

Université Assane Seck de Ziguinchor



U.F.R : Sciences Economiques et Sociales

Département : Economie et Gestion

Mémoire de Master 2

Mention : Gestion

Spécialité : Finance

Impact des acteurs socio-culturels sur le développement de l'entrepreneuriat au Sénégal

Présenté par : **Bounama Ndiaye**

Sous l'encadrement de : **Dr Diéne. K. O. Diouf**

Membre du jury :

Pr Serigne DIOP : Professeur assimilé à l'UASZ (président)

Dr Amon Aniké DEH : Maître de conférences assimilé à l'UASZ (examineur)

Dr Cheikh Oumar BALDE : Maître conférence titulaire à l'UASZ (examineur)

Année universitaire : 2020/2021

Remerciements

Je commence d'abord par rendre grâce au tout puissant. Lui qui m'a donné la santé, la force et le courage afin que je puisse venir à bout de ce mémoire. Je remercie l'ensemble du corps professoral du département Economie et gestion de l'université Assane Seck de Ziguinchor qui ont participé à ma formation et par conséquent à l'élaboration de ce travail de mémoire.

Avant de présenter ce mémoire, je tenais à remercier chaleureusement mon encadreur en l'occurrence Dr Diène Kolly Ousseynou DIOUF pour le soutien, les encouragements et la disponibilité dont il m'a témoigné. Que le tout puissant puisse lui rendre au centuple. Je tenais aussi à remercier Dr Mamadou NDIONE pour sa patience, sa disponibilité et surtout ses judicieux conseils, qui ont contribué à alimenter ma réflexion. Je remercie solennellement les membres du jury de ma soutenance en l'occurrence Pr Serigne DIOP, Dr Amon Aniké DEH et Dr Cheikh Oumar BALDE, qui ont accepté de faire le sacrifice de lire et d'examiner mon travail.

Mes remerciements vont aussi à l'endroit de toute ma famille particulièrement à mon défunt père Souley Ndiaye, à ma mère Bintou Diarra, à mes frères Amadou Ndiaye, Baye Mbaye Ndiaye et Yankhoba Koné, Abdou Diarra et Cheikh Tidjane Aw, à mes sœurs Penda Ndiaye Fatou Ndiaye Coumba Ndiaye et ma tante Seynabou Ngom pour toute l'affection et le soutien dont ils m'ont témoigné.

Je voudrais aussi remercier tous mes camarades de promotion pour leurs loyautés, leurs disponibilités et leur esprit de partage durant tout le long de notre cursus.

Dédicace

Je dédie ce modeste travail à :

A mes parents.

Aucun hommage ne pourrait être à la hauteur de l'amour dont ils ne cessaient de me combler.

Que Dieu leur accorde son paradis céleste.

A ma mère Bintou Diarra

A mon grand frère Amadou Ndiaye

A mes frères et sœurs que ce travail soit pour eux une satisfaction pour l'espoir qu'il garde en moi et un encouragement

A mes amis qui de près ou de loin ont participé à mon réconfort moral

Liste des abréviations

BAD : Banque africaine de développement

BM : Banque mondiale

BIT : Bureau international du travail

BQ : Banque

DER : Délégation à l'entrepreneuriat rapide

E.M.LYON : Ecole de Management de Lyon

ETFP : Enseignement et la Formation Technique et Professionnel

FMI : Fond monétaire international

IMF : Institution de micro financement

INSEE : Institut Nationale de la Statistique des Etudes Economiques

MPME : Micros, petites et moyennes entreprises

NDL : Nombre de degré de liberté

NEPAD : Nouveau partenariat pour le développement de l'Afrique

OCDE : Organisation de coopération et de développement économiques

ONG : Organisation non gouvernementale

OIT : Organisation internationale du travail

PAS : Programme d'ajustement structurel

PIB : Produit intérieur brut

PNUD : Programme des Nations Unies pour le développement.

RGN : recensement général

SARL : Société à responsabilité limité

SH : Stakeholder

TPP : Théorie des parties prenantes

UA : Union africaine

UEMOA : Union Economique et Monétaire Ouest Africaine

Liste des tableaux

Tableau n° 1 : le phénomène entrepreneurial (Coster et Sylvestre, 2002).....	10
Tableau 3 : Récapitulatif de traitement des observations.....	45
Tableau 4 : tableau de répartition des entrepreneurs selon l'âge	46
Tableau 5 : répartition des entrepreneurs selon la situation matrimoniale.....	47
Tableau 6 : répartition de la population selon le statut juridique	49
Tableau 7 : répartition de la population selon leur champ d'action.....	50
Tableau 8 : répartition de la population selon le statut social	50
Tableau 9 : répartition de la population selon les difficultés qu'il rencontre.....	51
Tableau 10 : répartition des entrepreneurs selon l'influence de leur entourage.....	52
Tableau 11 : répartition de la population selon le sexe	52
Tableau 12 : répartition de la population selon le soutien qu'il reçoit en cas de difficulté.....	53
Tableau croisé 13 : Propriétaire et influence entourage	53
Tableau 14 : éléments de calcul du Khi^2	54
Tableau 15 : résultats du test de Khi^2	54
Tableau 16 : répartition des entrepreneurs selon le mode de gestion.....	59
Tableau 17 : répartition de la population selon la source de financement	60
Tableau 18 : tri croisé propriétaire et source de financement	61
Tableau 19 : éléments de calcul du Khi^2	62
Tableau 20 : résultat du test de Khi^2	62
Tableau 21 : répartition de la population selon la communauté religieuse	55
Tableau 22 : répartition de la population selon l'apport du guide religieux	56
Tableau 23 : tri croisé communauté religieuse et orientation du guide.....	57
Tableau 24 : éléments de calcul du Khi^2	57
Tableau 25 : résultat du test de Khi^2	57
Tableau 2 : Statistiques de fiabilité	64
Tableau 26 : Statistiques d'échelle	64

Liste des figures

Figure 1 : Définition de l'entrepreneuriat selon Bygrave et Hofer, 1991	10
Figure 2 : diagramme en barre de la répartition de la population selon la propriété	46
Figure 3 : diagramme circulaire de la répartition de la population selon leur niveau d'étude .	47
Figure 4 : diagramme en barre de la répartition des motivations des entrepreneurs.....	48
Figure 5 : diagramme en barre de la répartition de notre population selon la taille des entreprises	49
Figure 6 : Diagramme en barre des différents souteneurs des entrepreneurs	60
Figure 7 : diagramme en barre de la répartition en valeur relatives des sources de financement	61
Figure 8 : diagramme en barre de la répartition en valeur relative de l'orientation des guides religieux.....	56

SOMMAIRE

INTRODUCTION GENERALE.....	1
PARTIE 1 : CADRE THEORIQUE ET CONCEPTUEL	5
CHAPITRE 1 : DEFINITION DE L'ENTREPRENEURIAT.....	6
Section 1 : Definition coneptuelle.....	7
Section 2 : Théories mobilisées.....	11
CHAPITRE 2 : ENTREPRENEURIAT DANS DIFFERENT CONTEXTE.....	17
Section 1 : Entrepreneuriat dans les pays développés et en développement.....	18
Section 2 : Entrepreneuriat au Sénégal	24
PARTIE 2 : PARTIE EMPIRIQUE.....	34
CHAPITRE 1 : METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE.....	35
Section 1 : Méthodologie de la recherche	36
Section 2 : Technique de collecte.....	38
Chapitre 2 : RESULTATS ET DISCUSSION	44
Section 1 : Profil des entrepreneurs et le soutien de leur entourage.....	45
Section2 : Importance de la famille et du guide religieux des entrepreneurs.....	55
CONCLUSION GENERALE, RECOMMANDATION ET LIMITES	65

Résumé

Le caractère informel de l'économie sénégalaise avec différents acteurs, engendre beaucoup de difficultés pour le développement de projet rentable. Pour pallier ces difficultés, le gouvernement mise sur un pilier moteur qui est l'entrepreneuriat.

Ce travail de recherche a pour objectif de montrer l'impact des acteurs socio-culturels c'est à dire les familles, l'entourage et les guides religieux dans le développement des activités entrepreneuriales. Pour atteindre cet objectif, nous avons eu comme terrains Ziguinchor, et avons utilisé une méthodologie hypothético-déductive dans une approche exploratoire quantitative.

Les résultats issus de notre travail montrent que la décision d'entreprendre est motivé par l'entourage des entrepreneurs, le choix d'investissement dépend du guide religieux et le principal financeur de l'activité entrepreneuriale de ces petites entreprises demeure la famille. De manière générale, les acteurs socio-culturels ont un impact positif dans le développement de l'entrepreneuriat.

Mots clés : Impact, Entrepreneuriat, Acteurs socio-culturels, Développement

Abstract

The informal nature of sénégalaise economy with different actors generates many difficulties for the development of profitable project. To overcome these difficulties, governments rely on a driving level that is entrepreneurship.

This research work aims to show the impact of socio-cultural actors. That is families, entourage and the religious leader in the development of entrepreneurial activities. To achieve this objective, we had Ziguinchor grounds, and we used a hypothetical-deductive methodology in a quantitative exploratory approach.

The results of our work show that, the decision to undertake is motivated by the entourage of entrepreneurs, the choice of investment depends on the orientation of the religious guide and the main financier of entrepreneurial activities these small businesses remain the family. In general, socio-cultural actors have a positive impact in the development of entrepreneurship.

Key words : Impact, Entrepreneurship, Socio-cultural actors, Development

INTRODUCTION GENERALE

Les petites et moyennes entreprises (PME) dans les pays en développement demeurent caractérisées par de multiples problèmes. Certains de ces problèmes sont d'ordre structurel. Ce phénomène constitue une entorse majeure à la mise en place et au développement de projets rentables. Ce fléau participe à accroître le chômage et le sous-emploi des jeunes dans le continent. Sur près de 420 millions¹ de jeunes en Afrique, un tiers est au chômage, un autre tiers possède un emploi précaire et seulement un sixième occupe un emploi salarié.

En conséquence, la plupart des jeunes finit par travailler pour leur compte dans le secteur informel et ce pour faire face à leurs besoins de subsistance. Ces activités entrepreneuriales s'appuient sur une dimension collective (Verstraete et Fayolle, 2005) ou sociale (Manier et Uzunidis, 2016) et sont généralement financées par leurs entourages voire leurs familles. Elles se caractérisent par de faible perspective de croissance et de taux d'embauche faibles (Fox et Kaul, 2017 ; Kluge et al. 2017).

De ce fait, le continent africain continue de présenter le paradoxe d'une pauvreté croissante dans un continent riche en ressources naturelles et humaines (Deffa et al. 2014). Dans ce contexte, la création des entreprises devient l'objet d'une demande sociale Bruyat (1993) et Fayolle (2004) et une des solutions pour faire face aux problèmes de développement (Ndione et Diouf, 2020). Mais, elle est aussi considérée comme le défi majeur du 21^e siècle (Larcher, 2021).

Ainsi, les chefs d'Etat et de gouvernement des pays africains donnent une importance capitale à l'entrepreneuriat en mettant en place des politiques d'aide et d'accompagnement destinées d'une part aux porteurs projets et d'autre part à soutenir les activités déjà entreprises (Mechtour, 2020). C'est pour cela que le gouvernement sénégalais, a mis en place des dispositifs pour appuyer les entrepreneurs. Nous pouvons citer le Plan Sénégal Émergent (PSE), dont l'atteinte des ambitions en matière d'emploi repose sur la promotion de l'entrepreneuriat, afin d'en faire un véritable projet de carrière pour les jeunes (Yassine, 2021).

Selon Ahmad et Hoffman (2008), « L'entrepreneuriat est le résultat de toute action humaine pour entreprendre en vue de générer de la valeur via la création ou le développement d'une activité économique ». C'est une notion qui est généralement assimilée à la création d'entreprise et il est un vecteur du développement économique (Boubakari et al. 2020). Le

¹ Source : (AUDA-NEPAD) dans (*Afrique*, 2020)

développement de l'entrepreneuriat est devenu ainsi un enjeu fondamental ou une demande sociale qui provient d'acteurs hétéroclites : les citoyens, les Etats et les collectivités locales, les différents organismes financiers, les créateurs d'entreprise, etc. De ce fait, il y a plusieurs acteurs formels ou informels dont leurs interactions réciproques peuvent provoquer un jeu coopératif. Mais les pratiques entrepreneuriales recouvrent diverses réalités au-delà de la variété de statut, de taille, et de champ des entreprises créées (Badia et al., 2013)

Les activités du secteur informel ne concernent pas seulement les ménages et individus pauvres au chômage, mais plutôt des secteurs et des contextes socio-économiques différents (Simen, 2018). Sous cet angle, l'entrepreneuriat apparaît comme un dispositif de soutien face à l'incapacité des Etats de répondre favorablement aux nombreuses demandes d'emplois, à la suppression de poste dans la fonction publique ainsi qu'aux faibles taux d'embauches des grandes entreprises.

Aujourd'hui du côté des autorités nationales, on assiste à des efforts allant dans le sens de la promotion de l'entrepreneuriat. Une multiplicité de positionnements vis-à-vis de l'entrepreneuriat et de la manière de le promouvoir existe sur le continent au-delà des efforts uniformes des bailleurs multilatéraux. Dans plusieurs pays d'Afrique, il y a la coexistence d'un grand nombre de dispositifs locaux d'appui à l'entrepreneuriat. Dans d'autres pays les réformes sont d'avantage axées sur l'évolution du cadre juridique et réglementaire (BAD, OCDE et PNUD, 2017). Dans ce sens, le Sénégal s'est récemment doté d'une agence nationale de promotion de l'entrepreneuriat dénommée la DER qui est la délégation à l'entrepreneuriat rapide (Berrou et al. 2021). Ici, l'action des structures publiques est souvent complétée par des ONG et d'autres parties prenantes informelles.

Si, au final, la réussite entrepreneuriale devient aussi problématique dans ce contexte, il convient d'abord de souligner que la plupart des entrepreneurs, dans les pays en développement, souffrent de problème d'accès au financement (Cailloux et al. 2014) bien qu'il existe diverses sources de financement (Pierce et Snyder, 2017). S'il en est ainsi, c'est parce que beaucoup d'activités entrepreneuriales ont un caractère informel et manquent de garanties. Ce qui limite fortement l'accès à l'offre de crédit.

Ensuite malgré les nombreuses recherches sur l'entrepreneuriat, peu se sont intéressées aux cas atypiques. Simen et al. (2015) ont relevé deux obstacles qui affectent le développement de l'entrepreneuriat au Sénégal. Il s'agit de l'environnement institutionnel, qui est souvent perçu comme contraignant et la concurrence des grandes entreprises qui laissent peu de marge

de manœuvre aux petites entreprises. A cela, s'ajoute l'insuffisance des politiques qui favorisent le dynamisme entrepreneurial.

Enfin, selon Malou (2028) le caractère informel de beaucoup d'activité participe à accroître l'asymétrie d'information entre les entrepreneurs et les institutions de financements classiques. Ce qui fait que s'il arrive que les Etats et les ONG octroient des subventions et des financements c'est avec beaucoup de difficultés qu'ils arrivent à les obtenir, sans compter sur leur caractère aléatoire. Face à ces nombreuses contraintes, la famille ou les guides religieux deviennent parfois une option pour les entrepreneurs d'accéder au financement (Ndione et al, 2020). C'est fort de ce constat que nous nous intéressons à la question de recherche suivante :

Quel est le rôle réel des acteurs socio-culturels dans le développement de l'entrepreneuriat au Sénégal ?

Questions spécifiques :

- Quelle est l'importance des acteurs socio-culturels sur le développement de l'entrepreneuriat ?
- Quelles sont les acteurs qui financent l'activité des entrepreneurs ?

Le choix du Sénégal se justifie par la place importante qu'occupent la culture et la religion dans l'entrepreneuriat, ce qui lui donne un caractère atypique. Au-delà du rôle de l'Etat, des acteurs religieux et culturels interviennent en grande partie dans l'économie du Sénégal. Ce qui se traduit par un environnement des affaires propice à l'émergence d'une identité et d'un fort dynamisme entrepreneurial (Baughn et al, 2003). C'est un pays qui se caractérise aussi par un climat social paisible qui se manifeste par une forte cohésion sociale.

L'objectif général de notre travail de recherche est de montrer l'impact des acteurs socio-culturels c'est à dire **les familles, l'entourage et les acteurs religieux** sur le développement des activités entrepreneuriales.

Objectifs spécifiques :

- Montrer l'apport que les acteurs socio-culturels ont sur l'activité des entrepreneurs.
- Montrer qui est le principal financeur de l'activité des entrepreneurs.

Le plan de l'étude est composé de deux parties qui seront structurées comme suit : la première partie est relative à l'approche conceptuelle et à la revue critique de la littérature. Elle comprend deux chapitres. Le premier sera consacré à la définition des concepts et à la littérature théorique. Le deuxième abordera le cadre contextuel de l'entrepreneuriat dans les pays en

développement puis au Sénégal. La deuxième partie sera consacrée à l'approche empirique et sera constituée de deux chapitres. Le premier abordera la méthodologie de la recherche et le deuxième sera consacré à la présentation des résultats obtenus et à la discussion.

PARTIE 1 : CADRE THEORIQUE ET CONCEPTUEL



CHAPITRE 1 : DEFINITION DE L'ENTREPRENEURIAT

Introduction

Nombreux sont les auteurs qui ont abordé la définition de l'entrepreneuriat. Il faut dire que l'entrepreneuriat est un phénomène complexe. Cependant beaucoup d'auteurs abordent l'entrepreneuriat à partir de l'acte d'entreprendre initié par un acteur principal (Bruyat 2000). Dans ce chapitre nous allons d'abord essayer de définir l'entrepreneuriat du point de vue de plusieurs auteurs. Nous porterons donc notre attention sur quelques approches principales de la notion d'entrepreneur et ses applications dans des situations différentes. Pour ce faire nous allons partir de « l'entrepreneur classique » étudié par les économistes, les psychologues et les gestionnaires, nous aboutirons à l'analyse des nouvelles formes organisationnelles et les théories mobilisées et compte tenu de leurs rapports avec notre travail privilégiant le comportement entrepreneurial au Sénégal.

Section 1 : Définition conceptuelle

L'entrepreneuriat est un phénomène qui existe depuis longtemps. Mais dans la littérature trois approches sont fréquemment citées pour expliquer le champ de l'entrepreneuriat. D'abord, la conception de Gartner (1985 b) considère l'entrepreneuriat comme un processus conduisant à l'émergence d'une organisation par la mobilisation des ressources et des compétences afin de concrétiser une opportunité. En d'autres termes, cette conception étudie la naissance de nouvelles organisations et leurs processus de concrétisation.

Ensuite, la conception de Bruyat (1993) se base sur la dialogique individu/création de valeur, « l'entrepreneur ne peut se définir qu'en référence à un objet (création de valeur), objet dont il fait partie, dont il est lui-même la source et dont il est le résultat », c'est-à-dire que le résultat (la création de l'entreprise par exemple) est indissociable du sujet (équipe entrepreneuriale par exemple). Pour cet auteur, l'individu est une condition nécessaire pour la création de valeur. Cela ne nous empêche pas de dire qu'un ensemble d'individus peut être nécessaire pour la création de valeur.

Enfin, nous pouvons citer la conception de Shane et Venkataraman (2000) qui définissent l'entrepreneuriat comme un « processus par lequel, des opportunités à créer des produits et des services futurs sont découvertes, évaluées et exploitées. ».

Nous considérons que ces trois conceptions sont complémentaires. Car pour aboutir à l'émergence d'une organisation, il est nécessaire de favoriser la création de la valeur. Et pour y arriver il est fondamental de pouvoir identifier des opportunités.

1.1 La notion d'entrepreneur selon les économistes

Pour Cantillon (1755) et Say (1803), l'entrepreneur est un preneur de risque puisqu'il investit son argent. Cantillon (cité par Fillion, 1997) précise que l'entrepreneur achète (champ de l'entrepreneuriat, historique, évolution, tendances) une matière première à un prix certain pour la transformer et la revendre à un prix incertain. C'est donc quelqu'un qui sait saisir une opportunité en vue de réaliser un profit, mais qui doit en assurer les risques. Say (1823), fera une différence entre l'entrepreneur et le capitaliste et associera le premier nommé à l'innovation en le voyant comme un agent de changement.

Schumpeter (1928 cité par Mercier (2014)), à son tour, insistera sur l'aspect fortement innovateur de l'entrepreneur : « l'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la perception et l'exploitation de nouvelles opportunités dans le domaine de l'entreprise... ». De nouvelles combinaisons de ressources lui permettent de mettre en œuvre et réaliser ses idées. Il démontre que l'entrepreneur participe de façon très importante au développement économique.

1.2 Selon les psychologues et spécialistes du comportement humain

Les travaux de David C. Mc Clelland (1961) ont essayé de faire comprendre le système de valeurs et les motivations de l'entrepreneur. Mc Clelland (1961) a révélé deux dimensions essentielles qui détermineraient un comportement d'entrepreneur : le besoin d'accomplissement et le besoin de puissance. Le besoin d'accomplissement pousse un individu à être responsable de la solution de ses problèmes et en conséquence à se fixer lui-même les objectifs aptes à l'épanouir. Le besoin de puissance, moins étudié, passerait par une volonté plus ou moins explicite d'occuper une place prédominante dans un système.

Michel Palmer (1987) indique que les personnes ayant un fort besoin d'accomplissement comparées à celles qui ont une faible motivation sur ce plan, sont caractérisées par la préférence pour des tâches présentant un risque qui les implique, un travail plus dense dans des occupations qui requièrent une certaine force mentale.

Meyer Friedman et Ray H. Roseman (1974) reprennent en partie des positions de Mac Clelland en isolant le « facteur A » propice à la création d'entreprises : le facteur A est « un ensemble complexe d'actions et d'émotions qui peut être observé chez toute personne vivant de façon constante et agressive un combat personnel pour réaliser de plus en plus de choses en moins en moins de temps » (Organisations.2002).

Dans une étude de 1992 « Faire le pas, recherche sur les créateurs d'entreprises » Paul Rasse et Denis Parisot font apparaître trois valeurs clés que nous retrouvons souvent à la lumière

de l'observation pratique au sein du Centre des Entrepreneurs d'E.M.LYON :

- Volonté de s'exprimer et de se réaliser ;
- Besoin d'indépendance et de liberté ;
- Le goût d'entreprendre et de diriger.

L'entrepreneur est dans la réalité un réalisateur de projets qui recherche en permanence de nouvelles pistes de développement. Il privilégiera, pour ce faire, le leadership, le pouvoir de contrôle et la prise de risque. Selon Brockhaus et Horwitz (1986), « les individus qui ne croient pas en leur possibilité de contrôle, de faire évoluer l'environnement par leurs propres actions ne peuvent pas assurer le risque lié à la création d'une entreprise ».

Ainsi, il apparaît généralement, chez les porteurs de projet, des caractéristiques psychologiques, qui se manifestent à travers des situations qui peuvent procurer la sensation de s'accomplir, la non motivation par la seule récompense financière, l'obtention de meilleurs résultats dans les situations permettant une évaluation positive et précise et enfin une tendance à penser long terme.

En somme, selon Fillion (1997, cité par Miliani, 2016) l'entrepreneur, homme social, est un produit de son milieu. Plusieurs auteurs ont montré que les entrepreneurs reflètent les caractéristiques du temps et du lieu où ils ont évolué (Ellis 1983, Gibb et Ritchie 1981). En ce sens, les cultures, les besoins, les habitudes d'une région façonnent les comportements. Les « gestionnaires » viendront compléter l'approche par les traits qui est centrée sur l'individu entrepreneur. Cette vision vient en intégrant l'environnement et surtout l'organisation.

1.3 Les gestionnaires

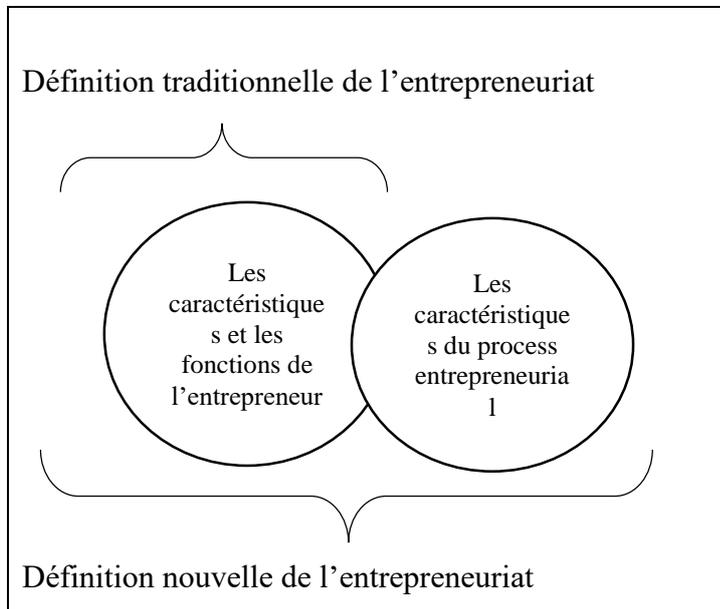
Dans un article publié en 1989 (what is an entrepreneur ? is the wrong question), Gartner conscient de l'insuffisance de l'approche par les traits, se propose d'étudier ce que fait l'entrepreneur et met l'accent sur la création d'une organisation, résultat de multiples influences intervenant dans un processus complexe. « La recherche sur l'entrepreneur devrait se focaliser sur ce que fait l'entrepreneur et non ce qu'il est ». Dans cette ligne, Bygrave (1989) puis Bygrave et Hofer (1991) proposent une définition finale (c) fondée sur deux préalables (a et b).

- a) Un événement entrepreneurial entraîne la création d'une nouvelle organisation pour l'exploiter ;
- b) Le process entrepreneurial comprend toutes les fonctions, activités et actions inhérentes à la perception d'opportunités et à la création d'organisations pour les exploiter.
- c) Un entrepreneur est quelqu'un qui perçoit une opportunité et qui crée une organisation pour

l'exploiter (Organisations 2002).

Cette évolution a été ainsi représentée par la figure ci-dessous :

Figure 1 : Définition de l'entrepreneuriat selon Bygrave et Hofer, 1991



Source : Organisations 2002

Pour Michel Coster et Hugues Silvestre (2002), le phénomène entrepreneurial s'articule autour de trois dimensions dominantes, l'entrepreneur, l'acte d'entreprendre et l'entreprise, chacune d'entre elles étant structurée par des logiques de fonctionnement débouchant sur des comportements et des actions permettant au système d'atteindre son équilibre et son efficacité. Comme le montre le tableau n°1.

Tableau n° 1 : le phénomène entrepreneurial (Coster et Sylvestre, 2002)

Système entrepreneurial	Entrepreneur	L'acte d'entreprendre	L'entreprise
Comportements	Adéquation homme / projet	Ajustements interindividuels et intergroupes	Construction de l'avantage concurrentiel
Logique	Personnelle Economique	Intérêts catégoriels - Personnes - Groupes	Pouvoir de marché

Source : Organisations 2002

Selon ces auteurs, l'entrepreneur est au cœur du phénomène entrepreneurial et sa volonté d'entreprendre repose sur l'envie d'imaginer, de réaliser et de développer un projet en disposant d'une marge de manœuvre maximum pour mettre en œuvre sa "vision du monde" dans le système de valeurs qui est le sien. La diversité des approches et la multitude des définitions ne participent pas à la stabilité du domaine de recherche de l'entrepreneuriat. Selon Fayolle (2002), « *l'entrepreneuriat, en tant que domaine de recherche, se trouve à un carrefour. Il nous semble que le développement scientifique de ce champ ne peut se poursuivre qu'à partir d'une vision commune et d'un large accord sur un corpus de connaissances, de théories produites, des perspectives et des méthodes de recherche utilisées* » (Fayolle, 2002, p. 1).

Section 2 : Théories mobilisées

2.1 Théorie de l'agence

La réussite de l'activité entrepreneuriale est appuyée par l'intervention des acteurs informels. Elle se traduit au Sénégal par des acteurs socio-culturels qui jouent un rôle très important dans le développement de l'entrepreneuriat. Ils interviennent dans plusieurs étapes du cycle de développement de l'activité des entrepreneurs. Pour ce travail les acteurs socio-culturels concernent en l'occurrence : les familles des entrepreneurs, leurs entourages et les guides religieux. Dans suite de notre travail, la théorie de l'agence nous aidera à distinguer parmi les entrepreneurs ceux qui sont propriétaires d'entreprise de ceux qui sont des associés des employés afin qu'on puisse se préparer à d'éventuels conflits d'intérêt.

La séparation entre propriétaires et dirigeants est à l'origine du problème de l'atténuation des droits par un manque de moyens des propriétaires à inciter les dirigeants à agir dans un sens plus conforme à leur exigence ou des coûts à supporter pour contrôler et corriger les dérives (Jensen et Meckling, 1976 ; Fama et Jensen ; 1983). Ces problèmes sont liés au fait que chacun (dirigeant ou propriétaire) ne cherche qu'à satisfaire ses propres intérêts. C'est ainsi qu'ils seront donc au cœur de la théorie de l'agence.

La dénomination de la théorie, qu'on peut attribuer à S.A. Ross (1973, 1974), est liée à la définition que celui-ci donne de la relation d'agence : « On dira qu'une relation d'agence s'est créée entre deux (ou plusieurs parties) lorsqu'une de ces deux parties, désignée comme l'agent, agit soit de la part, soit comme représentant de l'autre, désignée comme le principal, dans un domaine décisionnel particulier ». Cette définition est très proche de la définition retenue par JENSEN et MECKLING (1976) qui définissent la relation d'agence comme « un contrat par lequel un ou plusieurs individus (le principal) ont recours au service d'une autre

personne (agent) afin d'accomplir à son nom une tâche quelconque ».

Ce service implique donc une délégation de la prise de décision du principal à l'agent. La relation d'agence, dans cette représentation, ne concerne que deux personnes, l'une d'elle, le principal (ou le mandant), délègue un droit décisionnel à l'autre, l'agent (ou le mandataire).

L'idée qui sous-tend cette théorie est d'une simplicité extrême. Car elle est à la base, par exemple, de l'analyse de la relation entre les actionnaires (supposés agir comme un principal unique) et le dirigeant (l'agent), de celle existant entre l'employeur et l'employé ou encore, de celle qui lie le producteur au distributeur. En raison des divergences d'intérêts entre individus ou organisations, les relations de coopération s'accompagnent nécessairement de conflits inducteurs de coûts qui réduisent les gains potentiels issus de la coopération (Charreaux, 1998).

Cette relation soutient que le principal délègue la décision et l'action à l'agent qui agit au nom du principal ; le problème, vu sous l'aspect normatif, est de trouver un mécanisme incitatif qui incite l'agent à choisir l'action optimale du point de vue du principal, c'est-à-dire qui maximise l'utilité de ce dernier après prise en compte de la rémunération de l'agent. Selon Hart et Holmstrom, (1987), cette maximisation se fait sous deux contraintes :

- que l'utilité de l'agent qui dépend de l'action choisie via le mécanisme incitatif et du coût de l'action soit supérieure à son niveau d'utilité de réservation, qui peut être assimilé à la rémunération qu'il pourrait obtenir par ailleurs (sur le marché) en offrant ses services.
- que l'action choisie soit effectivement la meilleure pour le principal.

En explorant la théorie de l'agence dans le contexte de l'entreprise, Jensen et Meckling (1976), compte tenu des pertes engendrées par les conflits d'intérêts qui émergent entre les parties impliquées, supposent que ces parties elles-mêmes ont une incitation poussée pour la minimisation des coûts d'agence. Les chercheurs stipulent que les coûts d'agence n'ont pas lieu d'exister ou doivent être insignifiants puisque les dirigeants et les actionnaires sont supposés avoir les mêmes intérêts et que la propriété et le management ne sont pas séparés (Jensen et Meckling, 1976 ; Fama et Jensen, 1983, Ang et al. 2000).

2.2 Théorie de la partie prenante

L'activité entrepreneuriale au Sénégal prend en compte à la fois des dimensions individuelles et contextuelles pour expliquer le cheminement des entrepreneurs (Chabaud et Ngijol, 2005 ; Lent et al. 2002 cité par Audretsch, 2006). Le caractère informel de l'économie

fait qu'au Sénégal c'est des acteurs informels qui aident les entrepreneurs dans le développement de leurs activités. La théorie des parties prenantes nous permettra dans la suite de notre travail de distinguer les différents intervenants dans l'activité entrepreneuriale du Sénégal.

Selon Freeman (1984), le terme « partie prenante » a été employé pour la première fois en 1963 lors d'une communication au sein du Stanford Research Institute. Il se traduit par le concept Stakeholder qui signifie également (partie intéressée ou « ayant droit»). Sa création provient d'une manipulation du terme de « Stockholder » qui désigne l'actionnaire afin d'indiquer que d'autres parties ont un intérêt dans l'entreprise. La TPP cherche donc à se substituer à la vision traditionnelle de l'entreprise, dénommée « Stockholder Theory », qui postule que les dirigeants ont l'obligation fiduciaire d'agir exclusivement selon les intérêts de leurs actionnaires.

Dodd (1932) et Barnard (1938) peuvent être considérés comme des pionniers de la TPP. Car bien avant l'utilisation du terme partie prenante ils avaient émis l'idée selon laquelle l'entreprise doit équilibrer les intérêts des différents participants pour maintenir leur coopération nécessaire. Selon Hummels (1998) dès les années trente, Sears et Johnson puis Johnson avaient déjà commencé à réfléchir les principaux groupes qui participent au fonctionnement des grandes entreprises américaines telles que General Electric. Ils avaient décelé quatre parties prenantes : les clients, les employés, la communauté et les actionnaires (Mercier, 2014).

La TPP analyse les relations nouées entre l'entreprise et son environnement entendu au sens large. Elle a d'abord été mobilisée en management stratégique par Freeman et Martinet, (1984) avant de devenir incontournable dans les réflexions centrées sur les systèmes de gouvernance des entreprises (Charreaux et Desbrières, 1998). La TPP est surtout devenue l'une des références théoriques dominantes dans l'abondante littérature portant sur l'éthique organisationnelle et la responsabilité sociale de l'entreprise grâce à la réflexion intense sur le concept de Stakeholder.

La TPP vise aussi (et surtout) à identifier ce qui fonde la légitimité d'une partie prenante, d'un point de vue normatif. Selon DiMaggio et Powell (1983), la reconnaissance du statut de partie prenante à une entité s'appuie largement sur un processus d'analyse du caractère légitime de cette entité. La légitimité de ce statut est perçue dans le sens « stratégique » et sociologique de la société au sein de laquelle agit l'entreprise mais aussi des pratiques considérées comme légitimes au sein du champ organisationnel où se situe l'entreprise. De nombreux chercheurs

se sont mobilisés pour justifier, d'un point de vue éthique, la nécessaire intégration des parties prenantes.

Selon Phillips et al. (2003), la notion de partie prenante n'a pas le même sens pour tous les auteurs. Les conceptions les plus larges de la notion de partie prenante semblent poser des problèmes, soulevés par exemple par Orts et Strudler (2002) et de façon plus radicale par Jensen (2002) ou Sternberg (2001). Elle désigne n'importe qui pourrait revendiquer un intérêt dans une organisation (Mercier, 2019).

Hill et Jones (1992) et Clarkson (1995) sont partisans d'une acception plus étroite du concept de SH. Ainsi, Clarkson (p. 106) distingue les parties prenantes volontaires (ou primaires) et involontaires (ou secondaires) selon qu'ils acceptent ou qu'ils soient exposés à un certain risque en nouant une relation avec l'entreprise. Donaldson et Preston (1995) abordent la TPP dans une optique descriptive. Selon eux, l'entreprise est appréhendée comme une constellation d'intérêts coopératifs et concurrents entre les parties prenantes. Comme le confirment Post et al. (2002 cités par Mercier, S. (2019)) qui pensent que l'entreprise est vue comme le centre d'un réseau d'intérêts avec des participants interdépendants.

Les parties prenantes sont abordées comme des facteurs permettant à l'entreprise de réaliser ses objectifs et donc aux dirigeants de satisfaire leurs obligations fiduciaires vis-à-vis des actionnaires Jones et Wicks (1999) et Andriof et Waddock (2002). Dans une optique contractuelle, Jones (1995) indique que les firmes qui contractent avec leurs parties prenantes sur la base de la coopération et de la confiance mutuelle s'octroient un avantage concurrentiel sur celles qui ne le font pas.

2.2 Théorie d'asymétrie information

De nombreux travaux ont montré qu'au Sénégal, les entrepreneurs sont confrontés à d'énormes difficultés dans le développement de leurs activités. Selon Cailloux et al. (2014), ces difficultés sont liées à l'accès aux financements classiques. Mais selon R, Malou (2018) les difficultés sont liées à l'asymétrie d'information entre les agents à besoin de financement et les agents à capacité de financement. Dans notre travail l'asymétrie d'information sera analysée dans un contexte compris entre les entrepreneurs et les institutions de financement. Autrement dit on essayera d'analyser le niveau d'information entre les entrepreneurs et les institutions de financements classiques.

Le fondement de cette théorie a été posé par Akerlof (1970) à travers les voitures

d'occasion de mauvaise qualité qu'il appelle « lemons ». Il base son analyse sur le fonctionnement d'un marché avec des biens hétérogènes de qualité moyenne non observable. Le marché est caractérisé par une asymétrie d'information entre vendeur et acheteur. Selon Belloc (1986), les vendeurs connaissent la qualité des produits qu'ils proposent tandis que les acheteurs non. Ces derniers n'ont que des anticipations sur le niveau de qualité des produits qu'ils achètent. Par contre selon Akerlof (1970) c'est le prix qui informe les acheteurs sur le niveau de qualité du bien considéré.

Le marché est censé traduire parfaitement la valeur des biens, hormis les effets déstabilisants de court terme de pénurie ou d'abondance. De ce fait, la connaissance sur les propriétés des objets est censée être partagée par l'acheteur et le vendeur. Selon (Marx [1867] 1985, p. 365) « tout acheteur est censé posséder une connaissance encyclopédique des marchandises ». Un certain nombre de travaux ont tenté de montrer en quoi une asymétrie d'information modifie la prise d'une décision de politique commerciale, et si notamment, les agents qui disposent de cette information privée, peuvent manipuler, à leur bénéfice, les agents non pourvus de la même information (Bouët, 2005).

St Thomas d'Aquin (1266) et (1273) aborde l'asymétrie d'information en se basant sur la question de la fraude. Il base son analyse sur le concept de défaut, défini comme une qualité propre manquant à une chose vendue. Il se place ici du côté du vendeur expert (et de l'acheteur moins informé), et distingue trois types de défauts : le premier est lié à la substance du bien qui perd ses propriétés prétendues (par exemple, le vin mélangé avec l'eau) ; le deuxième est lié à la quantité (par exemple, la falsification des mesures de poids) ; le troisième concerne une vente de bien dont la qualité n'est pas altérée (comme pour le premier défaut) mais que le vendeur prétend doté d'une meilleure qualité qu'il n'a en réalité. Cette analyse nous a permis de mettre en exergue deux types d'asymétrie d'information quant à la qualité des biens qui ne sont pas toujours bien distingués dans la littérature contemporaine.

Selon Alsberg (1931) et Chamberlain (1953b) le premier concerne une modification de la substance du bien qui perd ses prétendues propriétés. Le produit est alors une variable manipulable par le producteur, qui cherche à diminuer ses coûts de production et augmenter sa marge bénéficiaire. Il produit et vend un produit qui n'a pas réellement la pureté requise compte tenu de la connaissance imparfaite des acheteurs. Ces derniers ne sont pas avisés sur l'altération des propriétés du produit, et pensent acheter un bien « pur ». Il s'agit de l'asymétrie substantielle.

Le deuxième concerne l'asymétrie formelle et renvoie à la configuration d'Akerlof (1970) et de Klein et Leffler (1981). Ici, l'asymétrie ne provient pas d'une altération du produit,

mais d'une qualification fallacieuse du bien. Certains vendeurs font passer des biens de mauvaise qualité pour des biens de bonne qualité et dans ce cas les mauvais produits chassent les bons. Ce qui fait que selon Akerlof (1970, cité par (Lupton, 2009)) les produits de bonne qualité ne seront plus présents sur le marché.

Bonroy (2002), introduit l'hypothèse d'asymétrie d'information dans la théorie du protectionnisme. Car il pense que ça permet de mettre en exergue des équilibres sous-optimaux en matière de politique commerciale. Pour lui, l'information dont a besoin un gouvernement national pour mettre en place sa politique commerciale est une information privée. Dès lors, l'agent informé peut manipuler à son avantage l'agent non informé. Car selon Brainard et Martimort (1997) une information privée détenue par une firme modifie la prise de décision politique.

Selon Diamond et Didvid (1986 Mercier (2019)), le rôle de la banque est de réduire les asymétries d'information. Ils développent que les déposants confient leur argent aux banques pour qu'elles surveillent les emprunteurs. Selon (Schumpeter cité par Diamond (1984)), en cas d'asymétrie d'information, il est important pour les prêteurs de connaître l'utilisation effective des fonds par les emprunteurs. Car cela peut leur permettre d'avoir une image claire sur la situation. Par contre selon Artus (1990b), en l'absence d'information sur l'allocation prêtée, les emprunteurs peuvent toujours avancer la thèse de la faillite pour ne pas rembourser.

Conclusion

Ce chapitre est consacré à la définition de l'entrepreneuriat. Dans ce chapitre nous avons essayé de parler de l'entrepreneuriat à travers la conception de plusieurs auteurs. Puis pour assoir notre travail de recherche nous avons mobilisé un certain nombre de théorie.

CHAPITRE 2 : ENTREPRENEURIAT DANS DIFFERENT CONTEXTE

Introduction

Selon certains auteurs, le rôle que joue l'entrepreneuriat dans les pays en développement diffère de celui qu'il joue dans les pays développés (Stam et van Stel 2009). Selon Rodrik (2007) dans les pays industrialisés, les entrepreneurs se concentrent sur l'innovation et la recherche développement. Tandis que dans les pays en développement, ils fabriquent des produits destinés avant tout au marché local à un prix inférieur aux produits du marché mondial. Ce qui fait que jusqu'à présent l'entrepreneuriat n'a pas encore joué pleinement son rôle dans la croissance du continent africain. Car selon Prodi (2002 cité par Afrique (2020)), si les déficiences dans le domaine de l'entrepreneuriat étaient prises au sérieux, elles pourraient être des éléments déterminant pour le développement.

Dans ce chapitre nous essaierons d'aborder l'entrepreneuriat dans différents contextes. Compte tenu de l'inégal niveau de développement des pays du monde et les différents niveaux de croissance économique, nous allons aborder l'entrepreneuriat dans le contexte des pays développés et en développement. Puis nous aborderons l'entrepreneuriat au Sénégal.

Section 1 : Entrepreneuriat dans les pays développés et en développement

Les Etats et les instances mondiales conçoivent l'entrepreneuriat comme un moyen utile qui permet de répondre aux enjeux des crises économiques successives. C'est la raison pour laquelle des discours faisant la promotion de l'entrepreneuriat sous toutes ses formes émergent de partout, invitant les individus « désavantagés » à prendre leurs responsabilités et leurs destins en main. Selon la banque mondiale (BM) et le fond monétaire international (FMI), l'entrepreneuriat est destiné à promouvoir l'emploi des jeunes, l'insertion professionnelle des catégories discriminées sur le marché du travail. Les promesses dont l'entrepreneuriat est porteur doivent être mises à l'initiative afin qu'elles soient de potentiels solutions aux problèmes que rencontre une partie de la population.

Selon Asli et El Manzani (2015), l'entrepreneuriat engendre un processus pédagogique qui vise à encourager les activités entrepreneuriales. Ce processus cherche à développer des compétences et des attitudes à entreprendre dans le but de promouvoir et de développer chez les jeunes le sens de l'initiative, de la créativité, de l'autonomie et du travail. Si le rôle que joue l'entrepreneuriat est de plus en plus reconnu dans les politiques nationales (politiques de développement économique etc.), la définition et la mise en œuvre de programmes adaptés restent limitées.

Le discours visant la promotion de l'entrepreneuriat doit être contextualiser au regard des intérêts économiques et politiques locaux. Pour cela, il est important de renforcer dans le continent africain les bailleurs multilatéraux, et les politiques de soutien vis-à-vis de l'entrepreneuriat. Car si les déficiences dans le domaine de l'entrepreneuriat parvenaient à être prises au sérieux, ce domaine pourrait devenir le facteur clé pour l'amélioration de la croissance et de la productivité des économies africaines Prodi (2002).

Fauré (1992) insistent sur l'idée selon laquelle l'essentielle de la croissance économique de l'Afrique pouvait provenir du secteur. Durant les années 1980 jusqu'au début des années 1990, la vague néolibérale des programmes d'ajustement structurel (PAS) avait donné plus d'importance aux initiatives privées et un environnement dans lequel les activités formelles et informelles sont très présentes (De Soto, 1986 cité par Fauré (1992)). De ce fait, le rôle de l'entrepreneuriat dans l'économie a changé radicalement au cours du dernier demi-siècle.

1.1 Impact sur le plan économique

Certains affirment que l'entrepreneuriat encourage la croissance économique, tandis que d'autres estiment que le développement économique encourage l'entrepreneuriat (Kilele, 2011). Mais selon Minniti, (2005) l'entrepreneur est à l'origine de la croissance économique parce qu'il crée non intentionnellement un réseau d'externalités qui favorise la création de nouvelles idées et la formation de nouveaux marchés. En plus d'introduire sur le marché des innovations, les entrepreneurs créent aussi des opportunités qui permettront à d'autres de profiter de leurs découvertes et de leurs innovations. Ce processus d'innovation permanent engendre un changement technologique propice à la croissance économique (Afrique, 2011).

Selon Adebayo et Nassar (2014), l'entrepreneuriat se voit être un moteur économique majeur qui permet de lutter contre la pauvreté et de mieux répartir la richesse tant dans les pays développés que dans ceux en développement. L'entrepreneuriat participe de manière très significative à l'évolution du système économique et à l'innovation.

Dans les pays en développement, l'entrepreneuriat de nécessité constitue un élément incontournable pour relever le défis que constitue le chômage (Reynolds et al. 2001 ; Wennekers et al. 2005 ; Acs, 2006 cités par Ndione et Diouf (2020)) en développant la créativité et la naissance d'entreprise, réduisant les allocations de chômage.

Pour Sternberg (2011), les entrepreneurs, aussi minoritaires soient-ils, réussissent la plupart du temps et créent néanmoins une contribution positive dans l'économie. Car ils innovent, créent de l'emploi, exportent et développent la culture entrepreneuriale des pays. Ils sont souvent habiles à exploiter plus efficacement leur réseau social pour réunir du capital mais aussi ils possèdent une bonne capacité de gestion.

Par contre, dans les économies en développement, la plupart, des emplois sont générés par le secteur informel qui joue un rôle prédominant dans la création de richesse nationale. Il demeure largement méconnu des chercheurs et négligé par les politiques, voire perçu négativement. Dans les pays développés, les entrepreneurs créent principalement dans l'économie formelle. Cela explique le fait que la plupart des études dans le monde se sont d'abord intéressées à l'entrepreneuriat formel. Pendant ce temps, dans les pays en développement les programmes formels d'emploi des jeunes ne donnent pas les résultats escomptés (Banque mondiale, 2017). Ici, l'entrepreneuriat ou la micro entreprise est plus intense dans le secteur informel. Il regroupe une part importante des activités économiques qui peuvent résorber le problème d'accès à l'emploi dans ces économies en situation de rareté de l'emploi formel.

Selon Haile (2003), les principales équations à résoudre dans les pays en voie de développement sont le chômage et le sous-emploi. Il faut noter qu'en Afrique une part très importante de la population vit en dessous du seuil de la pauvreté. En effet, plus de 140 millions (Nene Oumou Deffa et al. 2014) de personnes sont des travailleurs à faible revenu qui n'ont pas les moyens de subvenir de façon durable aux besoins de leurs familles (Nene Oumou Deffa et al., 2014).

Compte tenu de la situation démographique qui sévit dans les pays en développement et le chômage grandissant des jeunes, l'entrepreneuriat devient une des solutions cruciales capable d'avoir des retombées positives multiples. Car les économies en développement ne sont plus en mesure d'offrir des opportunités d'emplois décentes aux jeunes qui se portent chaque année sur le marché du travail. De ce fait, l'enjeu de la « création d'entreprise » émerge de manière concomitante en Afrique (Larcher, 2021).

De nombreux travaux reconnaissent que l'entrepreneuriat africain a une importance non négligeable dans le développement du continent. Il est ainsi perçu comme un moteur du développement social et économique (Audretsch et Audretsch, 2006). Pour Severino et Hajdenberg (2016) ces entrepreneurs ne sont rien d'autre que ceux qui construisent l'histoire économique et sociale du continent aujourd'hui.

1.2 Impact sur le plan social

Dans les pays africains, de nombreux travaux ont montré le faible développement de l'esprit d'entreprise ou de la culture entrepreneuriale (Bourgoin, 1984; Ponson, 1990 ; Hénault et M'Rabet, 1990). Selon Sombart (1932) le fait qui régit l'économie africain est la dépense ou la subsistance. Ce qui fait que l'investissement sur l'entrepreneuriat devient compromis. Car ce dernier est un détour de production évitant une consommation immédiate. Traoré (1990 cité par Afrique (2011)) met l'accent sur les insuffisances des politiques publiques (programme de soutien, financement...).

D'autres auteurs insistent sur les traits culturels. Car ils considèrent que la culture des affaires est beaucoup plus forte en Afrique que la culture pour l'entreprise. L'ensemble ces raisons qui viennent d'être soulignées par ces différents auteurs, fait que la sensibilisation à l'entrepreneuriat revêt d'un caractère fondamental et que des efforts restent à faire dans la promotion de l'entrepreneuriat dans les pays en développement et particulièrement dans les pays africains, (Dia 2011).

Selon Block et Wagner (2010 cité par (Dia 2011)), l'entrepreneuriat participe à la réinsertion des employés ayant perdu leur salaire. D'autres auteurs pensent que l'activité entrepreneuriale peut offrir une issue qui permet aux femmes ou aux immigrants d'échapper à la discrimination subies (Clark et Drinkwater, 2000 ; Hammarstedt, 2001 ; Claret et Ruane, 2010).

Cependant, dans un contexte plus spécifique, le Sénégal doit faire face à la pauvreté d'une partie importante de sa population. Il doit dès lors définir et mettre en œuvre des politiques économiques favorables au plus grand nombre et éviter de laisser se creuser les inégalités. Le pays connaît une croissance démographique élevée. Cette croissance ainsi que l'appauvrissement de la population rurale (la plus vulnérable) entraînent un exode rural important et un afflux de population dans les villes. Les milliers de jeunes qui arrivent chaque année sur le marché du travail, en particulier dans les villes, sont en demande d'insertion professionnelle. Cette demande est d'autant plus difficile à satisfaire que leurs exigences et leurs attentes ont évolué sous l'influence des médias.

L'offre d'ETFP formelle existante, qu'elle soit publique et privée, n'est pas en mesure d'absorber la demande émanant des jeunes. C'est dans ce sens que l'entrepreneuriat apporte un poids important, que ce soit en termes de contribution au PIB, à l'emploi et à l'insertion des jeunes à travers les MPME. De ce fait, ce sont dans ces entreprises que la majorité des jeunes

sortant du système scolaire se forment et s'insèrent. La plupart n'ont d'autre solution, pour accéder à un emploi, que d'entrer en apprentissage dans les MPME. Cet apprentissage joue un formidable rôle de formation et d'intégration sociale et professionnelle (Barlet et al., 2011).

Pour les jeunes, l'entrepreneuriat apparaît avant tout comme un moyen qui génère un bon revenu, qui garantit une certaine sécurité (contrat de travail, activité durable). Il offre parfois des perspectives de développement à long terme (c'est-à-dire qui permettent d'apprendre et d'évoluer) et qui donnent une bonne image (métiers modernes versus anciens ; métiers intellectuels versus manuels; métiers de la ville versus métiers du village ; métiers du tertiaire préférés à ceux du secteur primaire ; etc.). Concrètement l'entrepreneuriat informel offre à la grande majorité des jeunes sénégalais l'opportunité d'avoir accès à un emploi salarié (Maloney, 2004).

C'est la raison pour laquelle en Afrique, l'UA, à travers sa charte pour la jeunesse, met en place un agenda pour l'horizon 2063. Cet agenda vise à mettre en œuvre des moyens pour promouvoir l'entrepreneuriat des jeunes dans le continent et à offrir à des millions de jeunes, à travers tout le continent, des opportunités et des interventions dans les domaines clés de l'emploi par l'entrepreneuriat (*Afrique*, 2020). En Afrique, l'entrepreneuriat est une panacée pour les défis auxquels les jeunes sont confrontés. Sans aucun doute, il s'est avéré une alternative viable à l'emploi pour beaucoup dans les pays en développement. C'est pourquoi beaucoup de chercheurs cherchent à approfondir cette option.

Selon Cilliers (2018), la jeunesse est une ressource essentielle pour le continent africain. Son exploitation par le biais de la promotion de l'entrepreneuriat, peut s'avérer être un véritable atout pour les pays en développement et un moyen essentiel pour réaliser « le dividende démographique² » de l'Afrique. Selon Isenberg (2010), ces éléments peuvent favoriser la création d'emplois, le développement et la croissance des entreprises innovantes. Pour y arriver, les gouvernements doivent catalyser la promotion de l'entrepreneuriat chez les jeunes, réduire les obstacles et créer un écosystème entrepreneurial favorable. Un tel écosystème entrepreneurial pourrait inclure le capital humain, la culture entrepreneuriale et les réseaux de soutien qui interagissent en collaboration (Yassine, 2021).

² Le dividende démographique est la fenêtre d'opportunité qui s'ouvre lorsque la population en âge de travailler (entre 15 et 64 ans) d'un pays est plus importante que la population dépendante (de moins de 16 ans et de plus de 64 ans)

1.3 Impact sur le plan international

Dans les pays du Sud en général, et dans les pays africains en particulier, c'est le secteur de la micro, petite et moyenne entreprise (MPME) qui est le principal vecteur d'insertion professionnelle, notamment pour les jeunes. Or, cette réalité reste insuffisamment prise en compte dans les politiques et, surtout, dans les stratégies de développement de la formation professionnelle dont l'offre, que ce soit en termes de contenu ou de modalités, ne répond que partiellement aux besoins de compétences des MPME. La dimension entrepreneuriale, plus particulièrement, est souvent absente des formations proposées. Pourtant, la dynamique entrepreneuriale c'est-à-dire la volonté d'entreprendre et la capacité d'identifier une opportunité et de la transformer en une activité économique générant un revenu dans un contexte (économique, social, technologique, administratif et fiscal) donné est le moteur de ce secteur.

Dans tous les pays européens, les politiques publiques encouragent la création d'entreprises à travers l'entrepreneuriat pour endiguer le chômage. En effet, ils considèrent l'entrepreneuriat comme un élément vital dans une économie. Les entrepreneurs sont porteur de projet, innove et participent activement au développement économique. Ils participent à l'efficacité productive en stimulant la concurrence. Ils créent des emplois et diffusent les technologies et sont devenus des priorités pour les gouvernements (Tessier-Dargent, 2014).

Selon un rapport de l'INSEE (2012), l'entrepreneuriat se porte bien en France. Le nombre d'entreprises créées a quasiment triplé entre 2002 et 2010. Cela se justifie par une première croissance de 54 %³ entre 2002 et 2008 puis une seconde de 88 %⁴ entre 2008 et 2010. L'entrepreneuriat constitue aussi une issue favorable pour la jeunesse car il permet de s'échapper à la délinquance et de ne pas sombrer dans la dépression (Colloque de l'Association Nationale des Groupements de Créateurs (2013)).

Dans certains pays occidentaux, les indicateurs sont au rouge : les politiques publiques à destination des populations défavorisées sont nombreuses, coûteuses mais inefficaces, chômage élevé et le marché du travail dérégulé. Selon Mandják et al. (2011), l'ensemble de ces éléments font des entrepreneurs de véritables héros. La Commission Européenne souligne ainsi son objectif de promouvoir l'entrepreneuriat auprès de publics spécifiques. Chez les femmes, les seniors, les migrants et les personnes au chômage, l'entrepreneuriat apparaît comme « une précieuse opportunité d'inclusion sociale » (Tessier-Dargent & Fayolle, 2016).

³ INSEE (2012)

⁴ INSEE (2012)

Si on se réfère aux études effectuées par le GEM⁵ en ce qui concerne la création d'entreprise. L'indicateur nommé taux d'entrée (qui mesure le nombre de SARL créé, pour 1000 individus en âge de travailler (15-64 ans)), entre 2004 et 2009 pour 1000 individus, en moyenne dans les pays industrialisés quatre SARL sont créées, entre une et trois en Amérique, au Caraïbes ainsi qu'en Europe et en Asie central. Cette création est de moins une dans les autres régions du monde. Le plus faible taux d'entrée est enregistré par l'Afrique subsaharienne c'est-à-dire 0,58⁶ (Klapper et Love, (2010)).

Par contre d'après les données récemment collectées sur le terrain, l'entrepreneuriat progresse petit à petit en Afrique ceci grâce au retour de certains travailleurs qualifiés dans leur pays d'origine (Afrique, 2011). A l'exemple des expatriés chinois et indiens rentrés au pays durant les années 1990 pour y créer des entreprises, des signes montrent que la diaspora des entrepreneurs africains peut contribuer à la mutation du continent. Car plusieurs rapports montrent qu'en 2010, 10 000⁷ professionnels qualifiés nigériens sont rentrés au pays. En Angola par exemple, le nombre d'individus revenus au pays tourne autour de 1000 (Forum économique mondial (2011)).

L'Afrique dispose d'exemples concrets de réussite entrepreneuriale parmi lesquelles on peut citer Aliko Dangoté qui est un entrepreneur nigérien qui réussit en Afrique. Ce dernier est parvenu à transformer une petite entreprise de négoce agricole fondée en 1977 en un conglomérat évalué aujourd'hui à des milliards de dollars. Le groupe Dangoté figure à présent parmi les plus grands producteurs de sucre et de ciment du continent. A côté, il y'a aussi Mo Ibrahim qui figure parmi l'un des entrepreneurs africains les plus prospères dans le domaine de la haute technologie. Il créa la société CELTEL après avoir passé quelques années d'expériences dans les télécommunications. Avant sa cession l'opérateur téléphonique comptait 24 millions de clients (Afrique, 2011).

Section 2 : Entrepreneuriat au Sénégal

2.1 Caractéristiques de l'entrepreneuriat Sénégalais

Au Sénégal, même si la croissance apparaît comme satisfaisante, le pays conserve une économie formelle fragile dont la croissance est en deçà du niveau nécessaire pour faire reculer

⁵ Programme de recherche créé en 1999 centré sur une estimation annuelle harmonisée de l'activité entrepreneuriale dans différents pays du monde.

⁶ (Afrique, 2011).

⁷ (Forum économique mondial (2011))

la pauvreté et ne profite malheureusement encore qu'à peu de Sénégalais. La preuve, le taux de pauvreté atteint 46,7⁸ % de la population selon les dernières estimations. Le taux de chômage est officiellement de 10,2%⁹ en 2011 sur le plan national et il est particulièrement élevé (31%¹⁰ en 2011) pour les diplômés de l'enseignement supérieur (PSE, 2014).

Le recensement général des entreprises au Sénégal montre que 99,8%¹¹ des entreprises sont des très petites et moyennes entreprises qui évoluent essentiellement dans le secteur informel et absorbent une part importante de la main d'œuvre (RGN, 2017). Le secteur informel représente et génère la plupart des emplois dans l'économie alors que le secteur formel regroupe moins de 5% des entreprises au Sénégal¹². Ce qui fait que les secteurs formels et informels entretiennent des relations et des mouvements importants. Des individus évoluant dans le formel, sur le long terme, peuvent se retrouver dans l'informel (Abate, 2016) et inversement (Nguyen et al, 2014).

Cependant, l'absence de données fiables sur le secteur informel peut expliquer pourquoi les chercheurs s'en sont moins préoccupés. Au Sénégal, l'entrepreneuriat est perçu comme le principal composant du secteur informel. Il se traduit dans une approche générale par des entrepreneurs avec un capital financier limité, souvent peu qualifiés, avec des volumes de production faibles, des revenus restreints et irréguliers, des échappatoires fiscales et/ou encore des conditions de travail souvent précaires. Néanmoins, l'entrepreneuriat est de plus en plus considéré comme un important vecteur de croissance et ceci s'explique notamment par son incidence sur l'insertion professionnelle des jeunes et la création d'emplois (Mcf & Sénégal, 2017).

❖ Les créneaux porteurs au Sénégal

L'économie sénégalaise est fortement dominée par le « secteur informel ». Il regroupe une grande majorité d'individus qui n'a pas d'autres choix que de se tourner vers les activités dites informelles que l'on appellerait ailleurs « des métiers porteurs »¹³. Au premier rang de ce secteur, on note le commerce (Barlet et al., 2011). S'il en est ainsi, c'est parce que la rationalité

⁸ Banque mondiale, (2016)

⁹ PSE, (2014)

¹⁰ PSE, (2014)

¹¹ Source : (RGN, 2017)

¹² Source : (RGN, 2017)

¹³ Il est entendu par métier porteur toute activité régulière, occupation, profession utile à la société, donnant des moyens d'existence à celui qui l'exerce et dont le contenu favorise le développement, tant d'un point économique que social.

fondée sur le réalisme consiste à faire ce qu'on sait faire le mieux et faire ce qui est plus maîtrisable et plus profitable. En l'occurrence, le commerce se justifie à bien des égards du fait des modèles de réussites économiques qui en découlent.

En effet, en dehors des nombreux avantages que procure l'informel (pas d'obligation fiscale, ni de respect du code du travail), les activités commerciales, s'effectuent la plupart du temps au travers des modalités qui consistent en diverses formes de contournement de la réglementation économique locale (Ndoffène et al., 2022). Dès lors, les marges qui en découlent liées au non-respect des obligations fiscales et aux contournements en question font qu'elles restent les activités les plus profitables dans le champ de l'économie sénégalaise.

Au-delà du commerce, le secteur du bâtiment est toujours resté l'une des locomotives de l'économie nationale marqué par une forte demande et, corrélativement, une forte croissance. A cela, s'ajoute le fait que l'alimentation constitue un besoin quotidien, fondamental et nécessaire à la reconstitution de la force de travail, et qu'en particulier dans les espaces urbains et périurbains au Sénégal, le phénomène des travailleurs sans ancrage familial se développe de plus en plus, la restauration devient ainsi une activité porteuse pour les promoteurs (Dimé, 2015). Ce secteur abrite d'autres activités pourvoyeurs d'emplois tels que la petite mécanique, l'artisanat utilitaire ou d'art.

Ces créneaux représentent les secteurs de prédilection en matière d'investissement des entrepreneurs pour leurs fortes rentabilités, rapides et à court terme. Le choix de ces créneaux d'investissement est, en grande partie, dicté par les caractéristiques de l'économie sénégalaise et la possibilité de mieux maîtriser les investissements réalisés. Ceux-ci sont perçus comme moins sujets aux incertitudes et mieux protégés que d'autres secteurs jugés plus à risque ou demandant la mise en place d'entreprises, avec ce que cela suppose comme lourdeur, frais, paperasse pour se conformer aux exigences réglementaires (Tine et al. 2017).

De plus l'essor de l'économie sénégalaise laisse entrevoir de nombreuses faiblesses et des zones d'incertitude pour l'avenir. Le secteur primaire est soumis à la volatilité de la production agricole qui risque d'influer négativement sur les résultats de la croissance. Le niveau de production varie d'une année à l'autre en fonction de la forte dépendance à des facteurs d'origine climatique. Ce secteur est par ailleurs victime d'un rendement encore relativement faible. Les machines sont rares et encore trop d'exploitations correspondent à de modestes lopins de terre destinés à nourrir la famille (PSE, 2014, p. 27).

Quant aux ressources halieutiques, elles s'avèrent en baisse et fortement liées à une pêche excessive (PSE, 2014, p 29). D'autre part, le secteur industriel voit son élan stoppé par les fréquentes coupures d'électricité (PSE, 2014, p 31). Enfin, le secteur du tourisme dont l'importante source de revenus est apportée par les quelques 836 000¹⁴ touristes en 2015 (Populationdata.net, 2015) profite surtout aux organismes de voyage et encore trop peu aux habitants (Mcf et Sénégal, 2017).

❖ Environnement entrepreneurial au Sénégal

Les entrepreneurs sénégalais subissent des pressions sociales fortes de la part de leur entourage (la famille et la communauté). Ces pressions se manifestent sous forme de sollicitations d'argent et d'embauche. Même modestes, ils doivent subvenir aux besoins d'une famille élargie pouvant regrouper plus d'une dizaine de personnes (Galand, 1994 cité par (Dimé, 2015)). Ils travaillent souvent seuls, sans main-d'œuvre salariée, mais ils peuvent être assistés par des personnes à la recherche d'un emploi (sans aucun contrat), d'apprentis sous-payés ou encore d'aides familiales non rémunérées (Hernandez, 1995). Ce devoir de solidarité familiale repose sur la tradition et une culture islamique qui insiste sur l'obligation de générosité.

Au-delà des difficultés managériales qu'entraîne cette stratégie de préférence familiale et communautaire, les petites structures se retrouvent fréquemment en situation de suremploi avec des répercussions graves sur la santé économique et financière de l'entreprise. Pourtant certains entrepreneurs informelles ont un vrai potentiel de croissance, sous réserve de parvenir à se structurer et à améliorer leurs règles de gestion, mais malheureusement, encore trop peu « d'unités spontanées » composant le secteur informel sont capables d'évoluer vers le secteur formel. Au Sénégal, un des problèmes rencontrés par ces entrepreneurs informels concerne la vétusté et la défectuosité des équipements utilisés. Bien souvent, ils manquent de moyens financiers pour investir dans des équipements neufs, sophistiqués et de qualités. Ils achètent du matériel ancien, acquis de seconde main, dont ils prolongent la durée de vie (Mbaye et Golub, 2002, cité par (Bah et al., 2022)).

Ici, la plupart des entrepreneurs sont considérés comme des entrepreneurs par nécessité. C'est-à-dire « des individus poussés à la création d'entreprise car ils ne perçoivent pas de meilleure alternative d'emploi » (Bowling, Bygrave, 2003). Ils créent leurs entreprises sans projet préalable mais dans le but d'obtenir un revenu en l'absence d'alternative professionnelle.

¹⁴ (Populationdata.net, 2015)

Pour Tessier et al. (2016), les gens qui se lancent dans l'entrepreneuriat de nécessité ont, pour la plupart du temps épuisé toutes les possibilités de trouver un emploi pour acquérir des revenus et survivre.

Selon Singh et Denoble (2003), ces entrepreneurs sont plus averses aux risques, ont plus de doutes et plus besoin d'un accompagnement mais espèrent néanmoins trouver un statut de salarié. Chez les entrepreneurs par nécessité, le besoin d'autonomie et de réalisation, le contrôle interne, la propension à prendre des risques et l'auto-efficacité sont faibles. Ils sont souvent peu diplômés et en particulier jeunes, avec un capital social et humain pour la plus part faible. Ils sont plus présent dans le secteur informel réclamant moins d'investissements et plus immédiatement accessibles (Niitykangas, Littunen et Kinnunen, 1998 ; Giacomini et al. 2007 cités par (Dimé, 2015)).

Selon Dahles et Prawa (2013), le secteur informel assure essentiellement la subsistance et la survie des individus qui y évoluent. Ce qui fait que ces derniers ne sont pas souvent considérés comme des entrepreneurs. L'entrepreneur motivé par la nécessité crée une entreprise parce qu'il n'existe pas d'autres opportunités d'emplois rémunérés viables. Il recourt généralement à des technologies et à des processus anciens et peu productifs, et n'a pas d'idées innovantes ni de perspective de forte croissance. C'est en ce sens, qu'on dit que ce ne sont pas de véritables entrepreneurs (Hechavarria et al. 2009). Toutefois, des études ont montré que l'entrepreneuriat informel peut être aussi considéré comme de véritables opportunités à saisir. Car il constitue un choix volontaire des individus qui créent des affaires (Williams, 2007 ; 2009 ; 2011).

Le secteur informel au Sénégal est constitué d'entrepreneurs qui sont soit non qualifiés, soit qualifiés. Ils investissent dans des activités variées. Certains présentent un réel potentiel d'évolution (agro alimentation, couture, mécanique, etc.). Pour d'autres, il s'agit de petites activités permettant de générer un revenu pour subvenir aux besoins de la famille (petit commerce sédentaire ou ambulant). Ce secteur possède une caractéristique principale pour son dynamisme (Simen, 2018).

Selon Basse (2014), les entreprises informelles regroupent surtout les petits métiers et les activités féminines qui vivent au jour le jour (micro-industries de transformation, ateliers de menuiserie bois et métallique, ateliers de couture, garages automobiles, salons de coiffure, petits commerces, etc.). La plupart d'entre elles étant exploitées dans les quartiers d'habitation ou au domicile du propriétaire. Si le secteur informel attire autant d'entrepreneurs, c'est parce que ces derniers le considèrent comme :

- Un tremplin, pendant le cycle de vie de leurs affaires servant à accumuler un capital initial et à tester la niche de marché qui les intéresse (Bennet et Estrin 2007, cité par Simen 2018)
- une activité sécurisante : en effet, ils ont peur d'apprendre de nouvelles façons de faire les affaires en formalisant leurs activités.

Dans un continent où les institutions sont faibles et les ressources limitées ou insuffisantes, les entrepreneurs sont donc plus enclins à investir dans des activités, dont une grande partie peut prendre la forme d'arbitrage informel (Smallbone et Welter, 2001 ; Welter et Xheneti, 2013). S'il en est ainsi, c'est parce qu'aujourd'hui il est reconnu que l'économie informelle draine un ensemble d'activités entrepreneuriales qui participent pleinement au développement des économies (Williams, 2014) et favorisent la croissance à travers l'insertion professionnelle des jeunes et la création d'emplois (Dia, 2011).

Pour le Directeur de la PME du Sénégal, l'entrepreneuriat informel est une réalité. Selon lui le secteur informel est « le poumon de l'économie sénégalaise ». Il joue un rôle de premier plan et regroupe des activités variées sans comptabilité écrite ou formelle, évoluant en marge du respect de la fiscalité. Le poids de l'informel y est d'ailleurs si important que les spécialistes parlent d'une « économie informelle formalisée » (Baal, 2013).

L'environnement pauvre en ressources, et la faiblesse des institutions vont favoriser l'esprit d'entreprise informelle ou la débrouillardise (Smith et Stenning, 2006). Selon l'OIT 70%¹⁵ de la population active travaillent pour son propre compte en Afrique subsaharienne. Ce qui se traduit au Sénégal par le fait que l'entrepreneuriat informel permet l'organisation des activités génératrices de revenus réguliers et ponctuels dans le temps. Bien qu'elles soient soumises à de nombreux aléas impactant sur leur pérennité, la rémunération des dirigeants du secteur informel est souvent assez satisfaisante, voire supérieure aux revenus qu'ils auraient perçus dans le secteur formel (Hernandez, 1995).

Ces activités créées par les entrepreneurs leur permettent généralement de subvenir à leurs propres besoins. Le développement de ces activités fait intervenir différentes parties prenantes (entrepreneur, famille, amis...). C'est généralement un entrepreneuriat de nécessité motivé par la survie et la débrouillardise.

- **Hypothèse 1 (H1) : l'entourage joue un rôle important sur la motivation des entrepreneurs au Sénégal.**

¹⁵ OIT (2002)

- **Hypothèse 2 : l'apport des guides religieux impact positivement sur le développement de l'entrepreneuriat au Sénégal.**

2.2 Le financement de l'entrepreneuriat

❖ Le rationnement du crédit

La question du financement de la petite ou moyenne entreprise (PME) au Sénégal a fait l'objet d'une polémique passionnée entre entrepreneurs et banquiers. Quelques entrepreneurs seulement ont déclarés avoir fait appel au système de promotion pour la constitution d'un dossier d'agrément ou de demande de crédit. Concernant le financement, la plupart des entrepreneurs débute hors financement bancaire mais par autofinancement (individuel ou familial). Ce n'est que par la suite que les entrepreneurs peuvent éventuellement être favorables à un dossier de prêt. C'est-à-dire « une fois que l'on fait ses preuves » (Teece et al. 2016). Dans ce cas la bonne réputation, la caution morale de quelqu'un de bien placé semble jouer un rôle non réalisable (Monde, 1989). L'éclosion et l'évolution de ce débat ont révélé une très profonde crise de financement de « l'entrepreneuriat national » en gestation. Les principaux problèmes des entrepreneurs sénégalais soulevés sont d'ordre financier. Ce qui fait que la crise du financement demeure un problème majeur (Adner, 2017).

Les banquiers affirmaient que les entrepreneurs vivaient « au jour le jour », sans se soucier de cette marge de sécurité que constitue le fonds de roulement (FR) ; tandis que les entrepreneurs, eux, se plaignaient de leur refus, quasi systématique, de financer l'investissement en fonds de roulement sous prétexte de l'insuffisance des fonds propres des entreprises et des garanties qu'elles pouvaient offrir. On dénote une évidente réticence des banques à octroyer des prêts à des conditions qui pourraient être financièrement supportables par la majorité des PME sénégalaises. Les taux d'intérêt pratiqués sont trop élevés, souvent plus de 12% pour le crédit à court terme, et les critères d'acceptation des dossiers très (trop) stricts (Neves, 1994).

Le cercle vicieux était ainsi bouclé. Et le débat s'enlisait de plus en plus (Ndoffène et al., 2022). Face à ces insuffisances, les entrepreneurs sénégalais sont parfois désemparés dans la mesure où cela les conduits à avoir trop souvent, à leur goût, recours aux emprunts familiaux ou aux usuriers.

❖ Caractéristique d'octroi du crédit

La taille minimum de l'investissement, en terme de valeur salariale, n'a cessé de s'agrandir jusque dans les années soixante-dix. Les fonds indispensables à toute unité de production devenaient de plus en plus difficiles à collecter. On se heurtait au double verrouillage d'une

disponibilité d'épargne insuffisante et de moyens de collecte trop souvent inefficaces. L'absence de garanties suffisantes pour les banques et les défaillances du réseau bancaire dressaient des barrières d'accès à la création d'entreprises et suscitaient découragements ou concussions (Albagli et al. 1984).

On note aussi que le personnel qualifié fait souvent défaut et l'adaptation du personnel à une productivité industrielle reste encore souvent problématique, pouvant contribuer à augmenter la réticence des structures de financement. La réduction de la taille optimale de l'entreprise abaisse le seuil de financement déjà critique. Ce qui fait que les entreprises informelles se financent par autofinancement (épargne personnelle de l'entrepreneur et de son entourage) ou passent par le système des tontines, la finance informelle ou le recours aux financements limités des institutions de micro finance (Hoppenot, 2009).

Selon Jacobides et al, (2018), les entrepreneurs sénégalais aiment traiter avec les institutions officielles. S'il en est ainsi, c'est sans doute à cause de la sécurité qui en découle. Mais, la capacité de ces derniers à mettre en place un cadre propice pour leur développement constitue un défi majeur qui permet, dans une certaine mesure, de faciliter l'accès aux différentes sources de financement leur permettant de créer et d'innover davantage.

Certains entrepreneurs ont tendance à s'attacher aux bailleurs de fonds étrangers au nom de l'image de respectabilité qu'ils dégagent. Ils considèrent que ces fonds doivent se substituer aux banques locales pour le financement des activités lorsque ces dernières sont défaillantes. Mais selon (Neves, 1994), là aussi des désillusions les attendent. Car habituellement, la philosophie d'intervention des organismes financiers internationaux fait que les gouvernements des pays concernés seront les principaux interlocuteurs. Sinon, ce sera les structures de promotion du secteur privé créées et contrôlées par ceux-ci. Dès lors, les critères de sélection des bénéficiaires seront basés sur la logique du clientéliste. Ainsi, de nombreux entrepreneurs se verront irriter car le jeu paraît souvent truqué et les critères de compétitivité et de compétence ne seront pas les bases de décision.

❖ **Frein au développement de l'entrepreneuriat (type de crédit proposé)**

Selon Félix (2012), le souci majeur de bon nombre d'entrepreneurs sénégalais est sans nul doute le financement de leurs activités. Cela est particulièrement vrai pour les petites et moyennes structures qui représentent l'immense majorité du monde de l'entreprise sénégalaise. Pour la plupart privée de toute forme de soutien politique, elles ne peuvent guère bénéficier de prêts bancaires que ce soit dans le cadre d'une création ou d'une augmentation de capital ou à

des fins d'investissement productif. L'accès au système officiel de financement est donc malaisé et le recours aux bailleurs de fonds internationaux ou aux partenariats inter-entreprises n'apparaît pas toujours à la hauteur des espoirs qu'il suscite. Face à ce marasme des circuits formels de financement, certaines initiatives originales représentent des alternatives intéressantes (Dimé, 2015).

Les entrepreneurs sénégalais sont bien souvent connus pour évoluer dans un environnement administratif et juridique complexe. Ils souffrent d'un manque criard de financement (PSE, 2014) et du petit nombre de structures d'accompagnement à la réussite du projet. Selon Nene Oumou Deffa et al (2014), plus de 60% (Nene Oumou Deffa et al., 2014) des jeunes évoquent l'accès difficile au financement et les insuffisances dans l'accompagnement comme freins à l'éclosion de l'entrepreneuriat. Les incubateurs, les pépinières ou les parcs technologiques sont presque inexistantes (Dia, 2011).

On note parfois que certains entrepreneurs sont influencés par des réseaux ou des groupements qui prodiguent des conseils ou les mettent en relation avec certains bailleurs de fonds (Doyle et Young, 2001). D'autre part, au Sénégal, les réseaux de financement informel des activités productives sont le plus souvent circonscrits à des communautés plutôt hermétiques. Il en va ainsi pour les mystérieuses et efficaces organisations mourides, étudiées. Il peut également exister des logiques de solidarité à fondement ethnique. C'est notamment le cas des Peuls de Casamance comme le démontre au niveau des boutiquiers de Ziguinchor. Par ailleurs, plusieurs études montrent que le financement informel, contrairement à une croyance répandue, ne soutient que de manière très incomplète les petites structures entrepreneuriales.

Selon Faure (1992) démontre l'épargne personnelle semblant être de loin la principale source de financement de près de 70% (Simen, 2018) des entreprises informelles étudiées. Plus généralement, un handicap fondamental paraît gêner au Sénégal l'essor des structures informelles de financement : le manque de confiance mutuelle entre les acteurs concernés et la difficulté qui en découle, l'incapacité des entrepreneurs à s'organiser durablement sur des bases saines officialisées par un code d'honneur.

A la différence de ce qui prévaut dans d'autres pays africains, les réseaux de financement informel paraissent relativement peu développés au Sénégal pour pallier les lacunes du système bancaire. Il y a probablement plusieurs raisons à cela. Cependant, des initiatives intéressantes, car spontanées, commencent à voir le jour à l'instar de celle, citée plutôt en haut : les commerçants Baol-Baol, lesquels sont en grande majorité des mourides, ceci expliquant peut-être cela. Il semblerait également que dans le milieu des femmes entrepreneurs des tentatives

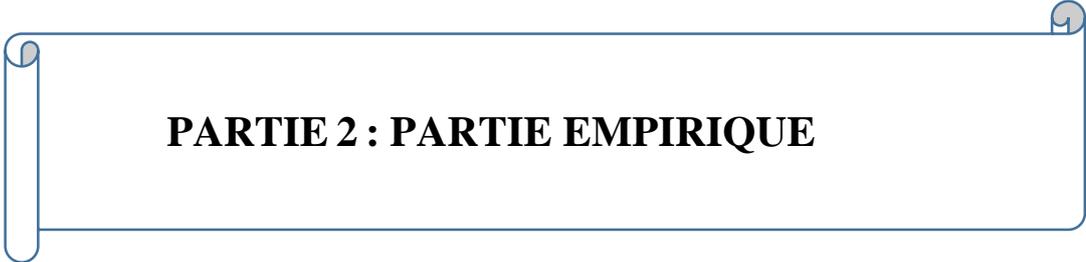
de création de comités d'investissement commencent à apparaître, à travers les influences conjuguées des cercles de sociabilité traditionnels et des organisations professionnelles nouvellement créés. A cela, s'ajoute les fameuses tontines auxquelles on a accordé ces dernières années beaucoup de vertus économiques.

Selon (Mayoukou, 1994 cité par (Faure 1992)) la mise à contribution de l'épargne informelle, avec le système des tontines, dans le processus entrepreneurial donne aujourd'hui de nouvelles possibilités qui, sans être la panacée, offrent des assouplissements et de nouveaux moyens. Par contre, selon (Gnansounou 1991 cité par Faure (1992)) ces tontines ne sont pas nécessairement centrées sur le financement de l'activité entrepreneuriale. Malgré l'augmentation du nombre d'organisations qui ont pour mandat de supporter les entrepreneurs, de nombreux défis affectent le succès et la portée des interventions des organisations. Mais toujours est-il que l'accompagnement des entrepreneurs sénégalais est marqué par la prédominance de structures informelles : réseaux sociaux de proximité familiale, amicale, ethnique ou culturelle de porteurs de projets (Ndione et Diouf 2020).

- **Hypothèse 3 : les familles des entrepreneurs sont les principaux financeurs des activités entrepreneuriales au Sénégal.**

Conclusion

Ce chapitre est consacré à l'entrepreneuriat à travers ses impacts économiques, sociaux et internationaux. Nous avons essayé d'analyser la pratique entrepreneuriale dans les pays développés et en développement dans un cadre général et la pratique entrepreneuriale au Sénégal dans un cadre particulier. Il est apparu que dans les pays développés les entrepreneurs évoluent dans le secteur formel tandis que dans les pays en développement les entrepreneurs évoluent dans le secteur informel. Au Sénégal, le caractère informel de l'économie fait que la plupart des entrepreneurs intervient dans le secteur informel. Cette situation conduit les institutions de financement classique à demander des conditions strictes liées à l'accès aux financements.



PARTIE 2 : PARTIE EMPIRIQUE



CHAPITRE 1 : METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE

Introduction

Comme tous les travaux de recherche, en science de gestion, la recherche repose sur un cheminement que le chercheur doit adapter pour positionner ses propres travaux par rapport aux autres travaux effectués dans son domaine. Il est donc important pour le chercheur de s'interroger sur le chemin à emprunter avant de s'engager pleinement dans la démonstration de ses hypothèses. Ce chapitre de notre travail montre le positionnement scientifique retenu et la posture épistémologique adoptée.

Section 1 : Méthodologie de la recherche

On peut définir la méthodologie comme étant l'étude du bon usage des méthodes et techniques (Aktouf Omar, 1987). Autrement dit, la manière dont des moyens précis ont été mobilisés dans le canevas de la recherche pour expliquer le problème posé et atteindre les objectifs visés.

1.1 L'approche méthodologique de la recherche

Les questions soulevées par la recherche sont de natures quantitatives et appellent à une démarche positiviste. Par ailleurs la compréhension de la problématique des acteurs informels qui interviennent dans le développement de l'entrepreneuriat au Sénégal nécessite de faire une enquête auprès des entrepreneurs pour mieux comprendre la nature de l'intervention de ces acteurs.

❖ Méthode de recherche : une recherche de nature quantitative

Dans le cadre de notre travail, nous avons privilégié une approche quantitative. En effet, l'approche quantitative nous semble la mieux appropriée car elle cherche à décrire, contrôler et expliquer des phénomènes par une investigation empirique systémique des phénomènes observables par la collecte de données numériques qui peuvent être analysées à travers des méthodes fondées sur des techniques mathématiques, statistiques ou informatiques.

Depuis longtemps, la recherche quantitative était considérée comme dominante dans de nombreux pans des sciences sociales : marketing, psychologie cognitive ou sociale, sociologie, économie... Car une formation solide est indispensable pour prétendre faire une recherche quantitative (Giordano et al., 2022).

Selon Yin (1991), la recherche quantitative conduit à des travaux qui fournissent des données statistiquement analysables. Toujours selon l'auteur, parler de recherche quantitative signifie étudier de gros échantillons durement sélectionnés. La recherche quantitative permet

de mieux tester des théories et des hypothèses. Suivant une stratégie, le chercheur élabore un modèle en s'appuyant sur une littérature pertinente et le soumet à un test empirique. A la suite des recherches sur un cadre que le chercheur a construit, il obtient des résultats bien précis. Selon Rosenthal (1991) pour des résultats plus rigoureux, une méta-analyse peut être faite. Elle permet d'agréger ou de cumuler les résultats obtenus de la collecte à l'aide des procédures statistiques afin de les intégrer, de les synthétiser ou de leur donner du sens.

Selon Giordano et al. (2020), la recherche quantitative permet de mesurer plus rigoureusement les variables utilisées. Cette mesure peut être très complexe lorsque les caractéristiques du répondant sont obtenus au moyen de tests destinés à mettre en évidence différentes dimensions. Pour s'assurer de la fiabilité des concepts mesurés, il existe des coefficients tel que : le coefficient de alpha de Cronbach. On peut effectuer ce travail à l'aide de logiciel statistique SPSS. Pour mieux appréhender notre sujet et essayer d'apporter une réponse à notre question de recherche, on utilisera une approche quantitative.

1.2 Position épistémologique : le positivisme aménagé

Tout travail d'ordre scientifique doit se baser sur une conception et une vision des choses. En ce sens, la position épistémologique choisie dans ce travail de recherche est le positivisme aménagé. Le positivisme aménagé est un sous paradigme du positivisme. Fondé par Auguste Comte, le positivisme est un courant qui considère que « les lois existent même si elles ne sont pas toutes découvertes ». Ainsi les positivistes cherchent à expliquer ces lois et à comprendre les relations sous-jacentes.

Le positivisme aménagé considère que ni la réalité ni l'objectivité du chercheur ne sont absolues. « *Les post-positivistes estiment que le chercheur doit tout mettre en œuvre pour tendre vers une objectivité maximale et, notamment, contrôler le plus précisément possible les conditions dans lesquelles il réalise sa recherche, et spécialement sa collecte de données, de manière à assurer le plus possible l'objectivité de son travail.* » (Gavard-Perret et al 2012 cité par (Bouyzem et Al Meriouh, 2017)).

Les positivistes prônent le raisonnement hypothético-déductif et remettent en cause la méthode inductive. Car selon Popper, cette méthode peut conduire le chercheur en erreur. Selon Riccucci, (2010, cité par (Bouyzem et Al Meriouh, 2017)), les postes positivistes sont d'accord avec l'existence de l'erreur. Ils considèrent les résultats et les conclusions d'une recherche comme probables tant qu'ils ne sont pas réfutés.

Le choix de cette posture épistémologique se justifie par le fait que nous partons sur la base d'un constat fait à partir des travaux existants. Le constat c'est qu'au Sénégal, au lieu des

acteurs classiques de financement, c'est d'autres acteurs qui interviennent pour aider les entrepreneurs dans le développement de leurs activités. Ce qui nous amène à poser des hypothèses et à faire des enquêtes sur le terrain concernant le rôle des acteurs socio-culturels sur le développement de l'entrepreneuriat au Sénégal. Ainsi, les résultats obtenus nous permettront de voir si les hypothèses sont confirmées ou infirmées afin qu'on puisse en déduire un enseignement et essayer de proposer des solutions.

1.3 La méthode de raisonnement : une logique hypothético-déductive

Selon (Denis et al., 2019), la méthode permet au chercheur de s'orienter vers la manière d'accéder à la compréhension du phénomène étudié et sur les procédures à utiliser pour collecter et analyser les données. Elle peut être vue comme l'étude du bon usage des méthodes et techniques. La méthode est une procédure logique qui offre à un travail scientifique une démarche claire, évidente et irréfutable. Dans notre travail, nous adoptons une méthode hypothético déductive.

Cette méthode consiste en une élaboration d'hypothèses de travail dès le début de la recherche. Ces hypothèses peuvent être confirmées ou infirmées selon les résultats qu'on trouve. Ainsi des conclusions pourront être tirées par déduction aux résultats. Avec la méthode hypothético-déductive, on part des hypothèses établies au préalable pour tirer des conclusions après vérification des résultats.

Nous avons porté notre choix sur la méthode hypothético-déductive dans la mesure où elle présente une stratégie de recherche bien définie. Cette démarche est mieux adaptée à notre travail de recherche et notre terrain ; car nous partons des hypothèses pour étudier le problème posé. Plus encore nous avons opté un raisonnement déductif.

Section 2 : Technique de collecte

2.1 Présentation de la zone d'étude et de l'échantillon

Nous allons commencer présenter notre zone d'étude puis nous présenterons l'échantillon.

❖ Présentation de la zone d'étude (Sénégal)

Situé à l'extrême ouest du continent africain, le Sénégal est un carrefour géographique et humain où coexistent et interfèrent trois civilisations : une négro-africaine, une arabo-musulmane et une occidentale.

Le Sénégal a une superficie de 196 712 km² et une densité (nombre d'habitants/km²) de 90 en 2022. La capitale s'appelle Dakar. Selon les projections de l'ANSD 2022, le pays compte

une population de 17 738 795 habitants. La population totale des femmes est de 8 913 568 et celle des hommes est de 8 825 227. Il est limité au nord par la Mauritanie, à l'est par le Mali, au sud par la Guinée et la Guinée Bissau, à l'ouest par la Gambie, et par l'Océan Atlantique sur une façade de 500 km.

Le pays compte quatorze régions dont les chefs-lieux sont les principales villes : Dakar, Diourbel, Fatick, Kaffrine, Kédougou, Kaolack, Kolda, Louga, Matam, Saint-Louis, Sédhiou, Tambacounda, Thiès, Ziguinchor. Il y a 45 départements, subdivisés en Arrondissements (Sous-préfectures), Communes, Communautés rurales et Villages. Le village ou le quartier correspond à la cellule administrative de base.

❖ **Présentation de la technique d'échantillonnage**

Nous avons choisi un échantillon de convenance. Pour collecter les données nécessaires à notre travail de recherche, nous avons effectué une étude de terrain dans la région de Ziguinchor plus précisément dans la commune de Ziguinchor. La région de Ziguinchor est considérée comme la capitale de la Casamance à côté de la région de Kolda et de Sédhiou du fait de son potentiel économique énorme.

Elle est reliée au nord du Sénégal par une liaison aérienne grâce à l'aéroport de Ziguinchor, par une liaison maritime assurée par la société COSAMA. Mais il y'a également une liaison terrestre qui est possible par le passage en Gambie. Il est prévu une ligne ferroviaire (voies au standard 1435mm) à moyen terme qui desservira la ville. Sa position géographique se situe à 12°33 de l'attitude Nord et 16°16 de longitude Ouest. Elle fait une altitude de 19.30m sur la partie Sud-ouest du Sénégal, pour une superficie de 7339Km², soit 3.73% du territoire national (Agence Nationale de la Statistique et de la Démographie, 2010).

En ce qui concerne ses limites, nous avons l'Etat de la Gambie au Nord et la Guinée Bissau au Sud. Elle est limitée à l'Est par la région de Kolda et à l'Ouest par l'Océan Atlantique. Elle compte trois départements que sont : Bignona, Oussouye et Ziguinchor. En termes de population, selon la projection de l'ANSD 200, la région de Ziguinchor compte 729951 hbts.

En outre, le potentiel économique de la région se mesure dans l'agriculture qui constitue l'activité essentielle de la population. En effet, l'abondance des pluies qui s'accompagne d'une végétation luxuriante et d'une qualité des sols entraîne le développement des activités agricoles. La culture dominante est celle du riz. Cependant la population s'active aussi à la culture de l'arachide, du maïs, du niébé et bien d'autres cultures. Hormis l'agriculture, la population s'adonne à d'autres activités telles que l'élevage et la pêche qui constituent des activités

pourvoyeurs d'emplois.

Du fait de son beau paysage et de sa richesse en patrimoine culturel et historique, cette région du Sud du Sénégal est devenue une attraction touristique privilégiée. Autrement, dit la nature luxuriante dont dispose cette partie de la Casamance, les hôtels et les campements qui s'y trouvent, font d'elle une destination par excellence de milliers de touristes chaque année.

La commune de Ziguinchor est une ville de 289 904¹⁶ habitants du sud du Sénégal, chef-lieu du département de Ziguinchor de la région de Ziguinchor et de la région historique de la Casamance. Elle a une superficie de 1 153 km² et une densité de 251 hbts/km². La géographie de la ville est particulièrement marquée par le développement de quartiers d'habitat informels, en raison du manque de politiques publiques de planification urbaine. La ville fut fondée par les portugais en 1645 près des villages Bainouks environnants Tobor au nord, Niaguis et Djifangor à l'est, Brin à l'ouest et Bouroffaye au Sud. Elle faisait partie de la colonie portugaise de Guinée avant d'être cédée à la France en Avril 1886 en échange du comptoir de Cacine qui était alors colonie française de Guinée. Elle abrite une université créée en 2007 et baptisée Assane Seck en 2013.

Par ailleurs, elle est caractérisée par une grande diversité ethnique. Cette diversité fait de cette région de la Casamance un milieu culturel très riche. On y rencontre ainsi les Diolas qui sont majoritaires, les Mandingues, les Manjacques, les Poulars, les Mancagnes, les Sérères de bien d'autres ethnies. Cette mosaïque de peuple dans cette partie en fait la zone la plus cosmopolite du Sénégal.

Cependant, l'enclavement de la région et la longue crise qu'elle a traversée constituent un frein à son développement économique et social harmonieux. En effet face au conflit armé qui n'a cessé de perdurer, les autorités se trouvent souvent dans l'incapacité de prendre en charge les besoins des populations. Cette crise se voit être l'une des principales causes de la fuite des investissements étrangers et de la création des services sociaux de base propice au développement des populations vulnérables.

Ainsi pour faire face à cette situation, elles décident de prendre leurs problèmes à bras le corps. De ce fait, l'entrepreneuriat est perçu comme indispensable à l'essor du développement économique et social de la commune. Pour se faire une stabilité financière et sociale, les jeunes de Ziguinchor ont fait de l'entrepreneuriat leur principale arme de bataille. Le travail d'enquête que nous avons effectué nous a permis d'avoir 65 réponses.

¹⁶ ANSD 2018

2.2 Enquête par le questionnaire

Un questionnaire est un outil d'enquête constitué d'un ensemble de questions reliées entre elles pour mettre en évidence un phénomène. Son exploitation peut permettre la connaissance d'une population en tant que telle : ses conditions et ses modes de vie, ses comportements, ses valeurs ou ses opinions, son impact... Pour les besoins de notre enquête, un questionnaire constitué de plusieurs rubriques a été administré aux entrepreneurs. Les rubriques ont été disposées comme suit :

- le profil de l'entrepreneur : dans cette partie nous essaieront de connaître certaines informations personnelles de l'entrepreneur. Par exemple sa tranche d'âge, sa situation matrimoniale (à l'aide d'une question : fermée êtes-vous marié(e)), son niveau d'étude, sa communauté religieuse...
- les caractéristiques de son activité : dans cette rubrique nous chercherons à répondre à un certain nombre de questions sur la pratique de l'activité entrepreneuriale. Ces questions concernent par exemple : leur statut juridique, la nature de leur activité, la taille de leur entreprise, leur champ d'action géographique...
- les différents intervenants dans les activités : cette rubrique concerne particulièrement les acteurs socioculturels qui ont participé de près ou de loin, dans la mise en place et dans le fonctionnement de l'activité des entrepreneurs. Elle est constituée d'un ensemble de questions parmi lesquelles on peut citer : pour quel motif vous êtes devenu entrepreneur ? ; Votre entourage vous a-t-il influencé ? ; quelle est la source de financement de la création de votre entreprise ?...

Le questionnaire a été soumis aux entrepreneurs dans la région de Ziguinchor. L'enquête a été faite en deux périodes. Une partie du travail est effectuée durant la période du 02 au 20 Février. Puis, l'autre partie est effectuée durant la période du 26 Mars au 10 Avril. A l'issue de cette enquête, nous avons pu interroger 65 entrepreneurs. Le questionnaire a été pre-testé auprès de 10 personnes dans le but de nous assurer que les questions sont bien comprises. A l'aide du logiciel de traitement de donnée SPSS, nous essaierons d'exploiter les différentes variables issues de notre étude de terrain.

2.3 Analyse et traitement des données

C'est une partie importante qui permet d'analyser les données collectées. Les

informations obtenues à l'aide du questionnaire, sont traitées suivant les différentes thématiques à l'aide du logiciel SPSS et Excel. Nous avons effectué une étude à l'aide du logiciel SPSS afin de voir qu'elle est l'apport des acteurs socio-culturels sur les activités des entrepreneurs. Après l'analyse par SPSS, nous avons effectué des tris croisés pour vérifier si les résultats obtenus lors de la première analyse seront confirmés à l'aide du logiciel Excel. En fin nous avons effectué un test de Khi^2 à l'aide du logiciel Excel pour voir si les résultats obtenus sont fiables pour qu'on puisse en tirer un enseignement général.

❖ tris croisés

Nous avons effectué trois tris croisés. D'abord on a fait un tri en les propriétaires d'entreprises et l'influence de leur entourage pour voir si les entrepreneurs sont majoritairement motivés par leur famille avant qu'il ne se lance dans l'entrepreneuriat. Ensuite, on a fait un tri entre les propriétaires d'entreprise et les différentes sources de financement pour voir qui est le financeur principal des entrepreneurs. Enfin, on a fait un tri croisé entre les communautés religieuses des entrepreneurs et l'orientation du guide religieux pour voir si les entrepreneurs sont majoritairement orientés par leurs guides religieux dans leur choix d'investissement.

❖ Le test de Khi

Pour voir si les résultats obtenus sont fiables, représentatifs de la population, on a effectué des tests de Khi^2 à l'issue de chaque tri croisé. Pour ce faire, nous allons tester deux hypothèses inverses H_0 et H_1 sur la base de deux Khi^2 (un Khi^2 calculé et un Khi^2 qu'on va lire sur la table de la loi de Kh^2). La règle de décision consiste à comparer les deux Khi^2 :

- Si le Khi^2 calculé est supérieur au Khi^2 tabulé, on rejette H_0 et on accepte H_1
- Si le Khi^2 calculé est inférieur au Khi^2 tabulé, on accepte hypothèse H_0 et on rejette l'hypothèse H_1 .

Le Khi^2 est calculé à l'aide de la formule suivante : $\mathbf{Khi}^2 = \sum \frac{(O_i - T_i)^2}{T_i}$

Avec O_i : effectif observé pour la modalité i ; T_i : effectif attendu ou théorique pour la modalité i .

Le khi^2 tabulé est obtenu à la lecture dans la table de la loi de Khi^2 après avoir calculé le nombre de degré de liberté et la marge d'erreur.

$\text{NDL} = (\text{Nombre d'élément en colonne} - 1) \times (\text{nombre d'élément en ligne} - 1)$

La marge d'erreur souvent utilisé = 5%

Conclusion

L'objet de ce chapitre était de montrer la méthodologie que nous avons adoptée dans notre travail de recherche. En effet dans ce chapitre, nous avons montré la nature quantitative de notre travail, la posture épistémologique que nous avons choisie et la méthode de raisonnement que nous adopter. Nous avons aussi décrit notre zone d'étude et l'échantillon retenu.



CHAPITRE 2 : RESULTATS ET DISCUSSIONS

Introduction

Dans cette partie nous allons présenter et exploiter les résultats issus de notre travail d'enquête afin de voir et de comprendre l'impact des acteurs socio-culturels dans le développement de l'entrepreneuriat au Sénégal.

Section 1 : Profil des entrepreneurs et le soutien de leur entourage

A l'issue du traitement, nous avons pu constater, grâce au tableau ci-dessous, l'exploitation de l'ensemble des réponses obtenues.

Tableau 3 : Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Observations	Valide	65
	Exclus	0
	Total	65

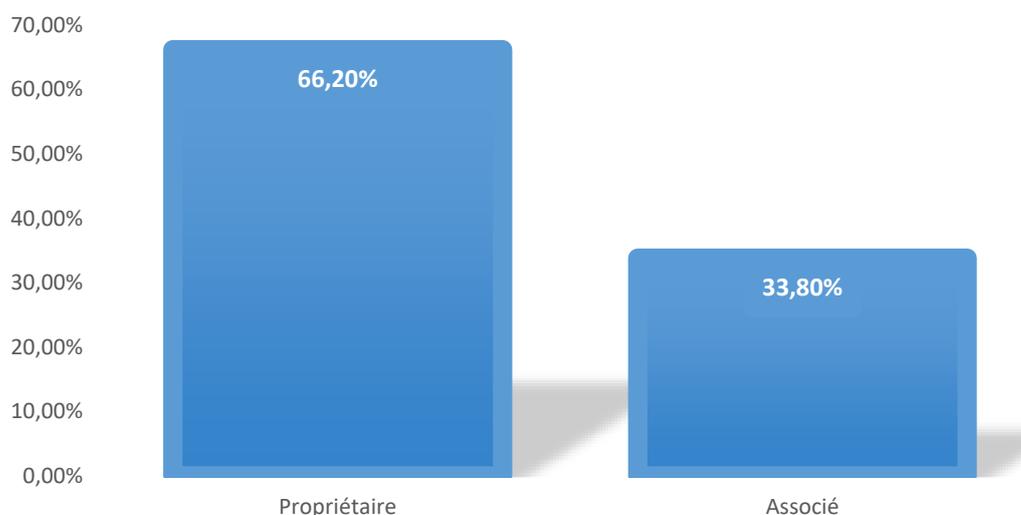
Source : notre enquête

1.1 Le profil des entrepreneurs

L'étude du profil est très importante de notre travail. Car elle nous permet d'avoir plusieurs informations personnelles sur les entrepreneurs. L'analyse de l'ensemble des profils nous a permis non seulement d'avoir une idée sur la nature de l'entrepreneuriat sénégalais mais aussi d'avoir des éléments d'explication sur l'importance des acteurs socio-culturels.

Ainsi, on remarque également que 66,2% des entrepreneurs qui constituent notre population d'étude sont propriétaire de leur activité. Par contre, 33,8% ont des associés dans leurs activités. Le graphique suivant nous montre la répartition de ces résultats.

Figure 2 : diagramme en barre de la répartition de la population selon la propriété



Source : résultat de notre enquête

Les résultats montrent que la plupart des répondants, sont des jeunes c'est-à-dire ils ont une tranche d'âge comprise entre 21 et 35ans. Ils représentent 45 entrepreneurs parmi les 65 enquêtés. Ceux qui ont l'âge compris entre 36 et 50 sont au nombre de 15. Seul 5 entrepreneurs ont l'âge compris entre 51 et 65ans.

Tableau 4 : tableau de répartition des entrepreneurs selon l'âge

Age	Nombre
21-35	45
36-50	15
51-65	5
Total général	65

Source notre enquête

Nous notons aussi que, 55,4% de la population enquêtée sont mariés, ils correspondent aux 36 personnes interrogées. On compte 27 célibataires soit 41,5% de notre population d'enquêtes. Le reste représente les veufs, ils sont au nombre de 2 et constituent les 3,1% de notre population. Le tableau suivant nous donne un aperçu un peu plus clair.

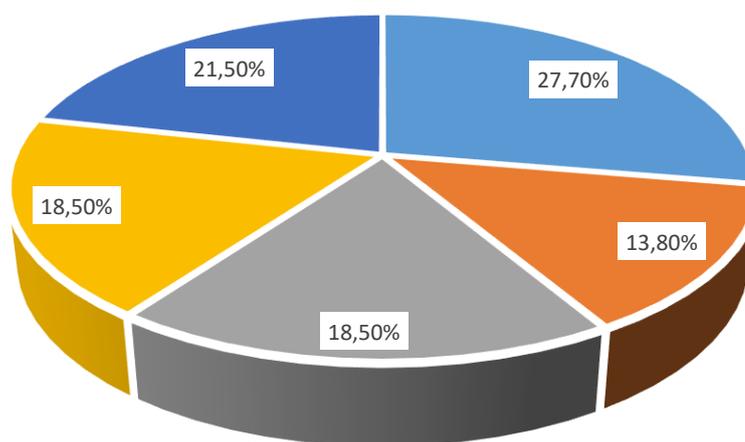
Tableau 5 : répartition des entrepreneurs selon la situation matrimoniale

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Célibataire	27	41,5	41,5
	Marié(e)	36	55,4	96,9
	Veuf (ve)	2	3,1	100,0
	Total	65	100,0	100,0

Source : résultat de notre enquête

En ce qui concerne le niveau d'étude de la population enquêtée, nous remarquons que 27,7% n'ont pas fréquenté l'école c'est-à-dire que ce sont des analphabètes. Parmi eux, il y'a 18,5% qui ont un niveau élémentaire, 18,5% ont également le niveau brevet. Les entrepreneurs ayant le niveau Bac représentent 13,8% de notre population. Ceux qui sont allés jusqu'à l'université ou qui ont un niveau d'étude supérieur représentent 21,5%.

Figure 3 : diagramme circulaire de la répartition de la population selon leur niveau d'étude

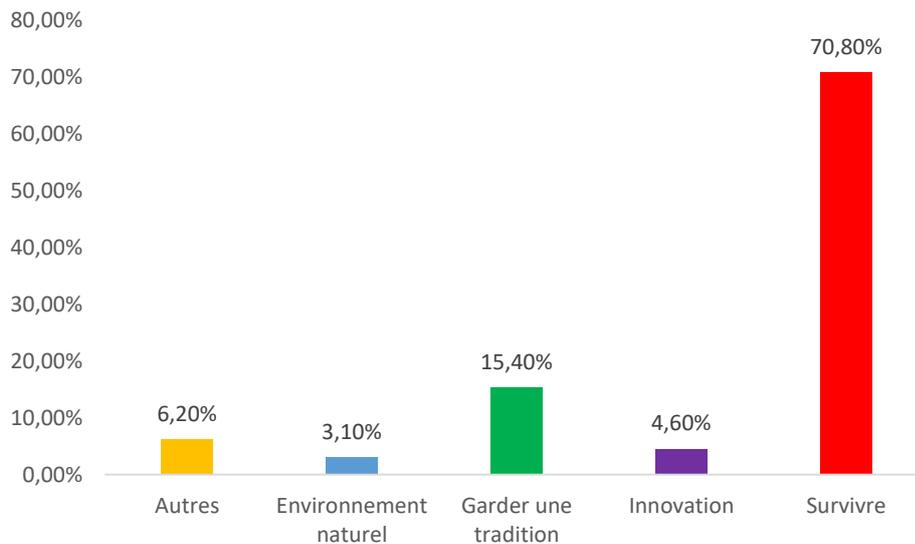


• Analphabet • Niveau elementaire • Niveau brevet • Niveau Bac • Niveau superieur

Source : résultat de notre enquête

La plupart des entrepreneurs que nous avons interrogés soit 70,8% déclarent qu'ils pratiquent l'entrepreneuriat pour survivre. 15,4% parmi eux, déclarent qu'ils sont devenus entrepreneur pour garder une tradition et 4,6% des entrepreneurs pratiquent l'entrepreneuriat pour innover. Ceux qui font l'entrepreneuriat à cause des conditions de l'environnement naturel représentent 3,1%. Le reste, c'est-à-dire les 6,2% restants ont déclaré qu'ils pratiquent l'entrepreneuriat pour d'autres motifs. Le graphique ci-dessous nous donne une présentation de ces résultats.

Figure 4 : diagramme en barre de la répartition des motivations des entrepreneurs



Source : notre enquête

L'exploitation de nos résultats montre que 80% des entrepreneurs que nous avons enquêtés ne disposent pas de statut juridique. Seul un entrepreneur a un statut de GIE et 6,2% disposent d'une SARL. 9,2% des entrepreneurs de notre population d'étude déclarent avoir une entreprise individuelle et le reste soit 3,1% dispose d'entreprise familiale. Le tableau ci-dessous nous montre de façon un peu plus claire cette répartition.

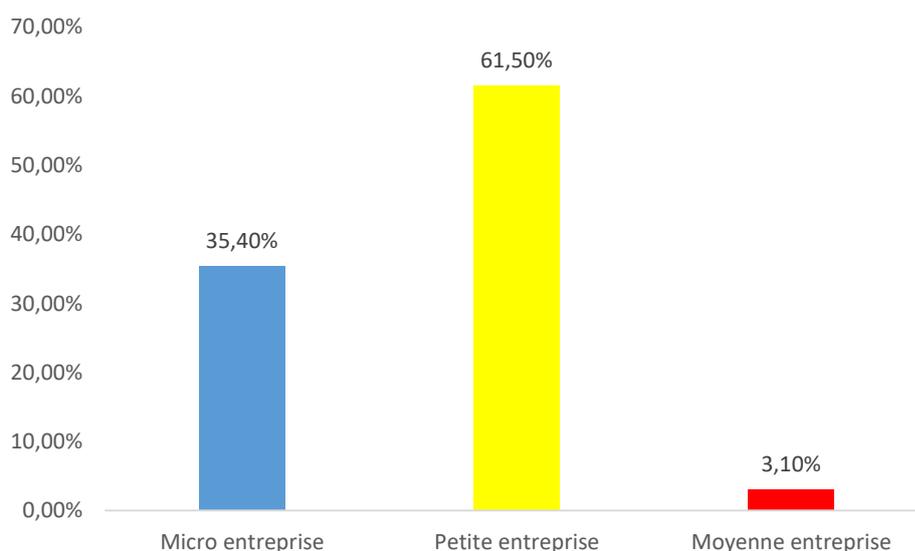
Tableau 6 : répartition de la population selon le statut juridique

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Entreprise familiale	2	3,1	3,1	3,1
Entreprise individuelle	6	9,2	9,2	12,3
Valide GIE	1	1,5	1,5	13,8
Néant	52	80,0	80,0	93,8
SARL	4	6,2	6,2	100,0
Total	65	100,0	100,0	

Source : résultat de notre enquête

On remarque que, 35,4% des entreprises détenues par les entrepreneurs de notre étude sont des micros entreprises. Les petites entreprises représentent 61,5% de notre population et le reste c'est-à-dire les 3,1% sont des entreprises moyennes. Le graphique suivant nous montre la répartition de ces chiffres.

Figure 5 : diagramme en barre de la répartition de notre population selon la taille des entreprises



Source : résultat de notre enquête

Concernant le champ d'action de l'activité des entrepreneurs soumis à notre étude, 67,7% d'entre eux ont une activité qui se limite au niveau local. Ceux qui ont une activité qui se limite au niveau régional représentent 24,6%. Seuls 7,7% des entrepreneurs de notre population ont une activité de niveau nationale.

Tableau 7 : répartition de la population selon leur champ d'action

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Local	44	67,7	67,7
	National	5	7,7	75,4
	Régional	16	24,6	100,0
	Total	65	100,0	100,0

Source : résultat de notre enquête

Nous constatons que les 75,4% des entrepreneurs qui constituent notre population d'étude ont un revenu modeste. Ceux avec un revenu moyen représentent 23,1%, soit 15 entrepreneurs. Seul un entrepreneur se trouve être un riche. Le tableau ci-dessous donne le résumé de ce chiffre.

Tableau 8 : répartition de la population selon le statut social

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Revenu modeste	49	75,4	75,4
	Revenu moyen	15	23,1	98,5
	Revenu riche	1	1,5	100,0
	Total	65	100,0	100,0

Source : résultat de notre enquête

Durant l'exercice de leur activité, les entrepreneurs rencontrent beaucoup de difficultés. Un nombre important des entrepreneurs que nous avons interrogé déclarent qu'ils rencontrent beaucoup de difficultés financières. Ils sont au nombre de 49 et représentent 75,4% de notre population. Parmi eux, 8 déclarent avoir des difficultés liées à l'escroquerie. Le reste, c'est-à-dire les 12,3%, déclare avoir d'autres difficultés. Le tableau suivant nous montre en résumé

l'ensemble de ces résultats.

Tableau 9 : répartition de la population selon les difficultés qu'il rencontre

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Autre	8	12,3	12,3	12,3
Des difficultés financières	49	75,4	75,4	87,7
Escroquerie	8	12,3	12,3	100,0
Total	65	100,0	100,0	

Source : résultat de notre enquête

Ces résultats révèlent que la plupart des répondants sont des jeunes en âge de travailler comme le montre le tableau 4. La majeure partie d'entre eux, c'est-à-dire 55,4% des répondants sont mariés comme le montre le tableau 5. D'après la figure 4, 72,3% des répondants ont fréquentés l'école certains ont un niveau d'étude supérieur comme le montre la figure 4. Compte tenu des charges qui pèsent eux et le manque criard de soutien, 70,8% des répondants déclarent qu'ils pratiquent l'entrepreneuriat pour survivre comme le montre la figure 5. Ces résultats vont dans le même sens que les travaux de Tessier et al. (2016), qui montrent qu'au Sénégal les jeunes en âge de travailler exploitent toutes les possibilités de trouver un emploi. Ainsi face à cette absence d'alternative d'emplois rémunérés, la majeure partie de ces jeunes se tourne vers l'auto-emploi et par conséquent la création d'entreprise.

On remarque que d'après la figure 6, 96,9% des répondants détiennent de très petites et de petites entreprises. D'après le tableau 6 la majeure partie c'est-à-dire 80% des entrepreneurs n'a même pas de statut juridique, avec un faible champ d'action (c'est-à-dire au niveau local) comme le montre le tableau 7. Ce qui fait que la plupart des entrepreneurs c'est-à-dire 49 sur 65 se retrouve avec de modeste revenu d'après le tableau 8. Selon 75,4% des entrepreneurs pensent que cela s'explique par les grandes difficultés financières qu'ils rencontrent dans leur activité comme le montre le tableau 9.

Ces résultats peuvent justifiés le manque d'ambition des entrepreneurs durant la création de leur entreprise. Ils montrent aussi l'absence de créativité et de l'innovation dans l'activité entrepreneuriale et le caractère informel de l'entrepreneuriat au Sénégal. Ce qui confirme que l'entrepreneuriat de nécessité domine au Sénégal. Par ailleurs, nos résultats corroborent les

travaux de Rodrik (2007) sur le caractère de l'entrepreneuriat dans les pays en développement et les travaux de Basse (2014) qui affirment que les entrepreneurs de nécessité sont souvent propriétaires de petits métiers ou d'activités féminines qui sont souvent exploitées au quartier ou à leur domicile et permettent à leurs propriétaires de vivre au jour le jour.

1.2 Importance de l'entourage des entrepreneurs dans l'activité des entrepreneurs

La majeure partie des entrepreneurs que nous avons interrogés déclarent qu'ils ont été influencés par leur entourage pour qu'ils se lancent dans l'entrepreneuriat. Ils représentent 86,2% de notre population d'étude soit 56 entrepreneurs. Les 9 entrepreneurs restants, déclarent qu'ils font l'entrepreneuriat par leurs propres grés sans l'influence de personne. Le tableau suivant nous donne une idée de cette répartition.

Tableau 10 : répartition des entrepreneurs selon l'influence de leur entourage

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Non	9	13,8	13,8	13,8
Valide Oui	56	86,2	86,2	100,0
Total	65	100,0	100,0	

Source : résultat de notre enquête

D'après les résultats de l'enquête nous montrent que 20% des répondants sont des femmes contre un pourcentage de 80% d'hommes. Le tableau suivant permet de mieux voir cette répartition.

Tableau 11 : répartition de la population selon le sexe

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Femme	13	20,0	20,0	20,0
Valide Homme	52	80,0	80,0	100,0
Total	65	100,0	100,0	

Source : résultat de notre enquête

Pour surmonter les difficultés qu'ils rencontrent, les entrepreneurs ont souvent recouru à des possibilités très limitées. 50 entrepreneurs, soit 76,9% déclarent, n'avoir que le soutien de leur entourage et de leur famille. 18,5% parmi eux, c'est-à-dire 8 entrepreneurs, déclarent qu'en cas de difficultés, ils n'ont d'autre choix que de croire en Dieu. Seul 4,6%, c'est-à-dire, 3 entrepreneurs sur 65, ont la possibilité d'accéder à des prêts bancaires.

Tableau 12 : répartition de la population selon le soutien qu'il reçoit en cas de difficulté

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Croire en Dieu	12	18,5	18,5	18,5
Prêt en banque	3	4,6	4,6	23,1
Valide Soutien de famille et entourage	50	76,9	76,9	100,0
Total	65	100,0	100,0	

Source : résultat de notre enquête

Le tableau suivant montre le résultat du tri croisé entre les propriétaires d'entreprise et la motivation de leur entourage. L'objectif de ce tri croisé est de voir l'importance de la motivation sur la décision d'entreprendre.

Tableau croisé 13 : Propriétaire et influence entourage

Étiquettes de lignes	Propriétaires	Associés	Total général
Oui	48,65%	27,03%	75,68%
Non	18,92%	5,41%	24,32%
Total général	67,57%	32,43%	100,00%

Source : notre enquête

D'après les résultats on remarque que la plupart des entrepreneurs sont motivés par leurs entourages pour qu'ils prennent la décision d'entreprendre. Pour nous assurer de la validité de ces résultats, nous allons effectuer le test d'hypothèse inverse de χ^2 . Ensuite, on en tire une conclusion générale.

H0 : la décision d'entreprendre est encouragée par la motivation de l'entourage

H1 : la motivation de l'entourage n'encourage pas la décision d'entreprendre

Tableau 14 : éléments de calcul du Khi²

Etiquette de ligne	Propriétés E.O	Propriétés E.T	Ecart	Associé E.O	Associé E.T	Ecart
Oui	36	37,8	-1,8	20	18,2	1,8
Non	14	12,2	1,8	4	5,8	-1,8
Total général	9			56		

Source : notre enquête

Tableau 15 : résultats du test de Khi²

Khi2 calculé	1,13
NDL	1
Marge d'erreur	5%
Khi2 tabulé	3,84

Source : notre enquête

On remarque que le Khi² calculé est inférieur au Khi² tabulé. Alors, on rejette l'hypothèse H1 et accepte l'hypothèse H0.

Ainsi, on retient que la décision d'entreprendre est encouragée par la motivation de l'entourage des entrepreneurs.

❖ Test d'hypothèse H1

En se basant sur les résultats obtenus, on remarque 82,6% des entrepreneurs déclarent qu'ils sont influencés par leur entourage pour qu'ils se lancer dans l'entrepreneuriat (tableau 10). Cette influence n'a pas épargnée les femmes car d'après le tableau 11, 20% des répondants sont des femmes. Bien qu'elles soient inférieures aux hommes, cela montre que la société accepte de plus en plus le travail des femmes.

Les résultats montrent aussi que 50 répondants sur les 65 déclarent recevoir le soutien de leurs entourages en cas de difficultés selon le tableau 12. Ces résultats sont en phase avec les travaux de (Ndione et al, 2020) qui affirment que la réussite de l'activité entrepreneuriale au sénégalais est appuyée par l'intervention de plusieurs acteurs informels qui jouent un rôle très important dans l'entrepreneuriat.

Le tri croisé et le test de Khi² effectué permettent de confirmer que la décision d'entreprendre est encouragée par la motivation de l'entourage des entrepreneurs. Ces résultats vont dans la même direction que les travaux de Paturel et Arasti (2006) qui ont montré que 80%

des entrepreneurs de nécessités bénéficient de l'aide du réseau familiale et de leur entourage. Ils confirment aussi les travaux de Stam et van Stel (2009) sur la différence entre l'entrepreneuriat dans les pays développés et les pays en développement.

Ces résultats permettent de confirmer l'hypothèse H1. Par conséquent, l'entourage des entrepreneurs ont un impact positif sur le développement de l'entrepreneuriat au Sénégal.

Section2 : Importance de la famille et du guide religieux des entrepreneurs

Dans cette section, nous allons d'abord montrer l'importance des guides religieux dans l'activité des entrepreneurs puis nous terminerons par montrer l'importance de la famille des entrepreneurs dans le développement de leurs activités.

2.1 Importance du guide religieux dans le dans l'activité entrepreneuriale

On remarque également que 49,2% des entrepreneurs de notre population d'étude soit 32 interrogés appartiennent à la communauté mouride. Parmi eux, 7,7% et 29,2% appartiennent respectivement à la communauté niassènes et à la communauté tidjane. Le reste de la population c'est-à-dire les 13,8%, déclare appartenir à d'autres communautés.

Tableau 21 : répartition de la population selon la communauté religieuse

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Autres.....	9	13,8	13,8	13,8
·				
Mouride	32	49,2	49,2	63,1
Niassenne	5	7,7	7,7	70,8
Tidjane	19	29,2	29,2	100,0
Total	65	100,0	100,0	

Source : résultat de notre enquête

Nous remarquons que les guides religieux occupent une place importante dans l'activité des entrepreneurs. En effet d'après les résultats obtenus, on note que le pourcentage des entrepreneurs ayant déclaré que leur guide a un impact dans leur activité est de 70,7%. Ce pourcentage est la somme des réponses affirmant que leur guide a un impact (fort et très fort). Par contre, 27,7% des entrepreneurs déclarent que l'impact qu'a leur guide sur leur activité est faible. Seul un entrepreneur nous a déclaré que son guide a un impact moyen sur son activité.

Le tableau ci-dessous révèle en détail ces chiffres.

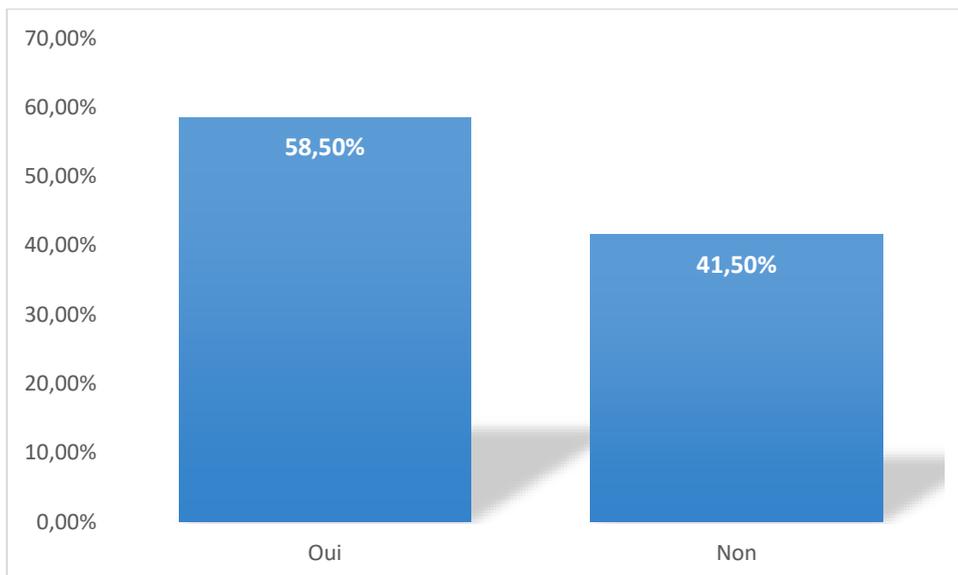
Tableau 22 : répartition de la population selon l'apport du guide religieux

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Faible	18	27,7	27,7	27,7
Fort	37	56,9	56,9	84,6
Valide Moyen	1	1,5	1,5	86,2
Très fort	9	13,8	13,8	100,0
Total	65	100,0	100,0	

Source : résultat de notre enquête

Certains affirment même que leurs guides les orientent dans leur choix d'investissement. Ils sont au nombre de 38 entrepreneurs et représentent 58,5% de notre population d'étude. Cependant une part non négligeable a répondu par la négative c'est-à-dire que leur guide ne les oriente pas sur leur choix. Ils sont au nombre de 27 entrepreneurs et représentent 41,5% de notre population. Le graphique suivant nous donne une nette représentation de la répartition.

Figure 8 : diagramme en barre de la répartition en valeur relative de l'orientation des guides religieux



Source : résultat de notre enquête

Le tableau suivant montre le tri croisé entre l'orientation du guide religieux et la communauté religieuse des entrepreneurs. Ce tri permet de voir la part des entrepreneurs qui se font guider par leur guide religieux.

Tableau 23 : tri croisé communauté religieuse et orientation du guide

	Étiquettes de colonnes				
Étiquettes de lignes	Mouride	Tidjane	Niassenne	Autres	Total général
Oui	25,29%	13,79%	4,60%	5,75%	49,43%
Non	22,99%	16,09%	2,30%	9,20%	50,57%
Total général	48,28%	29,89%	6,90%	14,94%	100,00%

Source : notre enquête

On remarque la majeure partie des entrepreneurs se font guider dans leur choix de financement par leur guide religieux. Autrement dit, il semble que le choix de financement dépend de l'orientation du guide religieux. Pour voir si le résultat est valide, nous allons faire le test d'hypothèse inverse de χ^2 afin de pouvoir tirer une conclusion.

H0 : le choix d'investissement dépend de l'orientation du guide religieux

H1 : le choix d'investissement ne dépend pas de l'orientation du guide religieux

Tableau 24 : éléments de calcul du χ^2

	Mour E.O	E.A	Ecc	Tij E.O	E.A	Ecc	Nias E.O	E.A	Ecca	Autre E.O	E.A	Ecc
Oui	22	20,8	1,2	12	12,9	-0,9	4	3,0	1,0	5	6,4	-1,4
Non	20	21,2	-1,2	14	13,1	0,9	2	3,0	-1,0	8	6,6	1,4
Tot général	42			26			6			13		

Source : notre enquête

Tableau 25 : résultat du test de χ^2

Kh2 calculé	1,60
NDL	3
Marge d'erreur	5%
Chi2 tabulé	7,814

Source : notre enquête

On remarque le Khi^2 calculé est inférieur au Khi^2 tabulé. Ainsi, rejette l'hypothèse H1 et on accepte l'hypothèse H0.

On tire comme conclusion que le choix d'investissement dépend de l'orientation du guide religieux.

❖ Test d'hypothèse H2

D'après les résultats du tableau 21, on note que 86,2% des entrepreneurs interrogés appartiennent à la communauté musulmane et sont répartis dans les différentes confréries. Pour le bon fonctionnement de leur activité la majeure partie des entrepreneurs déclarent qu'il collabore avec toutes les communautés religieuses. Par ailleurs, d'après le tableau 22, 72,2% des entrepreneurs ont déclarés que leurs guides religieux ont un apport important dans leurs activités. Certains entrepreneurs (58,5%) affirment que ces derniers vont parfois plus loin en les orientant dans leur choix d'investissement comme le montre la figure 9.

Même si cela semble inattendu, les guides religieux interviennent de façon plus que prévue dans le développement de l'entrepreneuriat au Sénégal. En effet, ils soutiennent moralement, guident et orientent beaucoup d'entrepreneurs dans leur activité. Ce qui confirme la vision de Simen (2018) qui pense que l'entrepreneuriat sénégalais possède des caractéristiques particulières.

Ces résultats sont consolidés par le tri croisé entre la communauté religieuse des entrepreneurs et l'orientation du guide religieux. Le test d'hypothèse inverse du Khi^2 qui y découle a permis de confirmer que le choix d'investissement des entrepreneurs dépend de l'orientation de leur guide religieux. Cela se justifie par le caractère informel de l'entrepreneuriat au Sénégal et à cela, s'ajoute le manque d'information des entrepreneurs. Cette situation fait que les propriétaires d'entreprise au lieu d'aller vers les organismes formels d'accueils et d'orientations en entrepreneuriat, préfèrent se tourner vers les guides religieux pour obtenir de l'aide ou de l'orientation.

Par ailleurs, ces résultats montrent la part importante qu'occupe la religion sur la vie des entrepreneurs sénégalais et cela apparait dans nos résultats par l'importance que les entrepreneurs accordent à leur communauté religieuse et à leur confrérie. Ces facteurs peuvent expliquer d'avantage l'intervention du guide religieux l'activité entrepreneuriale au Sénégal.

L'ensemble de ces résultats permet la confirmation de **l'hypothèse H2**. Par conséquent les guides religieux ont un impact positif sur le développement de l'entrepreneuriat au Sénégal.

2.2 Importance de la famille dans l'activité des entrepreneurs

Les résultats nous montrent que la majeure partie des entrepreneurs qui constituent notre étude gèrent leurs entreprises avec le soutien de leur famille. Ils représentent 55,4% de notre population d'étude soit 36 entrepreneurs. D'autres gèrent leur entreprise eux-mêmes autrement dit, ils n'emploient ni membre de leurs familles ni employés. Ils représentent 23,1% de notre population d'étude soit 15 entrepreneurs. Seuls 10,8% ont des employés c'est-à-dire 7 entrepreneurs. Le reste, constitué 7 entrepreneurs soit 10,8% de notre population d'étude déclare qu'il gère leur entreprise en recevant parfois le soutien de leurs amis. Le tableau suivant nous donne en résumé ces chiffres.

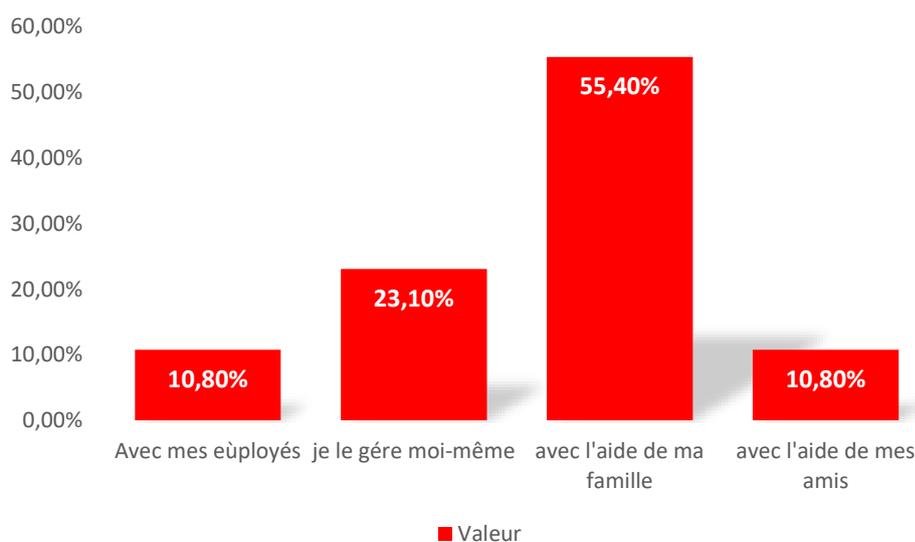
Tableau 16 : répartition des entrepreneurs selon le mode de gestion

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Avec mes employés	7	10,8	10,8	10,8
Je le gère moi-même	15	23,1	23,1	33,8
Je reçois de coup de ma Valide famille	36	55,4	55,4	89,2
Parfois à l'aide des amies	7	10,8	10,8	100,0
Total	65	100,0	100,0	

Source : résultat de notre enquête

La répartition de ces chiffres peut être plus visible à l'aide de la figure si dessous.

Figure 6 : Diagramme en barre des différent souteneurs des entrepreneurs



Source : résultat de notre enquête

Concernant la question du financement, la plus grande partie des entrepreneurs de notre population d'étude ont été financés par leurs propres familles. Ils représentent 86,2% soit 56 entrepreneurs. Les autres, affirment avoir bénéficié du financement des banques et des IMF. Ils sont 7 à être financés par les banques et 2 à l'être par les IMF. Ils représentent respectivement 10,8% et 3,1% de notre population d'étude. Ces résultats sont visibles dans le tableau ci-dessous.

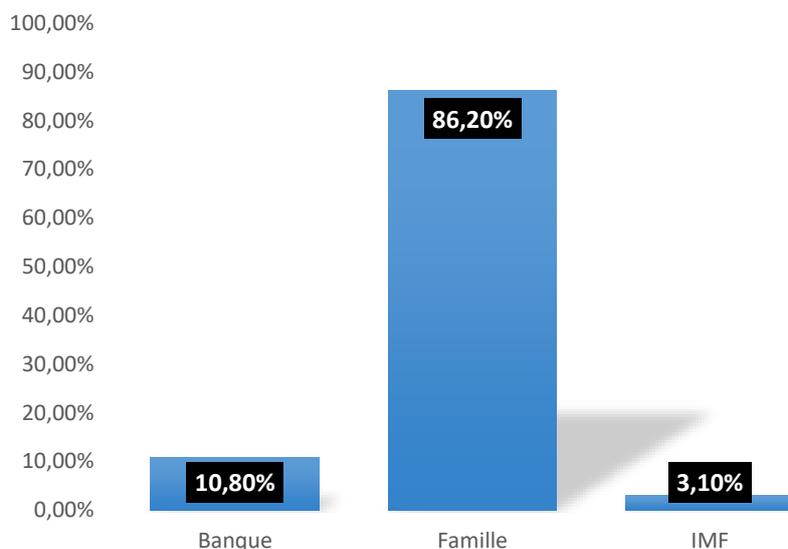
Tableau 17 : répartition de la population selon la source de financement

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Banque	7	10,8	10,8	10,8
Famille	56	86,2	86,2	96,9
IMF	2	3,1	3,1	100,0
Total	65	100,0	100,0	

Source : résultat de notre enquête

On peut mieux voir répartition de la source de financement des entrepreneurs de notre population d'étude à l'aide du diagramme en barre ci-dessous.

Figure 7 : diagramme en barre de la répartition en valeur relatives des sources de financement



Source : résultat de notre enquête

Le tableau suivant fait le tri croisé entre les propriétaires d’entreprises et les sources de financement. L’objectif de ce tri est de voir si effectivement les financeurs de l’activité des entrepreneurs sont en majorité leur famille ou non.

Tableau 18 : tri croisé propriétaire et source de financement

	Étiquettes de colonnes			
Étiquettes de lignes	Famille	Banque	IMF	Total général
Associé	43,68%	5,75%	0%	49,43%
Propriétaire	41,38	4,60%	4,6%	50,57%
Total général	85,06%	10,34%	4,60%	100%

Source : notre enquête

Il apparait clairement que la famille constitue la principale source de financement des entrepreneurs même s’il existe d’autres financeurs à l’égard de la banque et des IMF. Pour tirer un enseignement général de ce résultat, nous allons tester la validité du résultat à l’aide du test d’hypothèse inverse de Khi^2 .

H0 : la famille constitue la principale source de financement des entrepreneurs

H1 : la famille la famille ne constitue pas la principale source de financement des entrepreneurs

Tableau 19 : éléments de calcul du Khi²

Etiquette de ligne	famille E.O	famille E.T	Ecart	Bq E.O	Bq E.T	écart	IMF E.O	IMF E.T	Ecart
Associé	38	36,6	1,4	5	4,4	0,6	0	0	0
Propriétaire	36	37,4	-1,4	4	4,6	-0,6	4	2,0	2,0
Tot général		-	-	56	-	-	2	-	-

Source : notre enquête

Tableau 20 : résultat du test de Khi²

Khi ² calculé	2,2
Khi ² tabulé	5,99
NDL	2
marge erreur	5%

Source : notre enquête

On remarque le Khi² calculé est inférieur au Khi² tabulé. Ainsi, on rejette H1 et on garde H0.

En guise de conclusion, on retient que la famille est la principale source de financement de l'activité des entrepreneurs.

❖ Test d'hypothèse H3

D'après le tableau 16, 56,5% des répondants déclarent qu'ils reçoivent le soutien de leur famille dans la gestion de leurs activités. Ce résultat peut être expliqué par la petite taille de l'activité des entrepreneurs (la figure 6). Il montre l'importance que peut avoir les familles des entrepreneurs et corrobore les résultats de DeMartino et Barbato (2003) qui indique que la famille occupe une place importante dans le développement de l'entrepreneuriat en développement.

La figure 8 montre que 86,2% des entrepreneurs sont financés par leur famille. Ce résultat montre que les Banque et les IMF qui sont souvent considérées comme les leviers de financement des activités entrepreneuriales et d'importants moteurs de la croissance économique, ne répondent pas de manière adéquate aux besoins de financement des entrepreneurs sénégalais. En effet bien que l'entrepreneuriat de nécessité domine au Sénégal, il semble que les banques et les institutions de microfinancement se sont désintéressées de ces activités. Ce que confirme les travaux des Cailloux et al. (2014) sur le problème lié à l'accès

aux financements des entreprises.

Les résultats de la figure 4 et du tableau 8 qui montrent que près de 78,5% des entrepreneurs n'ont pas atteint un niveau d'étude supérieur et la majeure partie d'entre eux, perçoivent de modestes revenus dans leurs activités, ces résultats peuvent être l'origine d'une absence de formation adéquate chez les entrepreneurs. Mais aussi peuvent justifier l'incapacité des entrepreneurs à négocier des crédits nécessaires à la création de leur activité, à connaître les procédures de création d'entreprise formelles et des dispositifs de soutien des entrepreneurs mise en place par l'Etat.

Par ailleurs, selon Ndione et Diouf (2020) le type d'entrepreneuriat sénégalais c'est-à-dire l'entrepreneuriat de nécessité et le fait que la majeure partie des entrepreneurs détiennent de petites entreprises, peuvent expliquer les procédures contraignantes liées aux conditions de prêt, les taux d'intérêt exorbitant qui en découlent et par conséquent le faible taux de financement de l'entrepreneuriat par les banques et IMF.

Le tri croisé et le test Khi² effectués permettent de confirmer que les familles des entrepreneurs sont les principaux financeurs de l'activité des entrepreneurs. Ce qui permet de corroborer les travaux de (Dawatipont, 2014 ; Molou et al, 2018 cités par Ndione 2020) qui montrent que les financements bancaires et des IMF sont marginales dans l'entrepreneuriat de nécessité et que les pratiquants de ce type d'entrepreneuriat sont principalement financés par les membres de leurs familles.

L'ensemble de ces résultats permettent de confirmer **l'hypothèse 3**. Ainsi donc les familles des entrepreneurs ont un impact positif sur le développement de l'entrepreneuriat au Sénégal.

❖ Vérification

Pour montrer l'impact des acteurs socio-culturels, nous avons étudié l'importance et l'apport de ces derniers aux entrepreneurs. Pour cette étude, on a utilisé plusieurs items qui sont représentés par les questions que nous avons exploités. Pour mesurer la consistance interne de ces items afin de nous assurer de la fiabilité et de l'échelle utilisée, nous avons calculé le coefficient Alpha de Cronbach. La valeur de ce coefficient varie généralement de 0 à 1. Elle est jugée acceptable à partir de 0,7 et est calculée à l'aide de la formule suivante.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^k \delta y_i}{\delta x} \right)$$

Avec k est le nombre d'item δx est la variance du score total et δy_i est la variance de l'item i
 Le coefficient peut prendre les valeurs suivantes :

- Entre 0 et 0,5: Valeur insuffisante.
- Entre 0,5 et 0,7: Valeur Limite.
- Entre 0,7 et 0,99: Valeur élevée ou très élevée

Nous avons utilisé 15 items. L'annexe 1 suivant résume l'ensemble des items.

Tableau 2 : Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Alpha de Cronbach basé sur des éléments normalisés	Nombre d'éléments
,824	,840	15

Source : notre enquête

Tableau 26 : Statistiques d'échelle

Moyenne	Variance	Ecart-type	Nombre d'éléments
23,91	51,116	7,150	15

Source : notre enquête

Ces résultats montrent un coefficient alpha de Cronbach égal à 0,824 qui est une valeur très élevée. Ce qui montre que le degré de consistance interne de l'échelle de mesure est significatif. Ainsi, on peut retenir que les données obtenues sont fiables. On constate aussi que les éléments statistiques sont positifs. Ce qui traduit une certaine indépendance entre les items autrement la réponse d'un individu ne peut pas influencer les autres réponses.

Compte tenu de la confirmation de l'ensemble des hypothèses, on peut donc retenir que les acteurs socio-culturels ont un impact positif sur le développement de l'entrepreneuriat au Sénégal.

Conclusion

L'objectif de ce chapitre était de de présenter et de discuter les résultats issus de notre travail de recherche. En effet après notre travail d'enquête sur le terrain, nous avons utilisé les logiciels SPSS et Excel pour exploiter les données que nous avons obtenues à travers les enquêtes. L'analyse de l'ensemble des résultats nous a permis de valider nos hypothèses.

CONCLUSION GENERALE, RECOMMANDATION ET LIMITES

❖ Conclusion générale

En somme, le problème d'employabilité des jeunes et le chômage grandissant en Afrique constituent un véritable handicap pour le développement du continent. Le contexte de mondialisation qui continue de creuser le fossé entre pays développés et pays sous-développés expose de plus en plus les jeunes du continent africain. La fragilité des Etats et le caractère informel des économies africaines ralentissent d'avantage le développement du continent. Compte tenu de cette situation, plusieurs recherches ont montré que le développement du continent peut être catalysé par l'entrepreneuriat.

En effet le développement l'entrepreneuriat entraîne une croissance économique car il crée un réseau d'externalités qui favorise la création de nouvelles idées, la formation de nouveaux marchés et par conséquent la création d'emplois. L'entrepreneuriat permet de lutter contre la pauvreté, de créer de la richesse et de participer à l'évolution du système économique. De nombreuses instances mondiales perçoivent l'entrepreneuriat comme un moyen de lutter contre les crises économiques et de pallier au développement du continent africain. Cependant, le faible développement de l'esprit d'entreprendre en Afrique fait que la promotion de l'entrepreneuriat devient un besoin urgent.

Cette urgence pousse les gouvernements africains à déployer beaucoup d'efforts pour la promotion de l'entrepreneuriat. Certains vont jusqu'à créer des organismes et structures d'appui, de soutien et de promotion à l'entrepreneuriat. On peut citer le Sénégal qui a créé la DER. C'est la raison pour laquelle des discours faisant la promotion de l'entrepreneuriat émergent de partout de nos jours. Les résultats de ces efforts peinent à se sentir dans le continent grâce à un certain nombre de difficultés qui empêchent l'épanouissement de l'entrepreneuriat. On peut citer les difficultés liées à l'accès aux financements, l'insuffisance des structures d'appui aux entrepreneurs...

Au Sénégal, les entrepreneurs surmontent ces difficultés grâce aux soutiens des acteurs socio-culturels. La constitution de l'économie sénégalaise, qui est dominée par des activités informelles, fait que la majeure partie des entrepreneurs intervient dans le secteur informel. Cette situation fait que l'entrepreneuriat qui s'y pratique est dit de nécessité. Entreprendre dans le contexte sénégalais est souvent considéré comme une activité laborieuse car faisant intervenir plusieurs acteurs socio-culturels.

En effet, la faible intervention des acteurs du gouvernement dans le secteur informel, la quasi absence des dispositifs de soutien aux entrepreneurs, les difficultés liées à l'accès aux financements constituent d'énormes difficultés pour les entrepreneurs. Face à ces difficultés perçues comme des goulots d'étranglement, les entrepreneurs sénégalais n'ont souvent d'autre issue que de se tourner vers les acteurs socio-culturels.

❖ **Recommandation**

De notre travail, il en ressort que l'économie sénégalaise abrite de nombreux entrepreneurs informels avec l'intervention de plusieurs acteurs informels. Au lieu des acteurs classiques de financement, c'est d'autres acteurs qui aident les entrepreneurs dans le développement de leurs activités. L'intervention de ces acteurs se situe à plusieurs niveaux. En effet, ils financent les activités entrepreneuriales et en cas de difficultés liées à leur activités, ils les aident à les surmonter. Ils les aident dans la gestion de leur activité, les orientent dans leur choix de financement et les encouragent et les soutiennent moralement dans leurs activités entrepreneuriales. Ainsi apparaît l'impact positif des acteurs socio-culturels dans le développement de l'entrepreneuriat au Sénégal.

Cependant, compte tenu des travaux de Malou (2018), qui montrent que les banques et les institutions de microfinancement dans la zone UEMOA sont sur liquides. Etant donné que ces dernières possèdent des critères bien précis liés à leur fonctionnement et à leurs conditions de prêt, Les entrepreneurs gagneront en allant se formaliser car cela pourra les aider à réduire l'asymétrie d'information mais aussi la formalisation les aidera à capter au maximum les financements des institutions classiques.

❖ **Limites de notre travail**

La première limite renvoie à la taille réduite de notre échantillon. Vu que la zone d'étude que nous avons choisie est connue pour sa confidentialité ainsi que pour son caractère conservateur d'une part, et compte tenu de la réticence et le manque de confiance des entrepreneurs d'autre part, nous avons dû nous confronter à beaucoup de difficultés pour pouvoir recueillir le maximum d'information pour notre travail.

Cependant, malgré de toutes ces contraintes, nous sommes parvenus à une certaine saturation théorique qui nous a permis de valider nos résultats, ce qui écarte certaines critiques que notre taille d'échantillon pourrait générer.

Une deuxième limite de notre travail est une limite courante dans les recherches en sciences

sociales, puisque nous faisons appel à des entrepreneurs que nous ne connaissons pas et qui ne sont pas parfois des musulmans. Ainsi notre étude se retrouve avec un biais lié à l'absence de guide religieux. Toutes ces limites peuvent en effet être exploitées dans des travaux futurs. Car ce travail peut faire l'objet d'une généralisation de manière concrète dans le Sénégal pour d'éventuels travaux de thèse.

Bibliographie

Ouvrages

Albagli, et al. (1984) « *La création d'entreprise en Afrique* ».

Charreaux, G. (1998). « La théorie positive de l'agence », Université de Bourgogne, lecture et relectures. *G. Koenig, 1998*(March).

Denis et al. (2019). « les approches inductives dans la collecte et l'analyse des données » *Approches Inductives: Travail Intellectuel et Construction Des Connaissances*, 6(1), 1.

Juvin, H. (2001). « *Le risque bancaire* », *Equinoxe*, 37, P18.

Lupton, S. (2009). « *Incertitude sur la qualité de l'asymétrie d'information à l'incertitude* » partagée Sylvie Lupton, version : HAL Id : tel-00418524 A l' Université Paris X-Nanterre.

T, Côme et G, Rouet. (1993) « *Initiation à l'analyse économique des comportements* », Octobre 1993.

Verstraete, T. (2002). « *Essai sur la singularité de l'entrepreneuriat comme domaine de recherche* », Editions de l'ADREG

Revues

Aktouf, O., (1987), « Méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations : une introduction à la démarche classique et une critique ». *Montréal : les presses de l'université du Québec*, 213p

Audretsch D. (2006). « L'émergence de l'économie entrepreneuriale »

Badia et al. (2013). « Les freins et obstacles l'entrepreneuriat féminin ». *Recherche Sociale*, N° 208 <https://doi.org/10.3917/recsoc.208.0007>

Bah et al. (2022). « La transmission des entreprises familiales au Sénégal : quelles spécificités culturelles » *Revue internationale P. M. E.*

Berrou et al. (2021). « L'entrepreneuriat en Afrique : entre (ré)émergence d'un discours et reconfigurations des pratiques ». 245(0).

Benoît Tine –MFC et al. (2017). « Le défi des PME Sénégalaises : concilier tradition et modernité. Le cas de l'entreprise Guirassy »

BOUBAKARI et al. (2020). « Chômage et entrepreneuriat en Afrique francophone : Cas du

Bénin, Cameroun, Maroc et Tunisie ». *Global Journal of Management and Business Research: A Administration and Management*, 20(18), 8.

Bouët, A. (2005). « L'introduction de l'hypothèse de l'asymétrie d'information dans la politique de l'économie et du protectionnisme ». *Revue d'Economie Politique*, 115(5), 561–572. p.155.0561

Boutillier, S et Uzinidis, D. (2013). « L'Entrepreneur schumpétérien ». *Pensee*, 375, 97–109. 10. p.375.0097

Bouyzem et Al Meriouh, (2017). La recherche en science de gestion : étapes, paradigmes épistémologiques et justification de la connaissance.

DeMartino, R., et Barbato, R. (2003). « Différences entre les femmes et les hommes entrepreneurs MBA : explorer la flexibilité familiale et la création de richesse comme motivations de carrière ». *Journal of business venturing*, 18 (6), 815-832.

Dimé, M. (2015). «Flamber moins et investir utile»: La promotion de l'entrepreneuriat chez des migrants de retour au Sénégal. *Africa Development*, 40(1), 81–97.

Dia, A. A. (2011). « L'Université sénégalaise face à la problématique de l'entrepreneuriat », *Revue de l'Entrepreneuriat*, 10(1), 9

Faure, Y. A. (1992). « Financement de la petite et moyenne entreprise à Toumodi (Côte-d'Ivoire): l'illusion informelle ». *Revue internationale PME*, 5(3), 61-88.

Félix, N. T. E. P et ZAMMAR, R. (2020). « Entrepreneuriat féminin en Afrique: catalyseur de transformation économique et approche de réussite », *Moroccan Journal of Entrepreneurship, Innovation and Management*, 5(2), 103-115.

Giordano et al. (2022). « Pourquoi je préfère la recherche quantitative / Pourquoi je préfère la recherche qualitative ».

Guillemette, F. (2022). « L'approche de la Grounded Theory; pour innover » *Recherches Qualitatives*, 26(1), 32.

Larcher, L. (2021). « La médiatisation de l'entreprise et de l'entrepreneuriat en Afrique », *Revue Internationale Des Études Du Développement*, N° 245(1), 227–237.

Lehuger, S. (2018). « The social franchise: a relevant business model for development aid policy? ». *July*, 0–114

- M, Ndione et S, Haddadj. (2020).** « Echecs des différentes politiques d’octroi de crédits destinées aux entrepreneurs du secteur moderne des pays en développement : le cas du Sénégal »
- M, Ndione et Diouf DKO (2020).** « Rôle des institutions de microfinance dans le financement de l’entrepreneuriat féminin »
- M, Ndione et al. (2022).** « COVID-19 : Impacts économiques et sociaux, politiques de riposte et stratégies de résilience »
- Masciotra (2007).** « Le constructivisme en terme simple »
- Mercier, S. (2014).** « Stratégique : une synthèse de la littérature ». June.
- Mercier, S. (2019).** « La théorie des parties prenantes ». *Janvier 2006*.
- Madani, W. E. (2010).** « Théorie de l’Agence et composition du conseil d’administration dans les entreprises familiales »: *Apports. 2009*, p.1–18.
- Mechtour, R. (2020).** « L’entrepreneuriat, enjeux et importance ». *Janvier*.
- Miliani, N. (2016).** « Fonctionnement et évolution des équipes entrepreneuriales : une modélisation systémique dans une perspective d’accompagnement à la création d’entreprise », *version : HAL Id : tel-01296548 MOSBAH MILIANI- Structure*.
- Miliani, V., Paris, U., & Arts, A. (n.d.).** *11^{ème} congrès de l’Académie de l’Entrepreneuriat et de l’Innovation Artistes-entrepreneurs : proposition d’une typologie*.
- Neves, E. (1994)** « Entreprendre au Sénégal après la dévaluation »
- Ndour, M et al. (2015).** « L’entrepreneuriat social au Sénégal » *June*.
- Ndoffène, C et al. (2022).** « La crise du financement de la petite ou moyenne entreprise (PME) au Sénégal, 48–60.
- Paturel, R., & Arasti, Z. (2006).** « Les principaux déterminants de l’entrepreneuriat féminin » *8^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME*, 26-28.
- Perrin, N. (2004).** « La méthode inductive, un outil pertinent pour une formation par la recherche? Quelques enjeux pour le mémoire professionnel », *Revue Des HEP, Janvier*, 125–137.
- Simen, S. F. (2018).** « Dynamique de l’entrepreneuriat informel au Sénégal : caractéristiques et particularités », *version : HAL Id : halshs-01782037*

Stam, E. et Stel, AV (2009). « Entrepreneurs à forte croissance, politiques publiques et croissance économique. *Politiques publiques en faveur de l'entrepreneuriat : une perspective européenne* » 91-110.

Tessier. C et Fayolle, A. (2016). 'Une approche typologique de l'entrepreneuriat de nécessité ». RIMHE : Revue Interdisciplinaire Management, Homme & Entreprise, n° 22, vol(3), 74–92.

Tessier-Dargent, C. (2014). « Les paradoxes de l'entrepreneuriat de nécessité : Strapontin ou tremplin ? », *Entreprendre & Innover*, 20(1), 24.

Tiberghien, R. (1989). «Industrialisation en Afrique », *Publications de la Sorbonne Stable /23590728*. 30(118), 441–453

Vito et Ph, D. (2008). « Identification Des Mécanismes. Communication », p. 28–31

Charreire, S. et Huault, I. (2001). « Le constructivisme dans la pratique de recherche: une évaluation à partir de seize thèses de doctorat. Finance contrôle stratégie », 4(3), 31-55.

Yassine, S. (2021). « Développement économique et emploi en Afrique francophone », *March 2020*.

Thèses

Akouwerabou, L. (2018). « L'effectuation dans l'entrepreneuriat: le cas de l'entrepreneuriat féminin au Burkina Faso », (Doctoral dissertation, Sorbonne Paris Cité).

Dia, I. (2016). « Entrepreneuriat féminin : essai empirique sur les déterminants de l'entrepreneuriat des femmes dans le secteur informel à Dakar (Sénégal) » ; Thèse en Sciences de Gestion, à l'école doctorale en économie et gestion Normandie (Caen).

Mbodji Diop, N. S. (2019). « Le processus entrepreneurial féminin: une approche compréhensive dans le contexte sénégalais », (Doctoral dissertation, Lille).

MBODJI DIOP, Ndéye Sira. (2019) « Le processus entrepreneurial féminin: une approche compréhensive dans le contexte sénégalais », Thèse de doctorat. Lille.

Rapports

Afrique. (2011). Rapport sur le développement en Afrique 2011

Afrique. (2020). Rapport sur le développement de l'entrepreneuriat

Afrique, E. (2011). Développement de l'entrepreneuriat. Rapport Sur Le Développement En Afrique 2011, 137–148.

ANSD. (2021). Situation Economique Et Sociale Régionale, 347.

Archive, R. (2017). « Rapports sur les déterminants de l'entrepreneuriat féminin à Dakar » 81293.

I&P et FERDI, (2018). « Evaluation des impacts d'un emploi formel au Sénégal »

Ministère de l'éducation nationale du Sénégal. (2014). « Etat des lieux de l'éducation de base au Sénégal », Page 136.

Nene Oumou Deffa et al (2014). « Les déterminants de l'entrepreneuriat des jeunes en Afrique de l'Ouest : Le Cas de la Mauritanie et du Sénégal », Rapport de Recherche Du FR-CIEA N°81/14, 1–64.

Sites internet

https://www.cairn.info/recherche_avancee.php

<http://psycho.univ-lyon2.fr>

<https://doi.org>

<https://www.jstor.org>

<http://www.researchgate.net>

http://web.hec.ca/airepme/images/File/Livres/adreg_

Annexe 1 : Tableau 28 : statistiques de total des éléments

	Moyenne de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Variance de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Corrélation complète des éléments corrigés	Carré de la corrélation multiple	Alpha de Cronbach en cas de suppression de l'élément
1. Source de financement de la création de votre entreprise ?	22,74	50,665	,038	,318	,837
2. Votre entourage vous a-t-il influencé ?	22,77	47,368	,757	,956	,818
3. Genre	22,69	46,029	,874	,940	,812
4. Situation matrimoniale	22,43	45,062	,761	,793	,810
5. Situation sociale	22,65	50,545	,051	,238	,837
6. Niveau d'étude	21,08	35,322	,749	,935	,797
7. Etes-vous	22,57	45,405	,853	,942	,810
8. Statut juridique	22,29	38,273	,898	,981	,785
9. Taille de votre entreprise	22,23	46,993	,525	,786	,820
10. Champs d'action géographique ?	22,48	42,316	,845	,818	,799
11. Dans l'éventualité où vous rencontrez des difficultés, quelle est la nature des problèmes ?	21,97	45,530	,227	,322	,844
12. Quelle est votre communauté religieuse ?	21,91	46,585	,145	,262	,854
13. Quelle est la place du guide et son impact dans votre activité ?	22,18	49,653	,100	,380	,838

14. Le guide vous oriente-t-il dans vos choix ?	22,57	50,874	,002	,333	,839
15. Pour quel motif êtes-vous entrepreneur ?	22,15	35,382	,888	,955	,781

Annexe 2 : Questionnaire

1. Genre

1. Homme 2. Femme

2. Age

3. Situation matrimoniale

1. Célibataire 2. Marié(e) 3. Divorcé(e)
 4. Veuf(ve) 5. Séparé(e)

4. Situation sociale

1. Revenu Modeste 2. Revenu Modeste
 3. Revenu Moyenne 4. Revenu aisé
 5. Revenu Riche

5. Niveau d'étude

1. Analphabète 2. Niveau élémentaire
 3. Niveau Brevet 4. Niveau bac
 5. Niveau supérieur

6. Etes-vous

1. Propriétaire 2. Associé 3. Autre

7. Statut juridique

8. Nom de votre entreprise

9. Taille de votre entreprise

10. Nombre d'employés

1. Hommes:..... 2. femmes:.....

11. Date de création

12. quel est le métier principal de votre entreprise ?

13. Comment est-ce que vous le mettez en place pour être meilleurs que les autres ?

14. Y a-t-il d'autres métiers que vous faites dans votre entreprise ?

15. Champs d'action géographique

1. Local 2. Régional 3. National
 4. Internationale

16. Pour quels motifs êtes vous entrepreneur ?

1. Survivre 2. Garder une tradition
 3. Innovation 4. Environnement naturel
 5. Autres

17. De quelle manière votre entourage vous a-t-il influencé ?

1. Oui 2. Non

18. Sources de financement lors de la création de votre entreprise ?

1. Etat 2. Banques 3. IMF
 4. Famille 5. Guide religieux

19. Comment gérer-vous vos relations avec vos financeurs ?

20. Comment faites vous pour gerer votre entreprise ?

21. Style de management

1. Directif 2. Consultatif 3. Participatif
 4. Paternaliste 5. Autres

22. Dans l'éventualité où vous employez des amis et des membres de la famille, comment gerez-vous vos relations ?

23. Est-ce que votre métier est plus orienté vers le produit ou le service ?

1. Produit 2. Service

24. Dans l'éventualité où vous êtes plus orienté vers le produit, transformez-vous les matières premiers en produits finis ?

1. Oui 2. Non

25. Dans l'éventualité où vous êtes plus orienté vers le produit, comment écoutez-vous vos produits ?

26. Dans l'éventualité où vous êtes plus orienté vers le produit, comment faites-vous pour vous approvisionner en matières premières ?

27. Dans l'éventualité où vous êtes plus orienté vers le produit que proposez-vous aux clients ?

28. Dans l'éventualité où vous êtes plus orienté vers le service, que proposez-vous aux clients ?

29. Avec vos clients, est-ce qu'ils payent au comptant ?

1. Oui 2. Non 3. Autres.....

30. Avec vos fournisseurs, est-ce qu'ils sont payés au comptant ?

1. Oui 2. Non 3. Autres.....

31. Ya-t-il un équilibre financier que vous devez maintenir pour continuer à exister ?

32. Dans l'éventualité où cet équilibre financier n'est pas atteint, comment faites vous ?

33. Dans l'éventualité où vous rencontrez des difficultés, quelle est la nature de ces problèmes ?

34. Comment les avez vous surmontés ?

35. Dans l'avenir quel est votre objectif ?

36. Comment voulez-vous conduire votre affaire dans l'avenir (Que voulez-vous garder et que voulez vous changer)

1. garder:
 2. changer:.....

37. Quelle est votre communauté religieuse ?

1. Mouride 2. Niassenne 3. Tijane 4. autres

38. Quelle est la place du guide et son impact dans votre activité ?

1. Faible 2. Moyen 3. Fort 4. Tres fort

39. Le guide vous oriente-t-il dans vos choix ?

1. Oui 2. Non

40. Avec quelle communauté religieuse souhaitez-vous collaborer ?

41. Avez-vous autre chose à dire que vous n'auriez pas dit dans les réponses ?

Table des matières

Remerciements	i
Dédicace	ii
Liste des abréviations	iii
Liste des tableaux	iv
SOMMAIRE	vi
Résumé	vii
INTRODUCTION GENERALE.....	1
PARTIE 1 : CADRE THEORIQUE ET CONCEPTUEL	5
CHAPITRE 1 : DEFINITION DE L'ENTREPRENEURIAT.....	6
Section 1 : Définition conceptuelle	7
1.1 La notion d'entrepreneur selon les économistes	8
1.2 Selon les psychologues et spécialistes du comportement humain	8
1.3 Les gestionnaires	9
Section 2 : Théories mobilisées.....	11
2.1 Théorie de l'agence	11
2.2 Théorie de la partie prenante	12
2.2 Théorie d'asymétrie information.....	14
CHAPITRE 2 : ENTREPRENEURIAT DANS DIFFERENT CONTEXTE	17
Section 1 : Entrepreneuriat dans les pays développés et en développement.....	18
1.1 Impact sur le plan économique.....	19
1.2 Impact sur le plan social.....	21
1.3 Impact sur le plan international	23
Section 2 : Entrepreneuriat au Sénégal	24
2.1 Caractéristiques de l'entrepreneuriat Sénégalais.....	24
2.2 Le financement de l'entrepreneuriat	30
PARTIE 2 : PARTIE EMPIRIQUE.....	34

CHAPITRE 1 : METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE.....	35
Section 1 : Méthodologie de la recherche	36
1.1 L'approche méthodologique de la recherche	36
1.2 Position épistémologique : le positivisme aménagé.....	37
1.3 La méthode de raisonnement : une logique hypothético-déductive.....	38
Section 2 : Technique de collecte.....	38
2.1 Présentation de la zone d'étude et de l'échantillon	38
2.2 Enquête par le questionnaire	41
2.3 Analyse et traitement des données	41
CHAPITRE 2 : R2SULTATS ET DISCUSSIONS	44
Section 1 : Profil des entrepreneurs et le soutien de leur entourage.....	45
1.1 Le profil des entrepreneurs.....	45
1.2 Importance de l'entourage des entrepreneurs dans l'activité des entrepreneurs	52
Section2 : Importance de la famille et du guide religieux des entrepreneurs.....	55
2.1 Importance du guide religieux dans le dans l'activité entrepreneuriale.....	55
2.2 Importance de la famille dans l'activité des entrepreneurs	59
CONCLUSION GENERALE, RECOMMANDATION ET LIMITES	65
Bibliographie.....	68
Annexe 1	73
Annexe 2	75
Table des matières.....	78