

Chapitre III : L'importance des motivations dans la théorie entrepreneuriale

1. L'importance du potentiel de ressources
2. L'importance des relations familiales et amicales
3. L'importance des motivations selon le modèle Shapéro

Introduction :

Le processus entrepreneurial représente une phase très importante dans la création d'entreprises. L'acte d'entreprendre ne peut être abordé sans présenter les dynamiques du processus entrepreneurial.

En matière de création d'entreprise il paraît nécessaire de déterminer le moment où le processus de création démarre et celui où l'on considère la phase de création terminée. Le présent chapitre met l'accent sur les différentes théories relatives aux motivations entrepreneuriales développées par plusieurs auteurs qui ont tenté de donner plus d'explication aux comportements des entrepreneurs afin d'expliquer le sens de leur engagement dans la création d'entreprises.

1. L'importance du potentiel de ressources :

L'entrepreneuriat ne peut se concevoir en dehors de la société qui le contient, pour cela Sophie Boutillier et Dimitri Uzunidis décomposent le potentiel de ressources de la façon suivante :

- **Le capital financier** : qui comprend l'ensemble des ressources financières dont dispose l'entrepreneur (épargne propre, patrimoine familial, héritage) ou potentiel (accès au crédit, à des subventions, à des aides diverses);
- **Le capital connaissance** : qui comprend l'ensemble des connaissances acquises à la fois dans le cadre de la scolarisation de l'individu, mais elles sont pour partie le produit de son expérience professionnelle. Elles peuvent être ou non par un diplôme;
- **Le capital relations (ou capital social)** : qui comprend l'ensemble des relations sociales propres à chaque individu. Nous distinguons deux types de relations sociales :

informelles et institutionnelles ou formelles. Les premières sont constituées par les relations entretenues avec la famille, les amis, les voisins, etc. les secondes se développent dans le cadre d'institutions qui peuvent être des banques, des associations, des écoles....

Relation informelle et formelle ne constituent pas deux mondes clos, indépendants. Des relations amicales sont susceptibles d'aider un entrepreneur pour obtenir certaines informations qui lui seront utiles pour monter son dossier de financement. En fait, ce qui fait la force d'un réseau de relations sociales, c'est précisément cette capacité à aller de l'informel au formel et inversement.

2. L'importance des relations familiales et amicales :

La famille contribue d'une façon particulière à la création d'une entreprise. En effet, la famille soutient et accompagne le démarrage des entreprises par des fonds, du temps, des conseils et des encouragements. En réalité elle participe à nourrir le sentiment, la volonté et la dynamique individuelle à entreprendre.

Ainsi pour Bragard 1987 « l'environnement le plus favorable pour un candidat créateur semble être le milieu familial qui associe une image positive à l'entreprise privée. D'autre part, reprendre et agrandir l'affaire familiale est souvent considéré comme un plus qui pousse les enfants à continuer l'œuvre de leurs aînés »

Le conjoint à son tour présente un appui très lourd dans le processus entrepreneurial. Les résultats de l'étude de Pistrucci et al (2001) concernant les entrepreneurs chinois suggèrent que « les motivations des entrepreneurs privilégient le besoin d'accomplissement dans une recherche d'indépendance et le besoin d'apprentissage autour d'un centrage familial. Satisfaire de tels besoins n'est envisageable qu'avec un soutien quasi inconditionnel des conjoints. Selon Van Auken et Werbel (2006), le soutien et l'engagement des épouses semblent bien constituer un des facteurs clés du renforcement des motivations et du bon achèvement du processus entrepreneurial. »

Notamment les relations amicales jouent un rôle prépondérant dans le processus de la création d'entreprise. En effet, les amis peuvent utiliser leurs propres réseaux pour faire gagner du temps, ouvrir des portes ou faciliter l'accès à des informations

nécessaires pour l'entrepreneur. Certains amis peuvent même être intéressés par le projet au point de vouloir devenir actionnaires ou de souhaiter s'y investir personnellement.

Au-delà de l'importance des relations familiales amicales, d'autres éléments, que nous avons appelées « capital social de l'entrepreneur » s'avère devoir jouer un rôle important dans la décision et les comportements de l'entrepreneur.

3. L'importance des motivations selon le modèle Shapéro

Le modèle de Shapero (1975) reconnaît que l'entrepreneuriat est un phénomène multidimensionnel qui est motivé par plusieurs variables autres que les caractéristiques psychologiques et économiques de l'entrepreneur. Il attribue la création d'entreprises au fait que l'entrepreneur se sent « décalé » par rapport à sa place dans la société.

D'après l'auteur, il existe plusieurs motivations expliquent selon lui la création d'une entreprise telle que la culture, la famille, les événements négatifs et positifs de la vie, etc.

La pensée de Shapero peut être expliquée comme suit :

Le modèle de Shapero (1975) reconnaît que l'entrepreneuriat est un phénomène multidimensionnel qui est motivé par plusieurs variables autres que les caractéristiques psychologiques et économiques de l'entrepreneur. Il attribue la création d'entreprises au fait que **l'entrepreneur se sent « décalé » par rapport à sa place dans la société.**

D'après l'auteur il existe plusieurs motivations expliquent selon lui la création d'une entreprise telle que la culture, la famille, les événements négatifs et positifs de la vie,

A. La discontinuité ou déplacement :

- Les situations négatives : cette variable concerne les personnes qui ont subi un déplacement ; et la création de l'entreprise représente la seule façon pour l'intégration dans un nouveau territoire, tel que les catégories de populations réfugiées, par exemple les pieds noirs en France. Comme il peut s'agir aussi de d'autres situations liées à l'emploi : chômage, l'insatisfaction et mauvaises conditions dans le travail, mauvaises relations avec l'entourage du travail.

Il peut s'agir de discontinuités diverses : la fin des études, la fin du service militaire, voire même la sortie de la prison, etc.

- Les situations positives : cette variable expose la découverte d'un nouveau produit, ou celle d'un nouveau marché pour un produit existant, la rencontre d'un partenaire, d'un futur associé, la possibilité de la rencontre d'un futur gros client potentiel

Enfin ses deux catégories de facteurs peuvent aller de pair et se renforcer. Ainsi une insatisfaction au travail et la possibilité de financer la future entreprise peuvent se renforcer et amener le créateur à prendre sa décision.

B. La crédibilité de l'acte, variable sociologique :

C'est la variable la plus puissante qui influe sur l'acte de création d'une entreprise. Shapero trouve que **l'individu créateur d'une entreprise doit être capable de s'imaginer lui-même faisant démarrer et dirigeant une entreprise.**

« La crédibilité de l'acte est d'abord d'ordre social, elle est liée à des milieux et/ ou des groupes de références qui vont, d'une certaine façon renvoyer à l'individu concerné une image valorisée ou dévalorisée de l'entrepreneuriat. C'est ce qui explique le fait que les créateurs d'entreprise sont très souvent issus de famille où un parent était (est) entrepreneur. C'est à ce niveau également **que se situe un des rôles du système éducatif** qui, dans des actions de sensibilisation, pourrait se donner comme objectif de donner une image plus valorisante des situations entrepreneuriales. »

C. La faisabilité de l'acte, variable économique :

C'est une variable économique, pour créer son entreprise le créateur doit accéder à certaines ressources :

les américains distinguent **6 ressources nécessaires** dans la création d'une entreprise, ils parlent des 6 « M » de l'entreprise : Money, Men, Machines, Materials, Market, Management.

Conclusion :

Ce chapitre nous a renseigné sur les motivations individuelles du créateur d'entreprise. En effet, l'entrepreneur par ses motivations peut mener à la création d'une entreprise. Les motivations entrepreneuriales jouent un rôle primordial dans la création d'entreprise. En revanche un autre point assez important au-delà des motivations pour la réussite de l'entreprise qui se résume dans le potentiel de ressources de l'entrepreneur. L'individu doit également procéder des traits ou autrement dit le potentiel de ressource lui permettant de bien réussir sont entrepris.