

Un survol du concept d'entrepreneuriat

[An overview of the concept of entrepreneurship]

Ines FARHAT DALHOUM¹ and Anis JARBOUI²

¹Doctorante en sciences de gestion, Faculté de sciences économiques et de gestion Sfax, Tunisia

²Professeur, Institut Supérieur d'Administration des Affaires de Sfax Université de Sfax, Tunisia

Copyright © 2016 ISSR Journals. This is an open access article distributed under the **Creative Commons Attribution License**, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

ABSTRACT: Entrepreneurship is a concept whose borders have greatly expanded over the last decades, and this is both in terms of research than practice. Entrepreneurship is the most effective means that enables to bridge the gap between science and the market, the creation of new businesses and new products and services on the market. This research will attempt to clarify the phenomenon of entrepreneurship by referring to different disciplines and different approaches.

KEYWORDS: entrepreneurship, approaches to entrepreneurship.

RÉSUMÉ: L'entrepreneuriat est un concept dont les frontières se sont grandement élargies au cours des dernières décennies, et c'est autant sur le plan de la recherche que de la pratique. L'entrepreneuriat constitue le moyen le plus efficace qui permet de combler l'écart entre la science et le marché, de créer des nouvelles entreprises et des nouveaux produits et services sur le marché. Cette recherche tentera de clarifier le phénomène de l'entrepreneuriat en se référant aux différentes disciplines et aux différentes approches.

MOTS-CLEFS: l'entrepreneuriat, les approches de l'entrepreneuriat.

1 DEFINITION DE L'ENTREPRENEURIAT

Depuis les années 1980, l'entrepreneuriat est apparu comme un sujet d'intérêt croissant, elle représente un phénomène économique et social. L'entrepreneuriat constitue un objet de recherches aussi et de plus en plus un domaine d'éducation et d'enseignement, il existe des différents chemins où l'entrepreneuriat peut être défini. Ainsi le phénomène entrepreneurial est considéré comme un phénomène d'organisation. Dans cette vision l'analyse de l'entrepreneuriat revient à étudier la naissance de nouvelles organisations ou les activités permettant à un individu de créer une nouvelle entité.

Durant les dernières décennies, l'entrepreneuriat a été évalué comme étant l'un des facteurs fonciers de la production des services, de la richesse, du travail et des ressources naturelles. Jusqu'à aujourd'hui, on accorde une importance à la favorisation de l'entrepreneuriat, surtout au sein des universités, vu qu'elle représente un facteur important du développement économique, et puisqu'elle est présente dans tous les domaines de l'activité humaine, de l'économie, de la culture, de l'enseignement ...

À présent, l'entrepreneuriat est de plus en plus évalué comme étant un élément prétentieux de développement, et cela s'exprime particulièrement par son impact sur l'intégration professionnelle des diplômés et par la création d'emplois. Plusieurs institutions accordent une importance sur la notion de l'entrepreneuriat vu son rôle fondamental dans la formation des ressources humaines et dans la diffusion des valeurs.

Ainsi, l'entrepreneuriat –tant en termes de création d'entreprise qu'en terme de modernisation et d'innovation des entreprises existantes- représente un élément crucial pour relever ces défis. L'entrepreneuriat apparaît comme une alternative intéressante qui permet de réduire le taux de chômage et d'offrir aux jeunes diplômés la possibilité de s'insérer dans la vie active, d'avoir leurs propres entreprises et d'imprimer leurs impacts sur la société. L'entrepreneuriat est considéré alors comme l'élément-clé des performances économiques, non pas seulement en Tunisie mais dans le monde entier, cet élément-clé joue un rôle structurel et dynamique important dans toutes les économies.

Cependant, l'entrepreneuriat peut être défini comme l'action qui permet de constituer une nouvelle organisation autrement dit de créer une entreprise, elle est aussi considérée comme l'activité qui permet de créer de nombreux emplois.

2 REVUE DE LA LITTÉRATURE

Au 20^{ème} siècle, l'économiste autrichien Schumpeter.J (1883-1950) a annoncé que l'entrepreneuriat met l'accent sur l'innovation, il a choisi de se concentrer sur la création de nouveau produit et sur les nouvelles méthodes de production, aussi Schumpeter.J (1934) a encouragé les entrepreneurs à exploiter des nouveaux marchés et à trouver des nouvelles formes d'organisation. . Knight.K (1967) et Drucker.P (1970) prouvent que l'entrepreneuriat consiste à prendre les risques. Alors tout entrepreneur doit être prêt à mettre enjeu sa carrière et sa sécurité financière afin de mettre en œuvre son idée, son capital et son temps dans une entreprise risquée.

Les études du concept « entrepreneuriat » ont été influencées par l'économie, la psychologie, la sociologie et des littératures de gestion stratégiques fournissant des cadres théoriques et des outils méthodologiques (Gustafsson.V, 2004). Cette approche multi-disciplinaire n'est pas surprenante étant donnée la complexité du phénomène « entrepreneuriat ». Chandler. G et Lyon. D (2001) ont vu l'approche multidisciplinaire à l'entrepreneuriat d'une façon positive et suggèrent que c'est l'un des points forts du domaine de l'entrepreneuriat, ils examinent aussi des cadres et des méthodologies des autres sciences sociales légitimes.

De sa part Filion.L.J (1997) définit l'entrepreneuriat comme étant « le champ qui étudie la pratique des entrepreneurs, leurs activités, leurs caractéristiques, les effets économiques et sociaux de leur comportement ainsi que les modes de soutien qui leur sont apportés pour faciliter l'expression d'activités entrepreneuriales ». D'où, nous pouvons dire alors que l'entrepreneuriat crée de la richesse pour les personnes ou pour les pays, c'est la force la plus puissante de l'économie.

Muzyka.D et Churchill. N.C (1998) ont aussi défini l'essence de l'entrepreneuriat comme "la faculté d'identifier et de faire fructifier une valeur marchande en faisant coïncider une innovation et un besoin". Alors que Scott. M.G (1998) postule que "l'entrepreneuriat consiste à mettre à profit de façon créative les valeurs de l'environnement".

Malgré la dernière polémique sur la définition de l'entrepreneuriat, ce champ reste en maturité. Landstrom.H (2005) prouve qu'il existe trois approches sous-jacentes dans la littérature de l'entrepreneuriat (I) l'entrepreneuriat en fonction du marché, or le thème central est la fonction économique de l'entrepreneur plutôt que le type de sa personnalité. À cet égard, l'entrepreneur agit en tant qu'agent, recueille les informations et répartit les ressources pour profiter des opportunités offertes par les lacunes de l'offre et de la demande sur le marché. (II) l'entrepreneuriat en tant que processus c'est-à-dire définir l'esprit d'entreprise en termes de processus entrepreneurial et fournir un contexte populaire pour les recherches en entrepreneuriat qui est représentée dans la littérature à travers deux approches différentes (la première c'est la succession des événements liés à la création des nouvelles entreprises et la seconde c'est le processus impliquant l'identification et l'évaluation des opportunités) . (III) l'entrepreneur comme étant une personne physique; les études antérieures sur l'entrepreneur individuel peuvent être divisées en trois volets distincts (1) l'approche de trait à l'entrepreneuriat qui a été poursuivi par nombreux chercheurs dans le but de séparer les entrepreneurs des non-entrepreneurs et d'identifier une liste de traits de caractère spécifiques à l'entrepreneur (McStay.D, 2008), (2) les perspectives du comportement où l'entrepreneur a été estimé comme étant l'individu ayant la capacité de reconnaître, d'exploiter et d'agir sur les opportunités. (Bygrave.W et Minniti.M, 2000), (3) les processus cognitifs, or les recherches sur les processus cognitifs des entrepreneurs tentent de mieux comprendre « comment les entrepreneurs pensent » (Mitchell.R.K et al., 2007) et examinent les facteurs psychologiques, cognitifs et physiologiques pouvant impacter la vigilance et les capacités de l'entrepreneur (Baron.R 2004).

Ainsi, les études du processus cognitif et les schémas cognitifs sont importants puisqu'elles aident à comprendre ce que nous considérons comme pertinent dans des nouvelles connaissances, la manière dont nous traitons l'information et comment la structurer (Krueger.N.F, 2007). En fait, étudier la cognition entrepreneuriale revient à étudier la façon dont les entrepreneurs utilisent les cartes cognitives pour traiter des informations relatives à la création et à la gestion d'une entreprise (Mitchell.R.K et al., 2007). La cognition entrepreneuriale est censée être l'explication des raisons pour lesquelles certaines personnes deviennent entrepreneurs tandis que d'autres ne le sont pas, et pourquoi certaines personnes reconnaissent les opportunités que d'autres ne le voient pas (Shane.S et Venkataraman.S, 2000).

À travers ses enquêtes, Johannisson (2003) prouve que l'entrepreneuriat peut être considéré comme un processus dans lequel des ressources, indépendantes à l'origine, sont réorganisées d'une nouvelle façon pour saisir une opportunité d'affaires.

La plupart des économistes conviennent aujourd'hui que l'entrepreneuriat crée la richesse pour les personnes ou pour les pays, c'est la force la plus puissante de l'économie. Alors le soutien du gouvernement pour l'entrepreneuriat constitue une stratégie décisive pour le développement économique.

Jusqu'à maintenant, il n'existe pas de meilleure explication de l'entrepreneuriat, mais des significations et des approches qui répondent à des problématiques et à des projets de recherche judicieux. Nous apprécions l'entrepreneuriat comme étant un processus dynamique et complexe. Autrement dit elle constitue le grain des facteurs psychologiques, sociaux, culturels, politiques et économiques. De même, l'entrepreneuriat s'est développé largement par des chercheurs anglo-saxons et francophones. Elle peut se manifester sous différentes formes telles que : l'entrepreneuriat individuel, l'entrepreneuriat collectif, l'entrepreneuriat familial, l'entrepreneuriat féminin, l'entrepreneuriat social... Cependant, la création d'entreprise constitue pour nous la démonstration la plus appréciable du phénomène entrepreneurial.

3 LES PARADIGMES DE L'ENTREPRENEURIAT

Les paradigmes de l'entrepreneuriat constituent un sujet d'intérêt qui attire l'attention de certains auteurs tels que Shane et Venkataraman, (2000); Verstraete et Fayolle, (2004), Paturel (2005), (2006a), (2006b), (2007), Messeghem (2006)...

Il va sans dire que, l'entrepreneuriat constitue un phénomène complexe et multi paradigmatique qu'on ne peut pas le simplifier en un seul paradigme pour en cerner ses différents aspects (Verstraete.T,(1999); Messeghem (2006)). Par conséquent, il est indispensable de se référer à une lecture multi paradigmatique tout en décrivant la complémentarité entre ces paradigmes et le champ de l'entrepreneuriat. Dans ce contexte, Verstraete et Fayolle (2004) ont recommandé quatre paradigmes principaux pour la recherche en entrepreneuriat à savoir: le paradigme de l'opportunité d'affaires, le paradigme de la création d'organisation, le paradigme de la création de valeurs et enfin paradigme de l'innovation.

3.1 LE PARADIGME DE L'OPPORTUNITÉ

Ce paradigme est considéré le plus récent dans le domaine de recherche en entrepreneuriat. Il est enraciné dans les ouvrages de Venkataraman.S (1997) et Shane et Venkataraman.S (2000). Dans cette conception, Shane et Venkataraman.S (2000) considère que l'entrepreneuriat est apprécié comme étant le champ d'étude subjectif qui intègre deux phénomènes à la fois, le premier s'intéresse des entrepreneurs qui identifient, découvrent et exploitent cette opportunité. Le second s'intéresse par la présence d'opportunités d'affaires d'aspect lucratives. Selon ces deux chercheurs, les fondements de l'entrepreneuriat demeurent dans l'identification d'une opportunité d'affaires, à la capacité de la percevoir et à l'engagement des moyens qui permette de l'exploiter.

L'école autrichienne a approfondi les études sur le paradigme de l'opportunité. Ce courant de pensée tient la notion d'opportunité comme étant une explication de l'entrepreneuriat qui peut être définie comme la découverte et l'exploitation des opportunités d'affaires. Shane.S et Venkataraman.S, (2000), prévoient que le contexte permet d'associer l'origine d'opportunité d'affaires, le processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation de ces opportunités et les individus qui ont permis d'y avoir accès.

Dans le même contexte, Shane et Venkataraman, (2000) annoncent que «The scholarly examination of how, by whom and with that effects opportunities to create future goods and services are discovered, evaluated and exploited. Consequently, the process of discovery, evaluation and exploitation of opportunités; and the set of individuals who discover, evaluate, and exploit them». Alors, l'identification de l'opportunité d'affaire est considéré comme la base essentielle de la création des nouvelles entreprises.

3.2 LE PARADIGME DE LA CREATION DE VALEURS

Le paradigme de la création de valeurs constitue une extension du paradigme de l'innovation adaptée au champ de l'entrepreneuriat. Dans ce contexte, Bruyat.C (1993) à travers sa thèse de doctorat a énoncé que « l'objet scientifique étudié dans le champ de l'entrepreneuriat est la dialogique individu/création de valeur ». Bruyat a prouvé que « l'individu est une condition nécessaire pour la création de valeurs, il en détermine les modalités de production, l'ampleur... Il en est l'acteur principal ».

Pour Ronstadt (1984) (cité par Verstracte (2003)), l'entrepreneuriat peut être défini comme étant « un processus dynamique de création d'une valeur croissante. Cette valeur est créée par des individus qui assument, les risques majeurs en terme d'équité, de temps, et/ ou de l'engagement de carrière de fournir la valeur pour quelque produit ou service. Ce produit ou ce service peut ou ne pas être nouveau ou unique mais la valeur doit être infusé par l'entrepreneur en se procurant et allouant les compétences et les ressources nécessaires ».

La création de valeurs constitue alors la préoccupation de l'entrepreneur quel que soit la nature du bien ou du service produit par l'entreprise. L'entrepreneur grâce aux divers risques pris, affecte des ressources et des compétences nécessaires à la production.

3.3 LE PARADIGME DE LA CREATION D'ORGANISATION

Au cours de la période 1984-1990, l'approche de la création d'organisation a émergé avec les contributions de plusieurs chercheurs tels que Gartner (1988), Carland J. et alii (1984). En fait, Gartner est considéré comme le chef de file à discuter le paradigme de l'émergence organisationnelle. Gartner défend la conception que l'entrepreneuriat est la création d'une nouvelle organisation. En effet, l'étude de l'entrepreneuriat porte sur la naissance des nouvelles organisations c'est-à-dire sur les activités qui permettent à un individu de créer une nouvelle entité. Ainsi, l'émergence organisationnelle constitue le concept central dans les travaux de Gartner, elle a lieu avant que l'organisation n'existe et peut se définir comme le processus conduisant à l'apparition d'une nouvelle organisation. La conception de la création d'organisation a été adopté par certains autres chercheurs tels que Verstraete.T (1999), Paturel.R, (2007). Verstraete.T (2001).

Dans le même contexte, Hernandez.E.M (1999) s'intéresse moins à l'organisation qu'au processus d'émergence lui-même. Aussi, Bruyat.C (1993) souligne que le processus de création d'organisation présente un caractère plus ou moins entrepreneurial dans la mesure où l'organisation émergente peut résulter d'une reproduction d'activité, d'une imitation ou encore d'un transfert d'activité déjà existante.

Ce paradigme était largement associé au paradigme de l'opportunité. À cet égard, Bygrave W. D. et C. W. Hofer (1991) stipulaient: « un entrepreneur est une personne qui perçoit une opportunité et qui crée une organisation pour la poursuivre».

3.4 LE PARADIGME DE L'INNOVATION

Le paradigme de l'innovation trouve ses origines dans l'œuvre de Schumpeter.J et plus récemment dans les ouvrages de Drucker.P (1985). Cet auteur estime que la présentation d'une innovation par l'entrepreneur est considérée comme le processus élémentaire dans la force économique de changement. Au niveau de cette approche, l'innovation est appréciée comme beaucoup plus qu'une innovation, elle ne devient une innovation que lorsqu'elle elle serait appliquée à un processus industriel et engendre une valeur ajoutée à la fonction de production suite à cette application. Dans ce cadre Drucker.P (1985) arrive à dégager une distinction entre l'administration et l'entrepreneuriat, il définit l'innovation comme la manière à travers laquelle les entrepreneurs puissent exploiter le changement dans le but de pouvoir créer un nouveau service ou bien une opportunité d'affaire.

Ainsi les auteurs qui prennent l'innovation comme attribut de l'entrepreneur accordent une importance à l'innovation, à la créativité et à la découverte. Ces champs constituent donc les sujets de cœurs vitaux. Drucker.P (1985) consente que l'innovation constitue le cœur et la base de toute recherche ou paradigme entrepreneurial, l'innovation est alors tenue comme le moteur du développement qui implique des créations d'entreprises dans le monde de « destruction créatrice ».

4 L'ENTREPRENEURIAT DANS LES DIFFERENTES DISCIPLINES - TROIS FAÇONS DE DEFINIR L'ENTREPRENEURIAT

Les approches scientifiques à l'entrepreneuriat peuvent être réparties en trois catégories prévues par l'économie, la sociologie et la psychologie. La frontière entre ces approches n'est pas encore claire. Chacune des sciences a adopté son propre point de vue sur l'entrepreneuriat. La sociologie a mis l'accent sur les relations collectives entre l'environnement des petites et des grandes entreprises, alors que la psychologie a étudié l'individu dans le contexte de l'entrepreneuriat, et enfin la science de l'éducation s'est concentrée sur les aspects sociaux, éducatifs et culturels du phénomène.

4.1 L'ÉCONOMIE COMME UNE EXPLICATION DE L'ENTREPRENEURIAT

L'intérêt de l'économie est axé sur l'entrepreneuriat comme un mécanisme, un processus et une fonction, ou comme une gestion des petites entreprises. Dans l'économie, les écoles classiques et les écoles néo-classiques sont intéressées des

grandes entreprises. Pour eux, l'économie se réfère à une structure ou à un mécanisme. La mise au point des deux se trouve sur l'équilibre entre l'offre et la demande dans un environnement de concurrence rationnelle et ouvert. Alors que les écoles autrichiennes et les écoles néo-autrichiennes considèrent l'entrepreneuriat comme un processus de l'économie et l'entrepreneur en tant qu'individu unique qui crée ce processus.

4.2 LES THÉORIES DE LA SOCIOLOGIE COMME UNE EXPLICATION DE L'ENTREPRENEURIAT

Les racines de l'entrepreneuriat en sociologie remontent du début du 19^{ème} et 20^{ème} siècles en Allemagne lorsque le pays était dans une phase intense de son industrialisation (École historique de l'Allemagne). Le servage avait été mis fin, la noblesse avait été donné le droit de commerce et d'industrie, le système d'artisanats et des corporations avaient été supprimées. Ainsi, l'Allemagne avait adopté une position de leader dans l'industrialisation.

La sociologie étudie l'être humain et ses interactions avec son environnement. Du point de vue de l'entrepreneuriat, la sociologie s'intéresse aux facteurs socioculturels et leurs relations avec l'entrepreneuriat. (Vesala.K.M, 1992). En termes généraux, l'approche sociologique de l'entrepreneuriat est collective. Max Weber et Karl Marx ont influencé presque toutes les théories sociologiques sur l'entrepreneuriat.

4.3 LES APPROCHES PSYCHOLOGIQUES ET SOCIO PSYCHOLOGIQUES DE L'ENTREPRENEURIAT

Traditionnellement, la psychologie se concentre sur l'individu, également en relation avec l'entrepreneuriat. Elle insiste sur la personnalité de l'entrepreneur, sur ses motivations et plus particulièrement sur la liaison des besoins et des valeurs à l'entrepreneuriat. Les traditions psychologiques peuvent être réparties en deux catégories principales: les théories des traits de personnalité et les modèles psycho-dynamiques. Toutefois, une nouvelle catégorie, qui recouvre partiellement ces deux modèles, est sur le point d'émerger (la catégorie des études psychologiques). Cette catégorie vise à analyser l'entrepreneuriat du point de vue de l'activité ciblée. (Krueger NF, Carsrud AL (1993)).

Les modèles psycho-dynamiques en entrepreneuriat ont expliqués la manière à travers laquelle une personnalité se développe au cours de la vie. Ainsi, les théories des traits de personnalité ont fourni des modèles statiques qui supposent que certaines caractéristiques à un individu servent à déterminer l'esprit d'entreprise. Parmi les théories de trait probablement le plus connu est la théorie de McClelland et la théorie du « besoin de réalisations ».

La théorie du locus contrôle peut-être considéré comme un modèle psychosocial. Elle utilise la notion de contrôle prémisses, qui renvoie à l'idée qu'un être humain a appris des attentes sur les facteurs qui contrôlent son comportement. Un chercheur Finlandais Vesala.K (1992) a découvert que les entrepreneurs ne croient pas que seuls ils influencent leur comportement, mais que d'autres personnes et d'autres facteurs jouent un rôle important dans leurs actions. Cette constatation est intéressante puisqu'elle révèle que les entrepreneurs se considèrent comme des acteurs sociaux. De sa part Brockhaus (1982) prouve que la notion du locus contrôle signifie le sentiment de contrôler les causes et le déroulement d'un événement ou au contraire de les subir.

Dans les modèles psychologiques et sociologiques de l'entrepreneuriat, nous pouvons voir une tendance à examiner l'entrepreneuriat comme un processus interactif. Les études psychologiques et sociologiques en entrepreneuriat insistent sur les aspects sociaux et culturels plus que sur les aspects économiques.

Les nouvelles études semblent se concentrer sur le processus qui a mène à devenir un entrepreneur ainsi que pourquoi et comment les entreprises sont fondées. Ces questions ont été étudiées par plusieurs chercheurs qui ont beaucoup d'idées nouvelles et intéressantes à offrir aux différents domaines de la recherche en entrepreneuriat.

5 LES APPROCHES DE L'ENTREPRENEURIAT

Selon le McStay (2008), les études antérieures sur l'entrepreneuriat peuvent être divisées en trois approches distinctes 1) L'approche Trait, où les entrepreneurs sont supposés avoir certains traits de personnalité qui les rendaient unique tel que le besoin de réalisation, le besoin du pouvoir, le besoin d'appartenance ,etc; 2) Les approches comportementales, où l'entrepreneur est tenu comme créateur d'organisation grâce à ses important réseaux, ses équipes et ses sources de financement etc ; Ici, l'entrepreneur a été estimé en tant qu'individu ayant la capacité de reconnaître, d'exploiter et d'agir sur les opportunités non détectées par les autres 3) Les approches cognitives qui mettent l'accent sur la perception entrepreneuriale, c'est-à-dire sur la manière dont les entrepreneurs interprètent et donnent un sens à l'environnement. C'est une approche relativement nouvelle, qui est encore en croissance.

5.1 L'APPROCHE TRAIT

L'approche trait à l'entrepreneuriat a été menée par plusieurs théoriciens dans le but de distinguer les entrepreneurs des non-entrepreneurs et de déterminer une liste des traits de caractères spécifiques à l'entrepreneur. Toutefois, il n'existe pas un accord concernant le nombre des traits ou de leurs validités (McStay, 2008).

Dej (2007) a souligné des caractéristiques personnelles des entrepreneurs qui ont souvent été liées à des intentions entrepreneuriales et à la réussite entrepreneuriale. Telles que 1- le besoin d'accomplissement (désigne que les individus doivent travailler dur pour atteindre le succès) 2- le locus de contrôle, (c'est l'une des aspects du mode cognitif qui représente l'extension à laquelle les individus se sent en charge), 3- la prise de risque (elle décrit le mode cognitif individuel par rapport à la prise des risques), 4- la tolérance de l'ambiguïté, (qui décrit la capacité de l'individu à prendre des décisions avec des informations incomplètes) 5- la créativité (qui décrit la tendance à l'expérimentation, les essais et les erreurs et enfin la pensée latérale), 6- la nécessité de l'autonomie (qui constitue le besoin d'être indépendant et d'avoir le contrôle) 7- l'auto-efficacité (décrit les auto-croyances optimistes afin de faire face à une variété des demandes difficiles).

Bref, l'approche trait à l'entrepreneuriat a apporté une importante contribution aux études antérieures, même si, certains rapports directs ont été trouvés entre les traits des entrepreneurs et des non-entrepreneurs dans les études précédentes. Par conséquent, l'approche psychologique dans les études de l'entrepreneuriat s'est éloignée de l'enquête des traits de personnalité, à l'exploration du comportement, à la motivation et à la cognition (Shaver.K et Scott.L, 1991).

5.2 L'APPROCHE COMPORTEMENTALE

L'entrepreneur a été tenu en haute estime comme un individu ayant la capacité de reconnaître, d'exploiter et d'agir sur les opportunités qui ne sont pas détectés par les autres. C'est un comportement qui regroupe les théoriciens qui cherchent à mieux comprendre l'entrepreneuriat (Bygrave.W et Minniti.M, 2000). Tandis que l'approche trait à la compréhension de l'entrepreneuriat discute le sujet de « qui est un entrepreneur ? ».

L'approche cognitive examine les antécédents du comportement entrepreneurial, et les approches comportementales s'intéressent de ce que les entrepreneurs font. Ainsi, l'objectif de l'approche comportementale en entrepreneuriat consiste à comprendre le rôle de l'entrepreneur dans le processus complexe de création de nouvelles entreprises. Gartner.W.B (1988) a affirmé que les chercheurs doivent observer les entrepreneurs dans le nouveau processus de création d'entreprise et décrit précisément les rôles et les activités qu'ils peuvent exercer.

La recherche entrepreneuriale passe de l'approche trait à l'approche comportementale (Gartner.W.B, 1988). Gartner a suggéré que la recherche doit se concentrer sur ce qui fait un entrepreneur et non pas ce qui il est, comme par exemple, les entrepreneurs en tant que créateur d'une nouvelle organisation. Shaver.K et Scott.L (1991) à travers leurs recherches ont conclu qu'il n'est pas possible d'ignorer totalement la personne. C'est l'entrepreneur qui rend les choses se rassemblent.

5.3 L'APPROCHES COGNITIVES

Les chercheurs sont convaincus que les modèles cognitifs fournissent une puissance prédictive estimée comme plus forte que l'approche de trait dans la recherche de l'entrepreneuriat (Gartner.W.B, 1985). Ainsi, les recherches sur les processus cognitifs des entrepreneurs tentent de mieux comprendre le « comment les entrepreneurs pensent ? » (Mitchell et al., 2007). Dans ce contexte Baron.R (2004) prouve que certains individus possèdent des structures cognitives adéquates à la détection des opportunités d'affaires potentielles. Cependant, la sensibilité d'un entrepreneur à saisir l'opportunité d'affaires peut varier dans le temps et pour une situation donnée. Ils existent plusieurs questions qui visent à animer l'approche cognitive, dont la principale est « pourquoi certaines personnes deviennent des entrepreneurs tandis que d'autres autant ou plus talentueux ne le sont pas?? ».

Kirzner.I, (1979) à travers ses enquêtes a soulevé l'hypothèse sous-jacente selon laquelle les entrepreneurs pensent et se comportent d'une manière distinctive différente des non-entrepreneurs. Premièrement, les entrepreneurs cherchent et reconnaissent les opportunités et ensuite ils évaluent le risque pour créer des nouvelles entreprises. Dans ce processus, les entrepreneurs n'utilisent non seulement leurs jugements affectifs (tels que leurs réponses émotives et leurs sentiments), mais aussi ils utilisent des raisonnements cognitifs (leurs croyances, leurs pensées et leurs aptitudes) pour prendre des décisions.

L'approche cognitive est tenue comme l'une des nouvelles approches du champ qui met l'accent sur la personne, il s'agit de la personne, et non pas de la personnalité (Shaver & Scott, 1991).

Alors, l'approche cognitive met l'accent sur la perception entrepreneuriale de l'individu alors que l'approche trait se concentre plus sur la personnalité de l'entrepreneur.

Dans une perspective plus vaste le domaine de la recherche sur la cognition entrepreneuriale est encore à ses débuts (Mitchell et al., 2007). Toutefois, il est avéré être une approche fructueuse à explorer.

6 CONCLUSION

Compte tenu de ce qui a été écrit dans cet article, l'entrepreneuriat peut se définir comme étant l'activité impliquant la découverte, l'évaluation et l'exploitation des opportunités dans le but d'introduire des nouveaux biens, des services, des nouveaux marchés et des nouvelles structures d'organisation. L'entrepreneuriat constitue aussi l'instrument clé permettant d'améliorer la compétitivité entre les nations, de favoriser la croissance et le développement économique, d'accroître les possibilités d'emploi et de réduire le chômage et la pauvreté.

Afin de soutenir et d'encourager l'entrepreneuriat, certaines stratégies peuvent être mises en place telles que les changements des politiques fiscales, la politique de la réglementation, l'accès aux capitaux et la protection juridiques des droits des propriétés.

REMERCIEMENTS

Au Seigneur, qui m'accorde santé et protection, et me comble de ses bénédictions tous les jours de ma vie. A feu mon père, ma mère et mon mari qui ont toujours été présent pour moi, qui ont pu m'offrir le support moral indispensable à la réalisation de ce travail.

REFERENCES

- [1] Baron, R. (2004). "Potential benefits of the cognitive perspective": *Journal of Business Venturing*, 19, 169-172.
- [2] Brockhaus, R. H. (1982) . "The psychology of the entrepreneur:" In C.A. Kent, D.L.Sexton and K.H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp.39-71), Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- [3] Bruyat, C. (1993) : « Création d'entreprises : contributions épistémologiques et modélisations», thèse de doctorat, Université Pierre Mendès France Casson M. (2005): « Entrepreneurship and the theory of the firm »*Journal of Economic Behavior & Organization*, Vol. 58, (2005), p. 327-334
- [4] Bygrave W. D. et C. W. Hofer (1991), « Theorizing about Entrepreneurship », *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 16, N° 2.
- [5] Bygrave, W. and Minniti, M. (2000). "The social dynamics of entrepreneurship": *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24 (3), 25-36.
- [6] Carland J. et alii (1984), Differentiating entrepreneurs from small business owners : a conceptualization. *Academy of Management Review*, Vol. 9, n° 2, pp.354-359.
- [7] Chandler, G., & Lyon, D. (2001). Issues of Research Design and Construct Measurement in Entrepreneurship Research: The Past Decade, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 101-116.
- [8] Dej, D. (2007). Motivation to become entrepreneur: In .M.Leon & M.Gorgievski (Eds) , *Psychology of entrepreneurship research and education* (pp.57-64), printed in Spain.
- [9] Drucker, P. (1970) "Entrepreneurship in Business Enterprise", *Journal of Business Policy*, vol 1, 1970.
- [10] Drucker P. F (1985), *Innovation and Entrepreneurship*, New York, Harper and Row.
- [11] Fillion.L.J (1997), «Le champ de l'entrepreneuriat; Historique, Evolution et Tendances», *Revue Internationale PME*, pp. 129-172. Vol 10, n° 2
- [12] Gartner, W.B. (1985). "A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation": *Academy of Management Review*, 4 (10) , 695-705.
- [13] Gartner, W.B. (1988) . "Who is an entrepreneur? Is the wrong question": *American Journal of Small Business*, 12 (4), 11-32.
- [14] Good, T. L., and Brophy, J. E. (1990). *Educational psychology: A realistic approach*, (4th Ed.) White Plains, NY: Longman
- [15] Gustafsson, V. (2004). *Entrepreneurial decision-making: individual, tasks and cognition*, Jonkoping International Business School.
- [16] Hernandez, E-M. (1999), « Le processus entrepreneurial : vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », Paris-Montréal, L'Harmattan.p 326

- [17] Johannisson , B. (2003). « La modernisation des districts industriels : rajeunissement ou colonisation managériale ? », *Revue internationale PME*, vol. 16, no 1, p. 11-41.
- [18] Knight, K. (1967) "A descriptive model of the intra-firm innovation process", *Journal of Business of the University of Chicago*, vol 40, 1967.
- [19] Kirzner, I. (1979). *Perception, opportunity and profit*: Chicago, University of Chicago Press.
- [20] Krueger NF, Carsrud AL (1993) Entrepreneurial intentions: Applying theory of planned behaviour. *Entrepreneurship and Regional Development* 5: 315–330
- [21] Krueger, N., Reilly, M. & Carsrud, A. (2000). "Competing models of entrepreneurial intentions": *Journal of Business Venturing*, 15, 411-532.
- [22] Krueger N.F. (2007), « Experiential essence of entrepreneurial thinking », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 31, n° 1, pp. 123-138.
- [23] Landstrom, H. (2005). *Pioneers in entrepreneurship and small business research: International studies in entrepreneurship*, Springer Science and Business Media.
- [24] McStay, D. (2008). *An investigation of undergraduate student self-employment intention and the impact of entrepreneurship education and previous entrepreneurial experience: School Of Business, Bond University, Australia.*
- [25] Mitchell, R. K., Busenitz, L., Bird, B., Gaglio, C. M., McMullen, J., Morse, E., & Smith, J. (2007) . "The central question in entrepreneurial cognition research": *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1-27.
- [26] Muzyka D et Churchill N.C (1998), "Cultiver l'esprit d'entreprendre", in : BIRLEY S et MUZYKA D, (sous la direction de), *L'art d'entreprendre*, Village Mondial, 1998, p. 288- 292.
- [27] Paturel, R. (2005) : « Pistes de réflexions en vue de l'élaboration d'une grille de positionnement des pratiques entrepreneuriales », 4e congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Paris, actes.
- [28] Paturel, R. (2006a) : « Délimitation du champ de l'entrepreneuriat par ses caractéristiques, pratiques et paradigmes », 1er colloque International du Réseau Méditerranéen des Ecoles de Management, Le management dans l'Espace Méditerranéen: Modèles et Pratiques, 9 et 10 juin 2006, Beyrouth, actes.
- [29] Paturel, R. (2006b) : « Essai d'élaboration d'une grille de positionnement des pratiques et des paradigmes de l'entrepreneuriat », *Revue Marocaine de commerce et de Gestion*, n° 2, p. 75-89.
- [30] Paturel, R. (2007) : « Grandeurs et servitudes de l'entrepreneuriat » .*Revue Internationale de Psychosociologie*, N° 31, automne 2007.
- [31] Paturel, R. (2007) : « Démarche stratégique et performance des PME », chapitre 30 de l'ouvrage « *Management des PME, de la création à la croissance* », sous la direction de Louis-Jacques FILION, Pearson Education, 2007, pages 429-443.
- [32] Schumpeter JA. (1934). "*The Theory of Economic Development*", Cambridge, Massachusetts: Harvard Economic Studies Series, vol. XLVI.
- [33] Scott M.G(1998) , "Entreprendre est universel", anges ou démons" ?", in : BIRLEY S et MUZYKA D, (sous la direction de), *L'art d'entreprendre*, Village Mondial, 1998, p. 193- 195
- [34] Shane S; Venkataraman S. (2000): « The promise of entrepreneurship as a field of research », *The Academy of Management Review*; janvier 2000; p 217.
- [35] Shaver, K. & Scott, L. (1991). "Person, Process, Choice: The Psychology of New Venture Creation", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23- 45.
- [36] Venkataraman S. (1997), "*The distinctive domain of entrepreneurship research, in Advances in Entrepreneurship*", Firm Emergence and Growth, volume 3, Edited by Katz J. and Brockhaus R., Greenwich, JAI Press, p. 119-138.
- [37] Venkataraman, S. (2000). "Comments". In: Sarasvathy, S.D. (Ed.), *Report on the seminar on research perspectives in entrepreneurship*. *J. Bus. Venturing* vol. 15(1), 1–58.
- [38] Verstraete T. (2001), « Entrepreneuriat : modélisation du phénomène », *Revue de l'Entrepreneuriat*, Vol. 1, n° 1.
- [39] Verstraete T. (1999), *Entrepreneuriat : connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes*, L'Harmattan, Collection Economie et Innovation.
- [40] Verstraete T. (2003) « Entrepreneuriat et management stratégique : des domaines singuliers se recouvrant par le truchement des stratégies entrepreneuriales » *Management International; Spring 2002; Vol. 6, No 2; p. 554*
- [41] Verstraete T., Fayolle A. (2004), « Quatre paradigmes pour cerner le domaine de recherche en entrepreneuriat », C.I.F.E.P.M.E., Montpellier.
- [42] Vesala, K.M. (1992) "Pienyrittäjien kontrollipremissit: sosiaalipsykologinen tarkastelu ». *Acta Psychologia Fennica, Monographies of Applied Psychology*; vol. 1992, no. 5.