

Le succes entrepreneurial : Cas de la région Souss Massa

The entrepreneurial success: case of the Souss Massa region

Lahcen BOUZID, (Doctorant)

*Laboratoire de recherche en gestion des entreprises (LaRGe)
Equipe de recherche en développement et management des projets (EDMP)
ENCG d'Agadir
Université Ibn Zohr d'Agadir, Maroc*

M'bark HOUSSAS, (Enseignant chercheur)

*Laboratoire de recherche en gestion des entreprises (LaRGe)
Equipe de recherche en développement et management des projets (EDMP)
ENCG d'Agadir
Université Ibn Zohr d'Agadir, Maroc*

Adresse de correspondance :	Université Ibn Zohr -ENCG. Bouzid.lahcen@isiam.ma
Déclaration de divulgation :	Les auteurs n'ont pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude.
Conflit d'intérêts :	Les auteurs ne signalent aucun conflit d'intérêts.
Citer cet article	BOUZID, L., & HOUSSAS, M. bark. (2022). Le succes entrepreneurial : Cas de la région Souss Massa. International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics, 3(6-2), 273-286. https://doi.org/10.5281/zenodo.7371229
Licence	Cet article est publié en open Access sous licence CC BY-NC-ND

Received: July 17, 2022

Published online: November 30, 2022

Le succes entrepreneurial : Cas de la région Souss Massa

Résumé

Depuis des années, le succès entrepreneurial retient l'attention à la fois des chercheurs et des décideurs compte tenu de son rôle stratégique dans la création de l'emploi et le développement des régions.

Dans ce cadre, plusieurs programmes institutionnels et gouvernementaux ont été mis en place au Maroc pour encourager la création de l'entreprise et l'accompagnement des entrepreneurs. Cependant le succès entrepreneurial n'a pas été à la hauteur des espérances.

Dans le but de comprendre ce problème, cet article vise à déterminer les facteurs clés de succès entrepreneurial dans la région Souss Massa. Pour ce faire, nous avons traité le cadre théorique abordant les facteurs clés de la réussite entrepreneuriale en se basant sur trois éléments : le profil de l'entrepreneur, les éléments préparatifs et les caractéristiques environnementales, d'une part. D'autre part, nous avons mené une étude quantitative sous forme d'un questionnaire auprès d'un échantillon de 40 entrepreneurs de la région Souss Massa. La méthode d'analyse de données adoptée est basée sur un modèle des équations structurelles. Les résultats obtenus ont montré que l'environnement de l'entrepreneur (Le capital social et l'accompagnement de l'entrepreneur) impactent, selon les entrepreneurs interrogés, la réussite du projet, Ce qui renforce les conclusions de Fafchamps et Minten (1998) qui avancent que la réussite d'une entreprise dépend du capital social et des relations d'affaires.

Mots -Clés : L'entrepreneuriat, réussite, facteurs, la promotion, région Souss Massa

Classification JEL : M13, L26

Type de papier : Recherche Appliquée

Abstract

For years, entrepreneurial success has held the attention of both researchers and decision-makers given its strategic role in job creation and regional development.

In this context, several institutional and governmental programs have been set up in Morocco to encourage business creation and support for entrepreneurs. However, the entrepreneurial success has not lived up to expectations.

In order to understand this problem, this article aims to determine the key factors of entrepreneurial success in the Souss Massa region. To do this, we have treated the theoretical framework addressing the key factors of entrepreneurial success based on three elements: the profile of the entrepreneur, the preparatory elements and the environmental characteristics, on the one hand. On the other hand, we conducted a quantitative study in the form of a questionnaire with a sample of 40 entrepreneurs in the Souss Massa region. The data analysis method adopted is based on a structural equation model. The results obtained showed that the environment of the entrepreneur (the social capital and the accompaniment of the entrepreneur) impact, according to the interviewed entrepreneurs, the success of the project, which reinforces the conclusions of Fafchamps and Minten (1998) who argue that the success of a business depends on social capital and business relationships.

Key words: Entrepreneurship, Success, factors, promotion. Souss Massa region.

JEL Classification : M13, L26

Type of paper: Applied Research

1. Introduction

Depuis longtemps, le concept entrepreneurial a attiré l'attention des économistes comme axe stratégique de développement dans toutes les politiques de développement (Smith 1776), (Mill, 1848), (Knight, 1921), (Kizner, 1976), (Schumpeter, 1999). La croissance de l'esprit d'entreprise trouve ces origines, dont le fait que les régions disposent des potentialités nécessaires à la création de l'emploi (McClelland, 1987). Aussi, les entrepreneurs sont perçus comme étant les piliers de l'économie et leurs activités comme créatrices de valeur ajoutée.

Depuis plusieurs années, le Maroc place la promotion de l'entrepreneuriat en priorité nationale, plusieurs programmes institutionnels et gouvernementaux ont été mis en place afin de soutenir les jeunes entrepreneurs tels que : la création de la caisse centrale de garantie (CCG) qu'est transformée cette année en société anonyme " Tamwilcom", l'agence nationale pour la promotion de la petite et Moyenne entreprise (ANPME) et le lancement des différents programmes à savoir : IMTIAZ, MOUSSANADA, INTELLAKA et le programme FORSA.

Malgré ces différents programmes, le succès entrepreneurial n'a pas dépassé 50% au Maroc, un taux qui reste largement inférieur à celui de certains pays comme Canada 61%, 69% en Espagne et 78% au Royaume-Uni.

Dans ce contexte, la problématique qui s'impose consiste à déterminer les facteurs clés de succès de l'entrepreneuriat dans la région Souss Massa.

Pour répondre à cette problématique, nous avons mené une étude quantitative sous forme d'un questionnaire auprès d'un échantillon de 40 entrepreneurs de la région Souss Massa. Notre démarche consistera à présenter dans un premier temps le cadre théorique : analyse des principaux déterminants de la réussite entrepreneuriale, puis dans un deuxième temps, la partie empirique avec analyse et discussion des résultats.

Cette étude propose un éclairage sur le succès entrepreneurial dans la région Souss Massa en la situant dans sa dynamique socio-culturelle, la région Souss Massa présente un bon dynamisme entrepreneurial, il s'agit donc d'étudier les facteurs clés du succès de l'entrepreneuriat en se basant sur trois éléments : le profil de l'entrepreneur, les éléments préparatifs et les caractéristiques environnementales.

2. Revue de littérature :

2.1. Les fondements théoriques de l'entrepreneuriat :

Selon (Schumpeter, 1935) et (Kizner, 1973, 1997), l'entrepreneuriat est un processus par lequel les entreprises découvrent, évaluent et exploitent les opportunités. Aussi les travaux de Schumpeter soulignent que l'innovation est la base de l'entrepreneuriat, alors que Kirzner met l'accent sur l'importance de la découverte d'opportunité dans la dynamique des marchés. Ces travaux ont confirmé l'idée que l'entrepreneur est toujours à la recherche d'opportunité et de profit. (Shane & Venkataraman, 1997) stipulent que les opportunités existent dans la nature, en tant que telles, et qu'il suffit d'avoir une capacité à les reconnaître pour les exploiter et les transformer en réalités économiques. Cependant pour Alain Fayolle, l'opportunité entrepreneuriale se construit au cours du processus de création de l'activité et non pas qu'elle le point de départ qu'il faut découvrir de ce processus (Alain Fayolle, 2004).

Pour (Nasroun N & Belattaf M, 2015), l'entrepreneuriat est considéré comme un processus de création d'une organisation. Gartner a montré que la création de la valeur nouvelle occupe une place importante dans l'entrepreneuriat. Drucker définit l'innovation comme étant une fonction spécifique de l'entrepreneuriat.

2.2. Les facteurs clés de succès de l'entrepreneuriat :

Selon Rockart (1979) les facteurs clés de succès des entreprises (FCS) sont « le nombre minimum de domaines dans lesquels des résultats satisfaisants assureront la performance compétitive pour l'individu, le comportement ou l'organisation ».

Pour Bouquin (1986) les FCS sont “les atouts sur lesquels l'entreprise comporte pour atteindre ses objectifs à long terme en résistant aux forces du secteur investit pour être compétitive dans son groupe stratégique”. Verstraete (1996) montre que les FCS sont les facteurs sur lesquels on se base pour garder la pérennité et le succès du projet.

On constate donc que les FCS guident l'entrepreneur à répondre aux besoins de son marché.

Pour déterminer les facteurs de succès des entreprises, la majorité des études se basent sur trois principaux éléments à savoir : le profil de l'entrepreneur, l'environnement économique de l'entreprise et les caractéristiques entrepreneuriales.

De ce fait, la revue de littérature sera organisée autour de ces trois éléments en se basant sur trois modèles : le modèle de Hannu Littunen (2000), le modèle de Frank Lasch et al (2005) et le modèle de Alexander Kessler (2007).

2.2.1. Le profil de l'entrepreneur :

Selon Schumpeter “ l'entrepreneur est un homme dont les horizons économiques sont vastes et dont l'énergie est suffisante pour bousculer la proportion à la routine et réaliser des innovations”.

(Bouchikhi 1993 , Bhide 1994 ,Bouchikhi et Kimberly , 1994 , Jabraoui et Boulahoual,2016) ont démontré que le succès entrepreneurial est positivement lié au profil de l'entrepreneur. Plusieurs économistes ont démontré l'existence de plusieurs facteurs expliquant l'influence du profil de l'entrepreneur sur la réussite de son projet. Ces variables peuvent être déclinées en trois éléments : les compétences de l'entrepreneur, la motivation et le capital humain.

2.2.1.1. Les compétences de l'entrepreneur :

Plusieurs chercheurs se sont penchés sur l'influence des compétences de l'entrepreneur sur le succès de son entreprise. En (1992), G.chandler et E.Jansen ont essayé de découvrir trois types de compétences :

2.2.1.1.1. Les compétences entrepreneuriales :

Théoriquement, la réussite entrepreneuriale dépend de plusieurs compétences que doit développer l'entrepreneur. Ainsi, Shane & Venkataraman (2000), à titre de référence, admettent que, pour guider l'entreprise au succès, l'entrepreneur doit concevoir de nouveaux produits et services à partir des besoins des marchés.

De leur côté, Aldrich et al (1987) montrent qu'une bonne gestion du réseau impacte positivement la mobilisation des ressources telles que les facilités de caisse, l'intervention pour gérer les problèmes administratifs.

2.2.1.1.2. Les compétences managériales :

Kidane & Harvey (2009) montrent l'importance des expériences précédentes de l'entrepreneur pour expliquer le succès de son entreprise.

Aussi Wiklund & Shepherd (2001) stipulent que l'expérience et l'ancienneté de l'entrepreneur influence le succès du projet. Gimeno, Folta Cooper & Woo (1997) démontrent que, quand il y a une similitude entre l'organisation dans laquelle l'entrepreneur a déjà exercé et la nouvelle entreprise, il y aura certes une réussite entrepreneuriale. Kidane et Hrvey(2009) montrent l'intérêt des expériences précédentes de l'entrepreneur, car ces expériences portent des compétences pratiques au niveau de l'organisation et gestion du personnel et constituent un élément clé pour les entreprises nouvellement créées .

2.2.1.1.3. Les Compétences techniques de gestion et de secteur.

Siegel et al (1993) stipulent que la connaissance du secteur impacte positivement la croissance des PME.

2.2.1.2. La motivation :

(Aldrich & Zimmer, 1986, Keats & Bracker, 1988, Steven & Jarillo, 1990), démontrent que la motivation entrepreneuriale est en relation avec les caractéristiques liées à l'entrepreneur comme, l'innovation et la créativité, la version au risque Mc Mullen, (2004), Lazear, (2002), Robichaud, (2001), stipulent que la motivation est influencée par l'indépendance, l'autonomie et le besoin d'accomplissement.

2.2.1.3. Le capital humain

Le capital humain est l'un des facteurs de succès des entreprises, il est représenté par le niveau d'éducation, le genre, l'âge et la nature de la formation. Les travaux de recherche de (Wicker et King, 1989) montrent qu'il y a une relation positive entre l'âge et le succès entrepreneurial, cette relation positive s'explique par le fait que les entrepreneurs plus âgés ont développé les réseaux plus solides, sont bien expérimentés et peuvent lever facilement des capitaux.

Selon Bosma et al (2009), l'âge et le niveau d'éducation de l'entrepreneur sont explicatifs de la réussite entrepreneuriale. Davidsson et hong (2003) avancent que les expériences entrepreneuriales précédentes et la formation ont un impact positif sur la réussite de l'entreprise. Les recherches montrent également l'impact du genre sur la performance de l'entreprise, selon Bruderl et al (1992), Dahlqvist et al (2000), les entreprises créées par les femmes sont moins performantes que celle créées par les hommes.

H1 : Le succès entrepreneurial dans la région Souss Massa est positivement lié au profil de l'entrepreneur.

2.2.2. L'environnement de l'entreprise et réussite entrepreneuriale :

A côté de compétences et de la motivation entrepreneuriale, des caractéristiques environnementales affectent également la réussite entrepreneuriale. Pour certains chercheurs comme Fafchamps et Minten, (1998), la réussite d'un entrepreneur dépend du capital social et des relations d'affaires.

2.2.2.1. Le capital social :

Selon Pierre Bourdieu (1980), le capital social est une « forme de capital, lié à la possession durable d'un réseau de relations sociales ou à l'appartenance à un groupe stable que l'individu peut mobiliser dans ses stratégies ». Ainsi, on peut dire que les entreprises sont d'autant plus performantes qu'elles sont soutenues par un grand nombre de personnes à statut social élevé. (Maaroufi et al, 2019).

Selon Geindre & Dussuc (2015): " Le capital social est souvent considéré comme une source clé pour la PME , source de performance et d'efficacité dans la démarche entrepreneuriale".

2.2.2.2. L'accompagnement de l'entrepreneur :

(Bisk,2002) stipule que l'accompagnement des entrepreneurs joue un rôle dans l'apprentissage et le développement des qualités managériales. Il aide aussi à développer leurs connaissances et leurs compétences entrepreneuriales pour réussir leurs projets (Beddaa et Bachiri ,2021 ;Chabaud et al, 2010) .(Chrisman et Mc Mullan, 2004) démontrent que les entreprises accompagnées sont plus performantes que les entreprises non accompagnées. En effet, l'accompagnement permet d'offrir à l'entrepreneur accompagné des atouts pour réussir son projet (Fayolle,2004). De même Audretsh et Thurik(2004), Thorton et Flynn(2003) stipulent que l'adhésion des entrepreneurs à des structures d'accompagnement et d'apprentissage

entrepreneurial est une phase fondamentale dans la réussite de l'Entreprise. Cette adhésion permet à l'entrepreneur d'accéder aux différentes ressources et l'identification des opportunités de marché (Beckert,2010). Selon (Aldrich et Zimmer,1987), les entrepreneurs participent dans les structures dans les structures d'accompagnements afin d'améliorer leurs compétences entrepreneuriales. Le rôle de cet accompagnement c'est de partager des expériences et des modèles et de fournir aux entrepreneurs une assistance sous forme d'avis d'experts et de conseils (Beddaa et Bachiri,2021 ; Lin et al.,2001). (Uzzi,1996) a démontré qu'il existe un lien positif entre les structures de collaboration et le succès entrepreneurial.

2.2.2.3. L'environnement de l'entreprise :

Laghrissi et Achour (2020), démontrent que l'environnement de l'entrepreneur et ses spécificités sociales joue un rôle direct et important dans la réussite entrepreneuriale. (Morgan, 2006) démontre que l'environnement entrepreneurial est un facteur clé qui impacte la survie des entrepreneurs ou leur disparition. Il est difficile pour l'entrepreneur de réussir si l'environnement est défavorable (Morgan, 2006). Donc, l'entrepreneur doit rester vigilant face à un environnement et profiter des opportunités qui se présentent (Bouchikhi et Kimberly, 1994). Aussi, les facteurs économiques du secteur d'activité et de la région « l'environnement politico-légal » jouent également un rôle important dans le démarrage en entrepreneuriat (Franke 2003).

H2 : Le succès entrepreneurial dans la région Souss Massa est lié à l'environnement de l'entrepreneur.

2.2.3. La Préparation à la création et la réussite entrepreneuriale.

Selon Frank lasch, Frédéric le Roy et Said yami (2005) “ les indicateurs pour une bonne préparation à la création sont nombreux : l'entraînement, plan d'affaires, l'étude de la faisabilité technique et financière et le potentiel commerciaux de projet”.

Bruderl et al (1992) avance que la durée de préparation et l'élaboration du business plan Influencent positivement la survie d'une entreprise nouvellement créée. D'où la réussite de démarrage d'un projet entrepreneurial dépend de sa bonne préparation.

Lasch et al. (2005), stipulent que plusieurs indicateurs peuvent être utilisés par l'entrepreneur pour mieux conduire la phase de préparation au démarrage de son entreprise : l'étude de faisabilité, l'entraînement, le business plan et le potentiel du marché.

2.2.3.1. Le business plan

Le business plan atténue le risque d'échec et les anticipations au niveau du plan d'affaire permettent de faire face aux éventuelles difficultés de gestion du projet(Verstraete, 1999).Ainsi le business plan permet de se concentrer sur les actions impétrantes et ne pas se détourner des objectifs initiaux (Delmar et Shane,2003).Liao et Gartner ont démontré d'après une étude réalisée sur 64622 entreprises américaines que les entrepreneurs qui élaborent un plan d'affaires ont plus de chances de continuer la création de leurs entreprises que les autres.

2.2.3.2. Le marché cible et réussite entrepreneuriale

Les chercheurs dans ce domaine, comme André Belly et al, (2006), Gardner (1994) démontre que les études de marché et les stratégies marketing sont nécessaires pour le succès entrepreneurial. Pour (Beddaa et Bachiri,2021), le marché cible fait référence aux possibilités offertes par ledit marché au développement d'une activité économique et commerciale donnée. L'étude de Hills, (1994) stipule que la majorité des échecs consécutifs au lancement d'entreprises, pourrait être évités si les entrepreneurs ont fait préalablement des études de marketing. Aussi, Belley et al. (2006) ont démontré que le recours aux études de marché sont nécessaires pour réussir le projet.

H3 : Le succès entrepreneurial dans la région Souss Massa est positivement lié à la préparation à la création

3. Méthodologie de recherche.

3.1. Terrain et données de l'étude.

Nous avons conduit une enquête quantitative auprès de 40 entrepreneurs de la région Souss Massa. Le choix des répondants a été fondé sur l'échantillon de convenance afin de ne viser que la population concernée par le sujet traité. Notre questionnaire est composé de cinq parties en plus d'une introduction présentant l'objet de l'étude : la première partie est consacrée aux données socio-démographiques, la deuxième traite le profil de l'entrepreneur pour réussir le projet, la troisième aborde l'environnement de l'entrepreneur, la quatrième question traite les attitudes et qualités personnelles pour réussir le projet entrepreneurial, la cinquième a été consacrée à l'importance des éléments préparatifs pour réussir le projet. Le questionnaire est formulé en utilisant une échelle de Likert de 1 à 5 (pas du tout d'accord, pas d'accord, d'accord, moyennement d'accord, tout à fait d'accord). Cette enquête a eu lieu le début du mois Mai 2022.

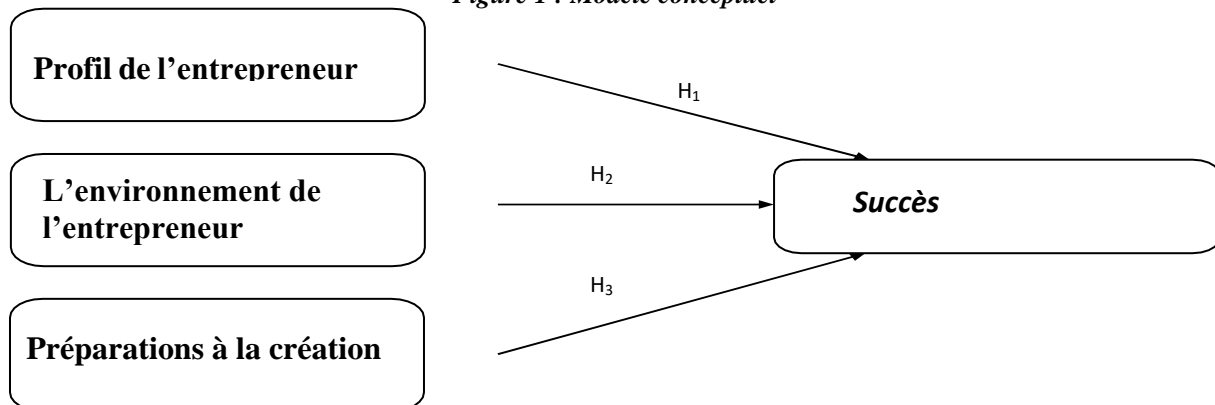
3.2. Modèle de recherche.

La méthode d'analyse de données adoptée est basée sur un modèle des équations structurelles en utilisant le logiciel Smart PLS version 3.3.9

suite à nos trois hypothèses, nous présentons ci-dessus le modèle sur lequel on a travaillé pour expliquer le phénomène du succès entrepreneurial. L'analyse de la régression linéaire sert à prévoir la valeur d'une variable en fonction de la valeur d'une autre variable.

Modèle conceptuel des facteurs clés de la réussite entrepreneuriale dans la région Souss Massa.

Figure 1 : Modèle conceptuel



Source : Auteurs

3.3. La méthode SMART PLS

La méthode PLS (partial least square =moindre carré partiel) fait partie des modèles d'équations structurelles à variables latentes, « méthodes de modélisation de phénomène apte à bien définir des systèmes complexes en interaction » (Jakobowiz, 2007). Les modèles d'équations structurelles offrent au chercheur une plus grande flexibilité dans l'interprétation entre le théorie et données (Chin, 1998).

3.4. Evaluation du modèle de mesure :

3.4.1. Fiabilité des items et Alpha de Cronbach et AVE.

Avant d'interpréter ces résultats, il convient tout d'abord de tester l'homogénéité des données à l'aide de alpha de Cronbach. Cette dernière tend vers 1, Donc nous pouvons dire que les

données sont homogènes (voir tableau 1). La signification de Alpha de cronbach est confirmée par la fiabilité composite dont les valeurs tendent aussi vers 1.

Tableau1 : Validité convergente

	Alpha de cronbach	Fiabilité composite	Moyen variance extraite (AVE)
EnvEn	0.908	0.929	0.658
PrEn	0.914	0.932	0.697
PreCr	0.901	0.921	0.627
SuEn	0.900	0.916	0.521

Source : Auteurs

3.4.2. Evaluation de la validité discriminante

La validité discriminante permet d'établir l'existence d'une différence claire entre les variables du modèle. Il est nécessaire de prouver que chaque variable représente une entité à part entière. Pour ce faire, nous utilisons le critère de Fiornell et Larcker qui permet de savoir si chaque variable partage une AVE avec ses propres items plus qu'avec les items des autres variables.

Tableau 2 : Validité discriminante

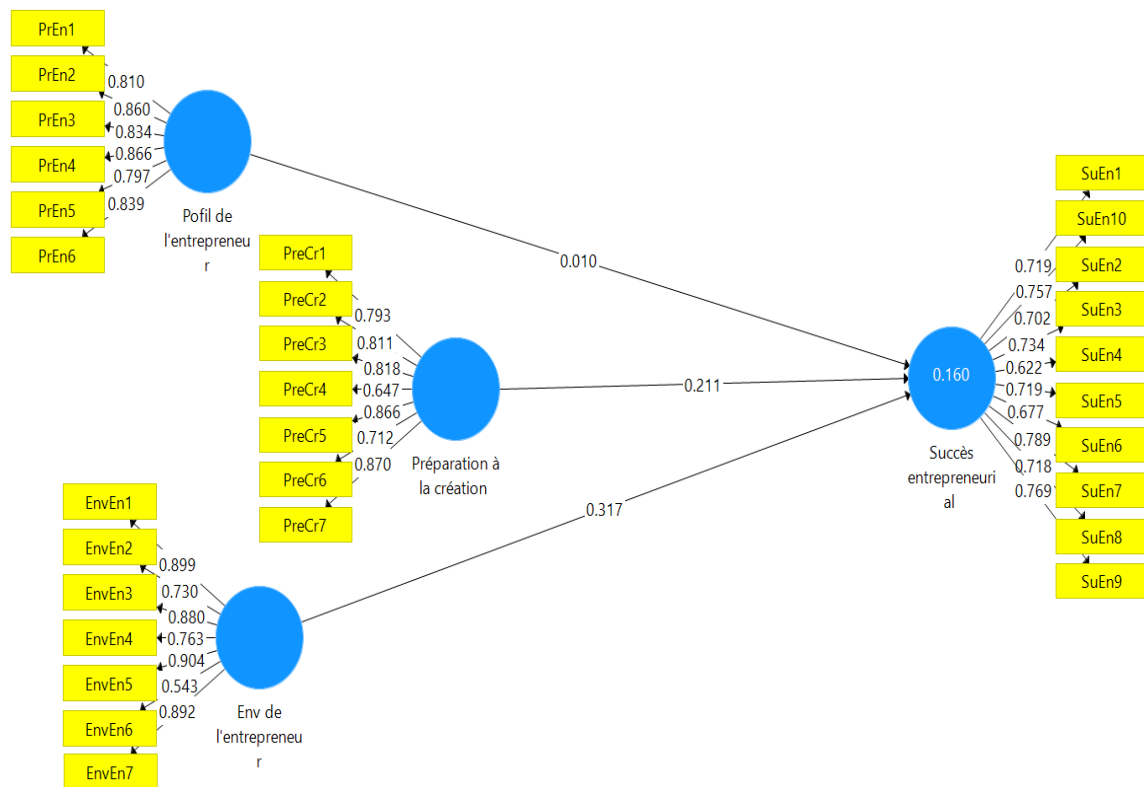
Larcker Fornell	Environnement de l'entrepreneur	Profil de l'entrepreneur	Préparation à la création	Succès Entrepreneurial
Environnement de l'entrepreneur	0.811			
Profil de l'entrepreneur	0.049	0.835		
Préparation à la création	0.095	0.414	0.792	
Succès Entrepreneurial	0.338	0.113	0.245	0.722

Source : Auteurs

3.4.3. Présentation du modèle

L'évaluation du modèle de mesure comprend : la fiabilité composite pour évaluer la fiabilité de cohérence interne des indicateurs individuels et la variance extraite pour évaluer la validité convergente.

Figure 2 : Modèle de recherche sous PLS



Source : Auteurs

3.4.4. Evaluation de modèle structurel :

Les principaux critères d'évaluation du modèle structurel dans l'approche PLS sont :

- Le coefficient de détermination R², qu'est utilisé pour mesurer la qualité d'une régression linéaire, ce coefficient est compris entre 0 et 1, plus R² est proche de 1, plus la régression linéaire est en corrélation avec les données collectées.
- Le coefficient Q² de Stone-Geisser permet d'évaluer la qualité de chaque équation structurelle, autrement dit, il permet d'évaluer la qualité de prédiction de chaque construit du modèle (Tenenhaus et al, 2005 : P174), et l'indice de KOF (Chin, 1998).

Tableau 3 : Coefficient de détermination et la taille de l'effet

	Rsquare	Fsquare
Succès Entrepreneurial	0.160	
Environnement de l'entrepreneur		0.119
Profil de l'entrepreneur		0.000
Préparation à la création		0.043

Source : Auteurs

4. Résultats et discussions

Avant d'interpréter ces résultats, il convient tout d'abord de tester l'homogénéité des données à l'aide de alpha de Cronbach. Cette dernière tend vers 1, Donc nous pouvons dire que les données sont homogènes.

D'après ces résultats, on constate que l'hypothèse H1 (Le succès entrepreneurial dans la région Souss Massa est positivement lié au profil d'entrepreneur) est rejetée puisque son P value est 89,2% largement supérieur à 5%. Le lien entre le succès entrepreneurial et le profil de

l'entrepreneur n'est pas donc significatif dans la région Souss Massa (voir tableau 4). Ceci contredit les travaux de (Bouchikhi 1993 , Bhide 1994 ,Bouchikhi et Kimberly, 1994 , Jabraoui et Boulahoual,2016).

Quant aux autres hypothèses H2 et H3, elles sont validées. Ainsi, nous pouvons avancer une relation significative et positive entre l'environnement de l'entrepreneur et le succès entrepreneurial (P value égale à 0 Inférieur à 5%). Ce qui renforce les conclusions de Fafchamps et Minten (1998) qui avancent que la réussite d'une entreprise dépend du capital social. Aussi, l'étude a démontré que le lien entre le succès entrepreneuriale et l'entraînement à la création est significatif (P value égale à 1% inférieur à 5%). Ce résultat confirme les travaux de Frank lasch, Freric le Roy et Saidy yami (2005).

Tableau 4 : Validation des hypothèses : Coefficient de Corrélation

	Echantillon original(O)	Moyen de l'échantillon (M)	Ecart type	Statistique T	P Values	
EnvEn -> SuEn	0.317	0.326	0.059	5.357	0.000	Validée
PrEn -> SuEn	0.010	0.024	0.076	0.135	0.892	Rejetée
PréCr -> SuEn	0.211	0.205	0.081	2.602	0.010	Validée

Source : Auteurs

5. Conclusion

En guise de conclusion, nous pouvons déduire que le succès entrepreneurial est un phénomène multi dimensionnel et complexe puisqu'il dépend de plusieurs facteurs qui varie d'une région à l'autre. Ce qui rend difficile la généralisation d'un modèle théorique à un environnement donné. Ainsi si le profil de l'entrepreneur joue un rôle important comme un facteur clé de succès entrepreneurial dans une région, il n'en est pas de même pour la région Souss Massa. De ce fait la promotion de l'entrepreneuriat doit prendre en considération les spécificités de chaque région. C'est via cela que Le Maroc a mis en place, plusieurs programmes institutionnels et gouvernementaux afin de soutenir les jeunes entrepreneurs, mais il reste tout un caractère financier. En d'autres termes ils ne prennent pas en considération les caractéristiques de l'environnement et les compétences techniques liées à la création des entreprises.

Les résultats de notre enquête ont bien démontré la validité de deux hypothèses à savoir l'environnement de l'entreprise et la préparation à la création qui impactent selon les entrepreneurs interrogés la réussite du projet.

Toutefois, la fiabilité de notre étude peut être influencée par la taille de l'échantillon qui reste relativement faible pour généraliser les résultats obtenus. L'augmentation de la taille de l'échantillon est condition incontournable pour les études futures. En effet, l'échantillon pouvait être élargi sur toutes les régions du Maroc. Cela permettra de dépasser les particularités de la région Souss Massa.

Quant aux perspectives, il est très utile d'élargir le champ de l'étude par l'intégration d'autres variables comme la phase de la préparation à la création, l'aversion au risque, l'engagement entrepreneurial, l'innovation ...etc.

La présente étude pourra constituer une feuille de route pour les futurs jeunes entrepreneurs, car elle décrit les facteurs clés pour réussir leurs projets. Elle interpelle aussi les pouvoirs publics pour renforcer les efforts en matière d'accès au financement au profit des jeunes entrepreneurs et intégrer la dimension du développement local dans la promotion de l'entrepreneuriat à travers l'élargissement de la régionalisation.

Références

- (1) Ait Lahcen, D., Oukassi, M., & Amghar, N. E. (2021). Les déterminants de la réussite entrepreneuriale en temps de la crise sanitaire et économique : Cas des PME de la région de Rabat-Salé- Kénitra. *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics*, 2(6), 225-242.
- (2) Belley, A. Dussault, L. Lorrain, J. (1998), « Les compétences des entrepreneurs : élaboration et validation d'un questionnaire (QCE) », Actes, 4ème CIFPME, Nancy Metz, Octobre.
- (3) Belley, A., Louis D. et L. Sylvie (2006), Comment rédiger mon plan d'affaires, coll. *Entreprendre*, Éd. Transcontinental (Mtl) et Fondation de l'entrepreneurship (QC).
- (4) Brush, C.G. (1992), " Market place information scanning activities of new manufacturing ventures", *Journal of Small Business Management*, Vol 30, N 4.
- (5) Cooper, A.C., Folta, T., Gimeno-Gascon, F.J. et C.Y. Woo (1992), *Entrepreneurs, process of founding, and new firm performance*", in D. Sexton et J. Kassandra (éd.), *The State of the Art in Entrepreneurship*, Boston (MA), PWS Kent Publishing Co. d'entrepreneuriat, Paris .
- (6) DEPF. (2021). Note de conjoncture N 293. Rabat: Ministère de l'économie, des finances et de la réforme de l'administration.
- (7) Gartner, W.B. (1988), Who is the entrepreneur is the wrong question, *American Journal of Small Business*, vol. 12, n° 4, p. 11-31.
- (8) Hadrich , A.(2013) . « Les facteurs clés de succès de l'émersion entrepreneuriale : Cas de la région de Sfax » XXII conférence Internationale de Management Stratégique .
- (9) Hébert, L. (2009). Rebondir face à la crise : Construire une entreprise vigilante, résiliente et agile. *Gestion*, Vol. 34(3), 20-22.
- (10) Hernandez E.M. (1999), *Le processus entrepreneurial. Vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat*, Paris, L'Harmattan, 255 p.
- (11) Herron, L. & Robinson, R. (1993). A structural model of the effect of entrepreneurial characteristics on venture performance. *Journal of Business Venturing*, 8(3), 281-294.
- (12) Hills, G. (1994). *Marketing and entrepreneurship : the domain*, dans G.Hills, Edit, *Marketing and entrepreneurship: research ideas and opportunities*, Quorum Books.
- (13) <https://doi.org/10.5281/zenodo.5525052>
- (14) Jabraoui, S., & Boulahoual, A. (2016). « Les facteurs déterminants du succès de l'entrepreneuriat au Maroc : Cas de la région de Casablanca » Colloque International de la Prospective sous le thème « Entrepreneuriat : Vers un Maroc Entrepreneurial » Casablanca, 24 et 25 Novembre 2016. 13.
- (15) Julien, P. A. (2000), *L'entrepreneuriat au Québec: Pour une Révolution Tranquille Entrepreneuriale: 1980-2000*, 2ème édition, Transcontinental, Montréal; Charlesbourg: Fondation de l'entrepreneurship.
- (16) Julien, P.-A., Cadieux, L., & Institut de la statistique du Québec. (2011). *La mesure de l'entrepreneuriat: Rapport d'étude*. Institut de la statistique du Québec. <https://www.deslibris.ca/ID/226607>
- (17) Kessler, A. (2007), *Success factors for new businesses in Austria and the Czech Republic; entrepreneurship & regional development*, *Entrepreneurship and Regional Development*.
- (18) Kidane A. et Harvey B.H., 2009, Profile of entrepreneurs: employing stepwise regression analysis to determine factors that impact success of entrepreneurs, *Review of Business Research*.
- (19) Lasch F. et al. (2005), Les déterminants de la survie et de la croissance des start-up TIC, *Revue française de gestion* 2005/2 (no 155).

- (20) Lasch, F. (2003), La création d'entreprises dans le secteur des technologies de l'information et de la communication (TIC) en France, Regensburg, Beiträge zur Wirtschaftsgeographie Regensburg, n° 4.
- (21) Lasch, F. (2003), La création d'entreprises dans le secteur des technologies de l'information et de la communication (TIC) en France, Regensburg, Beiträge zur Wirtschaftsgeographie Regensburg, n° 4.
- (22) Messeghem, K., & Torrès-Blay, O. (2015). Les grands auteurs en entrepreneuriat et PME. EMS
- (23) Nokairi, W. (2018). Financial characteristics of companies in failure situation in Morocco. *Revue du contrôle, de la comptabilité et de l'audit*, 2(3), Article 3. <https://www.revuecca.com/index.php/home/article/view/217>
- (24) Robichaud, Y. (2008), Les motivations entrepreneuriales comme facteur explicatif de la taille des entreprises, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*.
- (25) SONZAÏ, T. (2017): «Impact culturel Africain sur le processus entrepreneurial: cas de la création d'entreprise », Thèse de doctorat, Université Félix Houphouët-Boigny de Cocody
- (26) St-Pierre, J., & Cadieux, L. (2009). La conception de la performance : Quel lien avec le profil entrepreneurial des propriétaires dirigeants de PME? 6ème Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat *Entreprendre et innover dans une économie durable de la connaissance.*
- (27) VALLAT, D. (2006) : « L'accompagnement facteur de durabilité de la création d'entreprise », Université Claude Bernard Lyon, Laboratoire TRIANGLE UMR 5206
- (28) Verstraete T et A. Fayolle (2005), *Paradigmes et entrepreneuriat*, *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol. 4, n° 1. Verstraete T. (1999), *Entrepreneuriat : connaître l'entrepreneuriat, comprendre ses actes*, Paris, L'Harmattan.
- (29) Verstraete T. (2001), *Entrepreneuriat : modélisation du phénomène*, *Revue de l'entrepreneuriat*, vol. 1, n° 1.

Annexes

Annexe 1 : Résultats de l'analyse de validité et fiabilité des construits

	Changement externe	Alpha de cronbach	Fiabilité composite	Moyen variance extraite (AVE)
Environnement de l'entrepreneur				
EnvEn1	0.899	0.908	0.929	0.658
EnvEn2	0.730			
EnvEn3	0.880			
EnvEn4	0.763			
EnvEn5	0.904			
EnvEn6	0.543			
EnvEn7	0.892			
Profil de l'entrepreneur				
PrEn1	0.810	0.914	0.932	0.697
PrEn2	0.860			
PrEn3	0.834			
PrEn4	0.866			
PrEn5	0.797			
PrEn6	0.839			
Préparation à la création				
PreCr1	0.793	0.901	0.921	0.627
PreCr2	0.811			
PreCr3	0.818			
PreCr4	0.647			
PreCr5	0.866			
PreCr6	0.712			
PreCr7	0.870			
Succès Entrepreneurial				
SuEn1	0.719	0.900	0.916	0.521
SuEn10	0.757			
SuEn2	0.702			
SuEn3	0.734			
SuEn4	0.622			
SuEn5	0.719			
SuEn6	0.677			
SuEn7	0.789			
SuEn8	0.718			
SuEn9	0.769			

Source : Auteurs

Tableau 2 : Validité discriminante (Suite).

Chargement croisé	Environnement de l'entrepreneur	Profil de l'entrepreneur	Préparation à la création	Succès Entrepreneurial
EnvEn1	0.899	0.002	0.115	0.276
EnvEn2	0.730	-0.019	0.118	0.273
EnvEn3	0.880	0.051	0.023	0.308
EnvEn4	0.763	0.077	0.111	0.294
EnvEn5	0.904	0.081	0.103	0.294
EnvEn6	0.543	0.019	0.022	0.206
EnvEn7	0.892	0.057	0.029	0.239
PrEn1	0.072	0.810	0.448	0.085
PrEn2	0.041	0.860	0.418	0.112
PrEn3	-0.003	0.834	0.273	0.090
PrEn4	0.060	0.866	0.314	0.115
PrEn5	0.040	0.797	0.295	0.066
PrEn6	0.032	0.839	0.317	0.082
PreCr1	0.101	0.358	0.793	0.176
PreCr2	0.083	0.348	0.811	0.176
PreCr3	0.136	0.375	0.818	0.204
PreCr4	-0.004	0.389	0.647	0.112
PreCr5	0.109	0.302	0.866	0.252
PreCr6	-0.090	0.262	0.712	0.119
PreCr7	0.090	0.319	0.870	0.247
SuEn1	0.274	0.094	0.216	0.719
SuEn10	0.185	0.092	0.176	0.757
SuEn2	0.113	0.011	0.168	0.702
SuEn3	0.289	0.135	0.189	0.734
SuEn4	0.098	0.018	0.116	0.622
SuEn5	0.251	0.062	0.191	0.719
SuEn6	0.180	0.095	0.191	0.677
SuEn7	0.272	0.103	0.164	0.789
SuEn8	0.177	0.010	0.124	0.718
SuEn9	0.386	0.107	0.190	0.769

Source : Auteurs