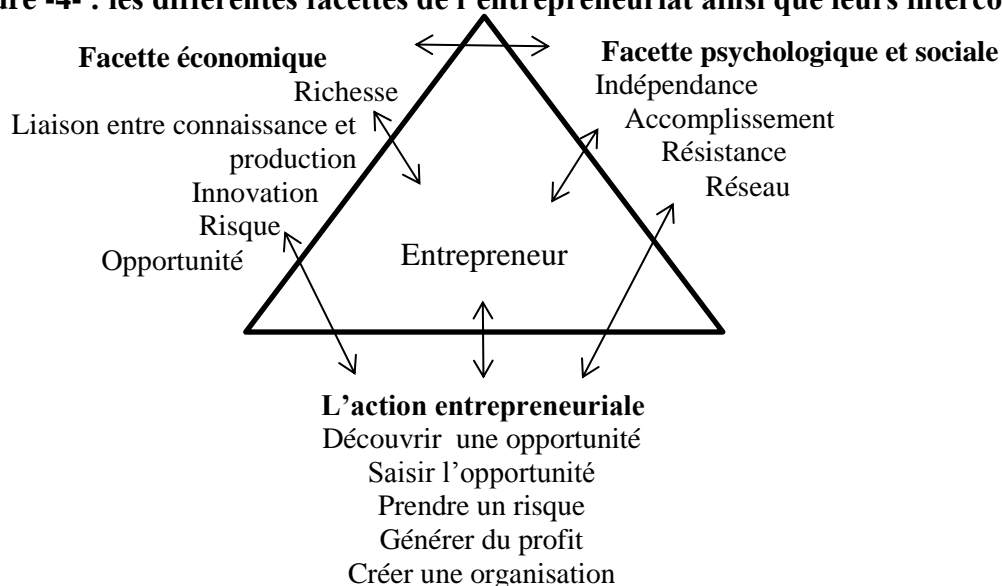
Figure -3- : les actions entrepreneuriales



En effet l'entrepreneuriat est un concept complexe qui comporte plusieurs composantes qui sont en interaction entre elles. Nous avons essayé de résumer ces composantes dans la figure n°4. (Miller, 1983) démontre que l'entrepreneuriat et les facteurs qui l'influencent varient selon les différents types de configuration organisationnelle et que cette dernière dépend des facteurs de contingence liés à la personnalité des dirigeants, à la taille de l'entreprise, à l'environnement, à la structure et la stratégie.

Nous allons dans ce qui suit nous intéresser davantage à ses différents facteurs ainsi que leur rôle dans la détermination du profil de l'entrepreneur.

Figure -4- : les différentes facettes de l'entrepreneuriat ainsi que leurs interconnexions



2- Les déterminants du profil de l'entrepreneur

Nous appelons un déterminant du profil de l'entrepreneur un sous composant du concept de l'entrepreneuriat qui impact directement l'action de cet entrepreneur. Nous avons choisi de les regrouper dans quatre (04) familles : Les motivations personnelles, l'environnement de l'entrepreneur, le réseau de l'entrepreneur ainsi que ces compétences. Nous allons développer théoriquement ces déterminants selon différents auteurs qui les ont évoqué dans le cadre de l'entrepreneuriat.

2-1- Les motivations personnelles :

La motivation de l'être humain, à agir, ou à agir d'une certaine manière, a été longuement discutée par les chercheurs en sciences humaines en générale et en sciences de gestion en particulier. Il y'a les classiques qui se sont intéressés au « contenue » de la motivation (Taylor 1910, Maslow 1943, Herzberg 1959, Aldefer 1972). En retrouve les comportementaux qui ont étudié comment la motivation modifie le comportement des individus (Locke & Latham, 1991; McClelland, 1961; Skinner, 1931). Et Enfin les systémiques qui avancent que les facteurs de motivations interagissent entre eux pour générer l'action d'un individu (Adams 1965, Vroom 1964, Nuttin 1991). Nous allons, dans ce qui suit, développer un certain nombre de facteur de motivation en faisant appel à ces trois approches confondues.

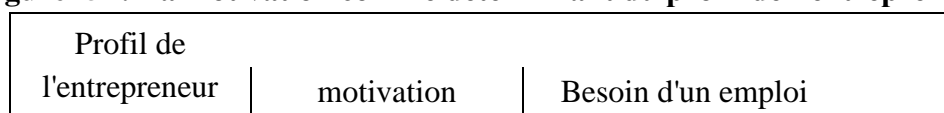
En entrepreneuriat le débat a longtemps été mener sur la question du « Est ce que l'entrepreneur se lance dans son affaire par nécessité ou par opportunité ? », c'est-à-dire est ce que le processus entrepreneurial est « subi » ou « choisi ». L'entrepreneuriat par nécessité (Acs et al., 2005; Reynolds et al., 2002) accepte deux sortes de motivations, la première de nature économique, concerne l'absence d'emploi ou d'un revenu stable. La deuxième, de nature non-économique, qui est l'insatisfaction au travail (Bradley & Roberts, 2005; Brockhaus, 1980; Cooper, 1971; Stoner & Fry, 1982).

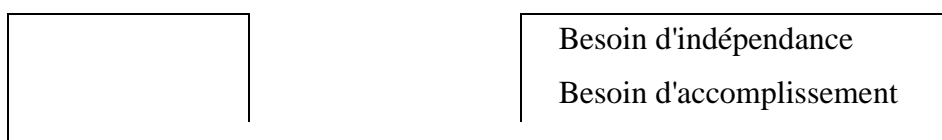
En ce qui concerne l'entrepreneuriat d'opportunité est motivé par d'autres facteurs (Fayolle 2003). Selon (Shapero, 1975), Le premier motif des entrepreneurs à se lancer dans le monde des affaires est le besoin d'indépendance et d'être son propre patron. Cependant, nous pouvons facilement constater qu'après la création d'activité, l'entrepreneur dépend toujours d'autres individus ; ses clients, fournisseurs, prestataires ... etc. (Fayolle, 2003). Nous pouvons expliquer cette contradiction par la simple idée que la notion d'indépendance chez d'entrepreneur ne signifie pas l'indépendance absolue mais uniquement de sa capacité de pouvoir régler soi-même son travail (Donckels, 1984) et d'être son propre patron. C'est lui qui va déterminer les taches à effectuer le planning à respecter ... etc.

De nombreux auteurs font du besoin d'accomplissement ou de réalisation une motivation entrepreneuriale dominante (Fayolle, 2003). Pour McClelland « Need of achievement predispose a young man to seek out an entrepreneurial position » (McClelland, 1965) Autrement dit, même quand il se lance pas dans les affaires, un individu exprimant un besoin d'accomplissement, va vouloir pratiquer n'importe quel métier de façon entrepreneuriale. Dans son analyse McClelland s'appuie sur les travaux de Schumpeter sauf que cet entrepreneur n'est pas Homo-economicus, il ne prend pas ses décisions uniquement sur la base de calcul rationnel ou motivé uniquement par la recherche de profit, il est également motivé par le désir de fonder une dynastie (McClelland, 1965). Ce besoin va se traduire chez l'entrepreneur, par la création de quelque chose de nouveau (Donckels, 1989), ou de pratiquer ce qui a l'habitude de faire en salariat mais de manière différente qui lui procure une satisfaction personnelle et une fierté de son travail (Bragard et al., 1987). Enfin ce besoin peut être aussi traduit par la volonté prouve sa valeur personnelle (Albert & Mougnot, 1988).

La motivation personnelle, représente pour de nombreux auteurs, un facteur clé de succès de l'entrepreneur. (Gatewood et al., 1995) expliquent que les entrepreneurs qui ont une motivation interne (on toujours voulu créer leur entreprise) sont plus persistant contrairement à ceux qui sont motivé par l'identification d'un marché (ils trouvent des difficultés dans la réalisation de leurs taches)

Figure -5- : La motivation comme déterminant du profil de l'entrepreneur





Enfin, nous allons résumer ces trois types de motivation dans la figure n°5. Cependant, nous signalons que les motivations entrepreneuriales peuvent varier avec le temps (Williams & Williams, 2012), et s'avérer différente dans chaque groupe d'entrepreneurs. C'est pour cette raison que d'autres facteurs interviennent pour déterminer le profil entrepreneurial tel que l'environnement de l'entrepreneur.

2-2-. L'environnement de l'entrepreneur :

L'environnement est considéré comme une représentation dans l'esprit de l'entrepreneur des potentiels et limites auquel il est confronté (Penrose, 1959). Il s'agit d'un ensemble d'éléments en interactions entre elle est qui ont un impact sur l'entrepreneur. L'environnement devient une production socialement construite par l'individu (Bruyat, 2001). Il est composé de différents éléments qui, leur variation, implique des turbulences au niveau de cet environnement (Ansoff & McDonnell, 1990).

La première composante de l'environnement est l'élément économique. Il se conjugue par l'ensemble des facteurs qui un impact économique sur l'entrepreneur. Il s'agit de ressources informationnelles, humaines, cognitives, technologiques, financières et matérielles (Fayolle, 2004). Ils occupent une position clé dans la démarche entrepreneuriale. Ce sont les ressources auxquelles doit accéder l'entrepreneur afin de créer son entreprise.

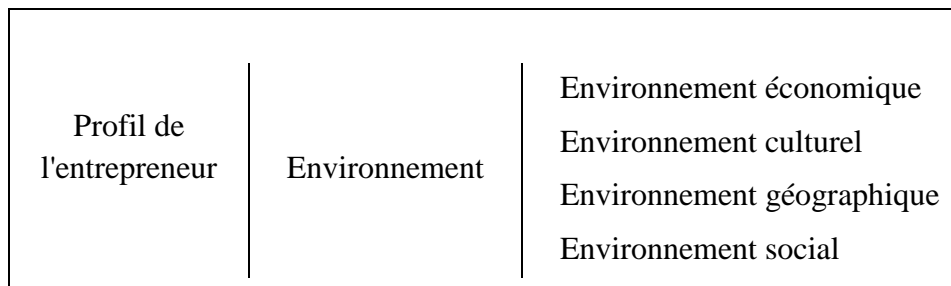
La seconde est l'environnement culturel. Il représente le territoire dans lequel l'entrepreneur passe sa vie personnel et professionnel. Il s'agit d'un élément qui agit directement sur le degré de désirabilité et de faisabilité du projet par l'entrepreneur. (Shapiro & Sokol, 1982) soulignent que ces perceptions sont le produit des environnements culturels et sociaux.

Dans la continuité de l'idée du territoire, nous trouvons une autre composante qui est le territoire géographique. Il est considéré comme une composante clé surtout pour certaines activités. Ses avantages varient selon la disponibilité d'atouts naturels tels que la taille, la qualité et la diversité du territoire, la richesse des sols et des sous-sols, la disponibilité en eau, la douceur du climat. L'emplacement, est aussi un facteur implique la faisabilité d'une nouvelle entreprise. Il influence non seulement les coûts de transport, mais surtout la création de groupes (ou de grappes) d'entreprises connexes qui s'achètent et se vendent leurs produits (Gasse, 2003). Il semble en effet que le développement d'une grappe fournit de nombreux avantages aux nouvelles entreprises, dont entre autres, un réservoir de main-d'œuvre qualifiée et de fournisseurs spécialisés (Porter, 1990).

L'individu est en perpétuelle interaction avec son l'environnement. D'un côté c'est l'individu qui construit l'environnement, et d'un autre il est contraint par lui (Sarasvathy, 2001). Cette complexité renforce le caractère turbulent de cette relation (entrepreneur – environnement). Des entrepreneurs qui ont réussi peuvent apporter la prospérité dans leur région et changer également la perception des risques.

Une des composantes majeures de l'environnement de l'entrepreneur est l'environnement social. Nous avons choisis de la développer dans le paragraphe suivant sous le titre du réseau. Et c'est ainsi que nous résumant les quatre (04) composantes de l'environnement de l'entrepreneur dans la figure n°6.

Figure -6- : l'environnement comme déterminant du profil de l'entrepreneur



2-3-. Réseau de l'entrepreneur :

Selon (Drucker, 1985), l'émergence d'une économie entrepreneuriale est autant un événement culturel et psychologique qu'un événement économique ou technologique. Ainsi, certaines sociétés, communautés ou groupes véhiculent plus facilement les valeurs entrepreneuriales que d'autres. (Johannisson, 1995) Met en évidence deux dimensions des réseaux sociaux personnels. La première est sociale lorsqu'ils apportent de l'aide et une certaine légitimité à l'entreprise. La seconde est stratégique vu qu'ils donnent accès à l'information permettant de renforcer le développe ou l'évolution de l'entrepreneur).

Comme nous avons développé dans le titre précédent, l'entrepreneur évolue dans un système avec des relations complexes entre lui et son environnement. Les réseaux personnels et professionnels interviennent dans ce cas pour constituer des éléments facilitateurs et des catalyseurs qui permettent de gagner du temps et de l'efficacité face à cette complexité (Fayolle, 2003).

Le premier environnement qui touche l'entrepreneur et ainsi le premier déterminant de son profil est la famille et entourage personnel. Il s'agit de la première cellule ou tout individu lambda évolue. Dans cet environnement il entretient ses premiers rapports aux autres et ses premiers apprentissages. L'influence de la famille dans le choix de carrière, est reconnue, de façon plus ou moins soutenue, par les différents modèle théoriques de la psychologie de l'orientation (Bordin, 1990; Holland, 1973; Lent & Brown, 1996).

De nombreuses études empiriques ont démontré que de 46% à 50% des entrepreneurs naissant proviennent d'un environnement sociale où les parents ou autres membres de la famille et personnes proches sont eux-mêmes dans les affaires (Diochon et al., 2001; Gasse & D'Amours, 2000). Ces figures entrepreneuriales dans l'environnement personnel modifient la perception de faisabilité chez l'entrepreneur. (Casson, 1991) affirme que « les origines d'une firme résident dans la famille, spécialement dans la famille de son fondateur ».

Une fois adulte, l'entrepreneur entre en contact avec de nouvelles personnes dans son entourage professionnel. Les réseaux professionnels agissent directement sur le niveau de capacité de découverte et d'exploitation des opportunités. L'entrepreneur puise dans son entourage professionnel dans sa recherche de recruter ou pour s'associer. De même en développant son réseau professionnel, va acquérir de la légitimité et développe son portefeuille clients.

Dans le réseau de l'entrepreneur, nous trouvons aussi le réseau associatif. En effet, (Davis & Aldrich, 2000) montre que l'engagement associatif d'un dirigeant d'une PME a un effet facilitateur sur son accès aux ressources.

Le réseau de l'entrepreneur va agir non seulement comme déclencheur du processus entrepreneurial, mais aussi comme une forme de soutien et d'accompagnement entrepreneurial. (Boutillier, 2005) affirme que « deux réseau de soutien à la création d'entreprise coexistent, l'un est institutionnel, l'autre informel ».

Figure -7- : Le réseau comme sous composante de l'environnement de l'entrepreneur

Profil de l'entrepreneur	Environnement	Réseau	Réseau personnel Réseau professionnel Réseau associatif	Légitimité Information Accélération
--------------------------	---------------	--------	---	---

C'est ainsi que l'environnement social de l'entrepreneur ou son réseau inclut trois composantes (résumés dans la figure n°7). Cependant, la traduction la plus évidente de l'importance du réseau, notamment le réseau personnel, réside dans la contrainte familiale où la famille peut représenter l'alternative à la banque (Casson, 1991). Ceci-dit, l'apport du réseau, en matière de ressource, ne se limite pas par les ressources financières, mais aussi les ressources informatives. Le réseau de l'entrepreneur peut représenter une source d'information non négligeable pour le développement de ces compétences. Ces dernières représentent un autre déterminant du profil de l'entrepreneur.

2-4-. Les compétences de l'entrepreneur comme déterminants de son profil :

Le concept de compétence a fait l'objet d'une multitude d'étude dans différentes disciplines des sciences de gestion (psychologie du travail, sociologie des organisations, éducation ...). Les études s'alignent sur l'idée qu'il s'agit d'un ensemble de caractéristiques d'un individu qui le différencient des autres individus. Cependant, les scientifiques ajoute qu'une compétence ne peut être définie dans l'absolue. C'est ainsi que (Gilbert & Parlier, 1992) proposent de la définir comme « un ensemble de connaissances, de capacités d'actions et de comportements structurés en fonction d'un but, dans un type de situation donnée ».

2-4-1-. Les compétences personnelles et caractéristiques de l'entrepreneur :

Les nombreuses études, qui approchent le phénomène entrepreneurial par la personnalité de l'entrepreneur et ses qualités, citent plusieurs qualités et compétences personnelles qui caractérisent l'entrepreneur. (Hornaday & Aboud, 1971) ont pu les rassembler dans une liste de quarante-deux (42) caractéristiques. Parmi elles nous pouvons citer : la confiance en soi, la détermination, l'énergie, la prise de risque, la créativité, l'esprit d'initiative, l'adaptabilité, le dynamisme... etc. Cependant, en pratique il est difficile de rassembler l'ensemble de ses qualités dans une même personne. Les auteurs converge plutôt à utiliser cet ensemble comme une grille d'analyse où l'entrepreneur va rassembler certaines qualité et ces dernières varient selon le contexte de leurs utilisation.

Les compétences de l'entrepreneur peuvent aussi se manifester dans son comportement. Pour (Kirzner, 1979) le comportement entrepreneurial se concrétise dans l'action d'arbitrage, ou il doit prendre une décision et choisir entre différentes options, Il définit l'entrepreneur comme étant: « a decision Maker whose entire role arises out of his alertness to hitherto (until now) unnoticed opportunities ». Le concept d'alertness de Kirzner regroupe la collecte d'information actualisée, le traitement de cette information et la prise de décision en prenant compte de ce traitement. En effet, Casson remet même en cause la caractéristique de prise de risque. Il réduit la probabilité subjective de la version au risque par la capacité d'interprétation de l'information (Casson, 1991) Il propose de changer d'angle d'attaque. Pour lui ce n'est pas l'information qui apporte la valeur dans le processus mais la transformation de ces informations en connaissance. C'est ainsi qu'il ouvre les portes à ce qu'on appelle la cognition entrepreneurial (Filion, 2008).

Nous avons choisis de résumer les compétences personnelles et caractéristiques de l'entrepreneur dans la figure n°8.

Figure -8- : les compétences personnelles et caractéristiques de l'entrepreneur

Profil de l'entrepreneur	Compétence	Compétences personnelles et caractéristique	Confiance en soi, détermination, énergie, prise de risque, créativité, initiative, adaptabilité, dynamisme Capacité de traitement de l'information
--------------------------	------------	---	---

2-4-2-. Les connaissances et le niveau d'instruction :

Une connaissance selon (Hansen, 1999) peut être considérée comme un ensemble complexe d'informations qui nécessite des contacts fréquents et l'existence de langage et de représentations partagées entre les individus pour pouvoir être transférées.

En s'intéressant au processus de création d'entreprise Acs et Audretsch ont porté un intérêt particulier pour le processus de détection d'opportunité par l'entrepreneur (Acs & Audretsch, 1989). Et, en s'appuyant sur le modèle de Romer (1986), ils défendent la thèse de la connaissance comme facteur de production et ce n'est que par le biais d'individus, porteurs de connaissances - des entrepreneurs - que ces connaissances se transforment en innovation.

Figure -9- : Les connaissances et le niveau d'instruction de l'entrepreneur

Profil de l'entrepreneur	Compétence	Connaissances et niveau d'instruction	Capacité de transformation des ressources en innovation Capacité de se distingué de ses pairs par ses connaissances
--------------------------	------------	---------------------------------------	--

Plusieurs études récentes, indiquent que plusieurs entreprises naissantes reposent son avantage concurrentiel sur les connaissances de son fondateur (Gasse & D'Amours, 2000)(de ses fondateurs). Cela est particulièrement vrai dans les entreprises en technologie de pointe et celles à fort potentiel de croissance. Dans ce cas le niveau d'instruction des entrepreneurs est plus élevé que celui de l'ensemble de la population.

Les connaissances et le niveau d'instruction sont résumés dans la figure n°9.

2-4-3-. L'expérience professionnelle chez l'entrepreneur :

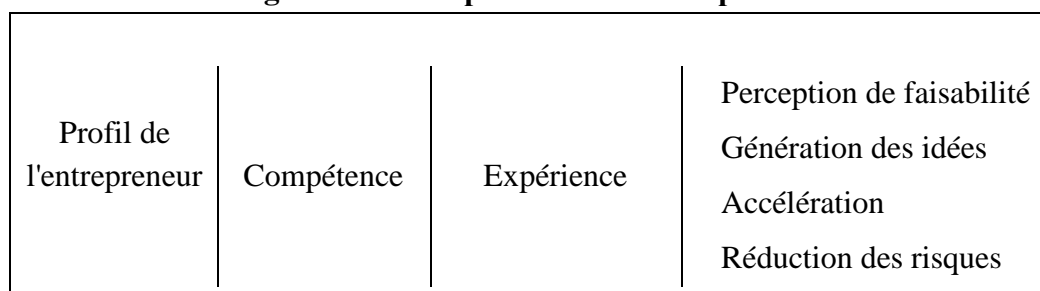
L'expérience de l'entrepreneur agit directement sur son intention entrepreneuriale vu qu'elle lui permet de renforcer sa capacité de perception de faisabilité (Shapero & Sokol, 1982). Les expériences professionnelles représentent un important générateur d'idées et d'envies d'entreprendre tout comme les hobbies techniques ou artisanaux qui peuvent aussi représenter des sources d'inspirations d'idée entrepreneuriale.

Quand un entrepreneur crée une nouvelle entreprise et quitte une organisation, les caractéristiques de cette organisation que l'on pourrait appeler «incubatrice», influence son processus entrepreneurial de différentes façons par rapport à la zone géographique, au modèle d'affaire, ... etc. L'expérience de l'entrepreneur peut l'aider à réduire le taux de mortalité connu chez les entreprises nouvellement crée, par contre ça peut aussi réduire sa flexibilité vu que ses schéma intellectuels sont

déjà formés. Les entrepreneurs expérimentés par leur confiance, ont développé une des schémas de réflexion plus riche ainsi que des routines plus fixe. (Arnold Cooper) Sont ainsi prisonnier de leur succès.

Les avantages de l'expérience de l'entrepreneur sont résumés de la figure n°10

Figure -10- : l'expérience de l'entrepreneur



Enfin, la compétence de l'entrepreneur est un élément qui évolue dans le temps. Le niveau de ses compétences initiales lors du déclenchement du processus entrepreneurial aussi va varier. En effet les actions que l'entrepreneur met en œuvre pour acquérir des connaissances contribuent ainsi au développement et à la fabrication de nouvelles compétences. (Toutain & Fayolle, 2008).

3-. Cartographie des déterminants du profil de l'entrepreneur

Dans les paragraphes précédents nous avons énumérer trois (03) groupes des déterminants du profil de l'entrepreneur qui sont : la motivation, l'environnement et les compétences. Cette classification est faite par rapport au contenu de l'élément en question. Les déterminants classés ainsi, vont nous aider à mettre en place une cartographie regroupant l'ensemble des éléments qui peuvent impacter le profil de l'entrepreneur et par conséquence ses actions.

Nous avons choisis de schématiser cette cartographie dans la figure n°11. Nous regroupons dans ce schéma les déterminants du profil de l'entrepreneur ainsi que leurs interactions.

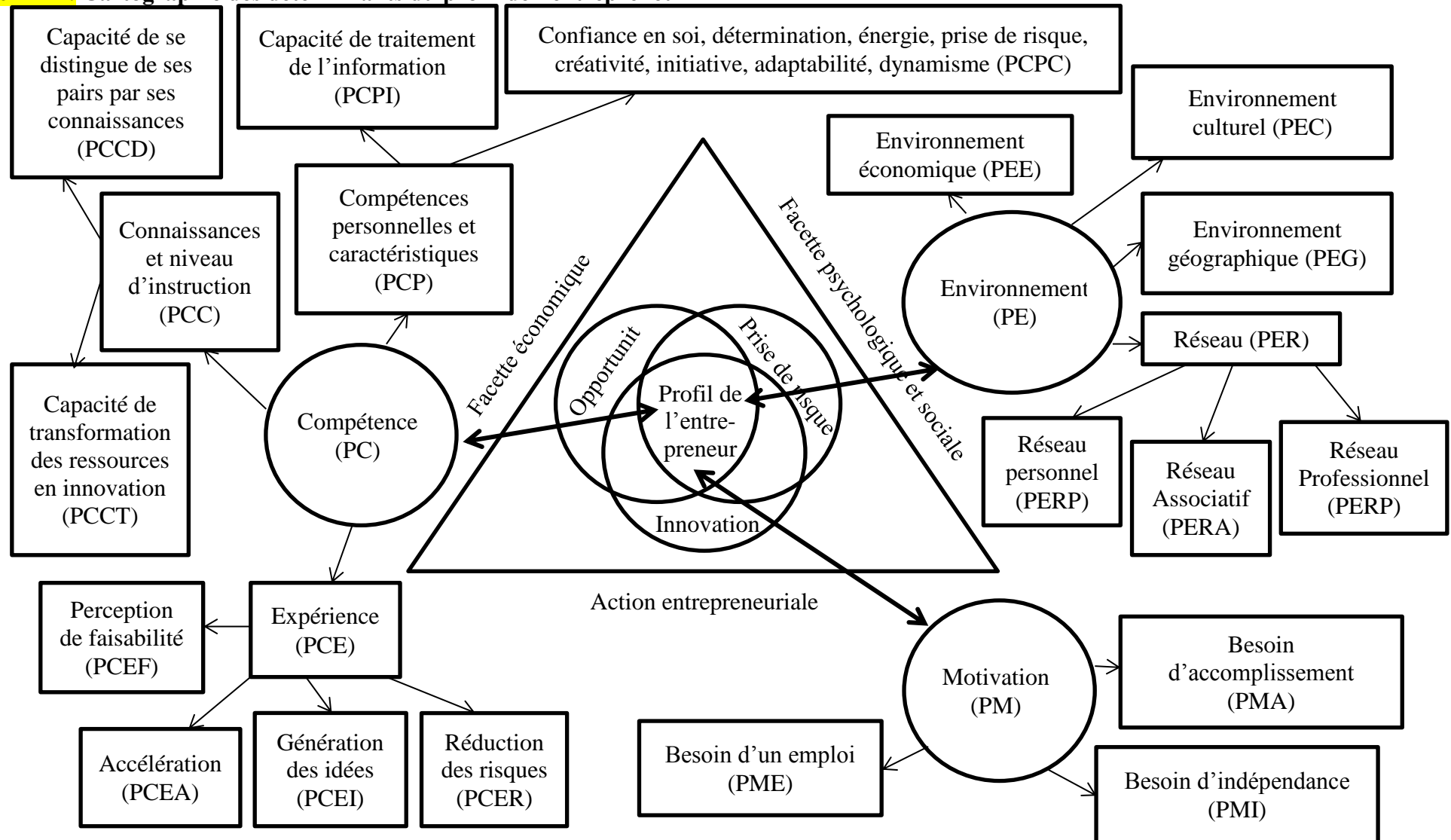
Conclusion

L'objectif de cet article est de mettre en place un outil pédagogique et scientifique permettant d'étudier le profil de l'entrepreneur par ses multiples facettes de manière systémique. Nous avons mis en place une cartographie des déterminants du profil de l'entrepreneur en se basant sur une revue de la littérature du concept de l'entrepreneur. Cette cartographie peut aider l'étude de ce concept autant dans sa globalité comme dans ces particularités sans négliger les déterminants du concept général.

Enfin, la cartographie peut servir aussi à étudier les interactions du concept de l'entrepreneur avec d'autres concepts tel que : le business model, investissement, partie prenantes Etc.

Figure -11- : Cartographie des déterminants du profil de l'entrepreneur

Figure n°11 : Cartographie des déterminants du profil de l'entrepreneur



Bibliographie :

- Acs, Z. J., & Audretsch, D. B. (1989). Entrepreneurial strategy and the presence of small firms. *Small Business Economics*, 1(3), 193- 213.
- Acs, Z. J., Audretsch, D. B., Braunerhjelm, P., & Carlsson, B. (2005). *Growth and Entrepreneurship : An Empirical Assessment*. Papers on Entrepreneurship, Growth and Public Policy.
- Albert, P., & Mougnot, P. (1988). La création d'entreprises high-tech. *Revue française de gestion*, 68, 106- 118.
- Ansoff, H. I., & McDonnell, E. J. (1990). *Implanting Strategic Management*. Prentice Hall.
- Bordin, E. S. (1990). Psychodynamic model of career choice and satisfaction. In *Career choice and development : Applying contemporary theories to practice, 2nd ed* (p. 102- 144). Jossey-Bass.
- Bourdieu, P. (1980). Le capital social : Notes provisoires. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 31(1), 2- 3.
- Boutillier, S. (2005). De la société salariale à la société entrepreneuriale, valeur travail et capital social. *Travailler au XXIe siècle. Nouveaux modes d'organisation du travail*, 79- 107.
- Bradley, D., & Roberts, J. (2005). *Is Low Job Satisfaction a Cause of Self-Employment Entrance? A Survival Analysis Using Data from the British Household Panel Survey*. Working paper, East Carolina University, Greenville, North Carolina, 27 Mai.
- Bragard, L., Donckels, R., Michel, P., Demarche, M., P., & Dupont, B. (1987). Le nouvel entrepreneur. *Université de Liège*.
- Brockhaus, R. H. (1980). The effect of job dissatisfaction on the decision to start a business. *Journal of Small Business Management (pre-1986)*, 18(000001), 37.
- Bruyat, C. (2001). Créer ou ne pas créer? *Revue de l'Entrepreneuriat*, 1(1), 25- 42.
- Cantillon, R. (1997). *Essai sur la nature du commerce en général*. INEd.
- Casson, M. (1991). *L'entrepreneur*. Economica.
- Cooper, A. C. (1970). Entrepreneurial environment. *Industrial Research*, 12(9), 74.
- Cooper, A. C. (1971). *The founding of technologically-based firms*.
- Cooper, A. C. (1972). Spin-off companies and technical entrepreneurship. *IEEE Transaction on Engineering Management*, 1, 1- 18.
- Cooper, A. C., Gimeno, J., Folta, T. B., & Woo, C. Y. (1997). Survival of the fittest? Entrepreneurial human capital and the persistence of underperforming firms. *Administrative science quarterly*, 750- 783.
- Davis, A. B., & Aldrich, H. E. (2000). The organizational advantage? Social capital, gender, and small business owners' access to resources'. *American Sociological Association meeting*, 12- 16.
- Diochon, M., Gasse, Y., Menzies, T., & Garand, D. J. (2001). From conception to inception : Initial findings from the Canadian study of entrepreneurial emergence. *ADMINISTRATIVE SCIENCES ASSOCIATION OF CANADA INTERNATIONAL FEDERATION OF SCHOLARLY ASSOCIATIONS OF MANAGEMENT-ANNUAL CONFERENCE-*, 22(21), 41- 51.
- Donckels, R. (1984). Algemene aspecten van het KMO-beleid. *Accountancy en Bedrijfskunde, Jaargang(9)*, 16- 27.
- Donckels, R. (1989). Innovative entrepreneurship, the case of Belgium. *UFSAL Brussels*.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship : Practice and Principles*. Harper & Row.
- Fayolle, A. (2003). *Le métier de créateur d'entreprise*. Ed. d'Organisation.
- Fayolle, A. (2004). *Le métier de créateur d'entreprise*. Éditions d'Organisation.

- Filion, L. J. (1997). Le champ de l'entrepreneuriat : Historique, évolution, tendances. *Revue internationale PME: Économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, 10(2), 129- 172.
- Filion, L. J. (2008). Les représentations entrepreneuriales : Un champ d'études en émergence. *Revue internationale de psychosociologie*, 14(32), 11- 43.
- Gartner, W. B. (1988). "Who is an entrepreneur?" is the wrong question. *American journal of small business*, 12(4), 11- 32.
- Gasse, Y. (2003). L'influence du milieu dans la création d'entreprises. *Organisations et territoires*, 12(2), 49- 56.
- Gasse, Y., & D'Amours, A. (2000). *Profession : Entrepreneur* (Les Éditions Transcontinentales).
- Gatewood, E. J., Shaver, K. G., & Gartner, W. B. (1995). A longitudinal study of cognitive factors influencing start-up behaviors and success at venture creation. *Journal of business venturing*, 10(5), 371- 391.
- Gilbert, P., & Parlier, M. (1992). La gestion des compétences. Au-delà des discours et des outils, un guide pour l'action des DRH. *Personnel*, 02(330), 42- 46.
- Hansen, M. T. (1999). The Search-Transfer Problem : The Role of Weak Ties in Sharing Knowledge across Organization Subunits. *Administrative Science Quarterly*, 44(1), 82- 111. <https://doi.org/10.2307/2667032>
- Hills, G. E., Lumpkin, G., & Singh, R. (1997). Opportunity Recognition : Perceptions and Behaviors of Entrepreneurs, in *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Babson College, Wellesley, MA. Opportunity Recognition : Perceptions and Behaviors of Entrepreneurs, in *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Babson College, Wellesley, MA.
- Holland, J. L. (1973). *Making Vocational Choices : A Theory of Careers*. Prentice-Hall.
- Hornaday, J. A., & Aboud, J. (1971). Characteristics of successful entrepreneurs. *Personnel psychology*.
- Johannisson, B. (1995). Paradigms and entrepreneurial networks—some methodological challenges. *Entrepreneurship & regional development*, 7(3), 215- 232.
- Julien, P.-A., & Marchesnay, M. (1988). *La petite entreprise : Principes d'économie et de gestion*. [Boucherville, Québec]: Éditions G. Vermette.
- Julien, P.-A., & Marchesnay, M. (1990). The small business : As a transaction space. *Entrepreneurship & Regional Development*, 2(3), 267- 278.
- Julien, P.-A., & Marchesnay, M. (1996). L'entrepreneuriat. *Economica*, Paris.
- Julien, P.-A., & Schmitt, C. (2008). Pour une vision renouvelée des pratiques de l'entrepreneuriat. *Dans C. Schmitt, Regards sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales*, 15- 34.
- Kirzner, I. M. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. University of Chicago Press.
- Kirzner, I. M. (1979). *Perception, opportunity, and profit : Studies in the theory of entrepreneurship*. University of Chicago Press Chicago.
- Leibenstein, H. (1968). Entrepreneurship and Development. *The American Economic Review*, 58(2), 72- 83.
- Lent, R. W., & Brown, S. D. (1996). Social cognitive approach to career development : An overview. *The Career Development Quarterly*, 44(4), 310- 321.
- Locke, E., & Latham, G. (1991). A Theory of Goal Setting & Task Performance. *The Academy of Management Review*, 16. <https://doi.org/10.2307/258875>
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Van Nostrand.
- McClelland, D. C. (1965). Achievement and entrepreneurship : A longitudinal study. *Journal of personality and Social Psychology*, 1(4), 389.
- Messeghem, K., & Torrès, O. (2015). *Les grands auteurs en entrepreneuriat et PME*.
- Miller, D. (1983). The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms. *Management Science*, 29, 770- 791.

- Penrose, E. T. (1959). The Theory of the Growth of the Firm [Review of *The Theory of the Growth of the Firm*, par F. Prévot, F. Brulhart, & G. Guieu]. *New York*.
- Porter, M. E. (1990). The competitive advantage of nations. *Harvard business review*, 68(2), 73- 93.
- Ray, D. M. (1993). Understanding the entrepreneur : Entrepreneurial attributes, experience and skills. *Entrepreneurship & regional development*, 5(4), 345- 358.
- Reynolds, P. D., Gartner, W. B., Greene, P. G., Cox, L. W., & Carter, N. M. (2002). The entrepreneur next door : Characteristics of individuals starting companies in America: An executive summary of the Panel Study of Entrepreneurial Dynamics. *Available at SSRN 1262320*.
- Sarasvathy, S. D. (2001). *What makes entrepreneurs entrepreneurial?*
http://papers.ssrn.com/sol3/Papers.cfm?abstract_id=909038
- Schumpeter, J. A. (1954). *History of economic analysis*. Psychology Press.
- Shapero, A. (1975). The displaced, uncomfortable entrepreneur. *Psychology today*, 9(6), 83- 88.
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. *Encyclopedia of entrepreneurship*, 72- 90.
- Skinner, B. F. (1931). The Concept of the Reflex in the Description of Behavior. *The Journal of General Psychology*, 5(4), 427- 458.
<https://doi.org/10.1080/00221309.1931.9918416>
- Stevenson, H., & Gumpert, D. (1985). *The heart of entrepreneurship*.
- Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (1990). A Paradigm of Entrepreneurship : Entrepreneurial Management. *Strategic Management Journal*, 11, 17- 27.
- Stoner, C., & Fry, F. (1982). The Entrepreneurial Decision : Dissatisfaction or Opportunity. *Journal of Small Business Management*, 20(2), 39- 49.
- Toutain, O., & Fayolle, A. (2008). Compétences entrepreneuriales et pratiques d'accompagnement : Approche exploratoire et modélisation. *Marché et organisations*, 6(1), 31. <https://doi.org/10.3917/maorg.006.0031>
- Williams, N., & Williams, C. C. (2012). Evaluating the socio-spatial contingency of entrepreneurial motivations : A case study of English deprived urban neighbourhoods. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(7- 8), 661- 684.