

5.3 Les motivations entrepreneuriales et l'adversité face aux risques



TEMPS DE LECTURE: 3 MIN

Les motivations d'un entrepreneur peuvent être multiples et elles sont influencées par de nombreux facteurs. Ces facteurs sont généralement classés en deux groupes : les facteurs externes et les facteurs internes.¹ En voici quelques exemples :

Facteurs externes

- L'emplacement géographique
 - La famille
- Les expériences de travail
 - Les médias
- Le statut socio-économique

Facteurs internes

- La personnalité
- Les préférences personnelles
- Les croyances
- Les compétences
- L'âge



preteursnovateurs.ca • leadinglenders.ca

Des entrepreneures nées ou créées?

Les études tendent à démontrer qu'une femme qui provient d'une famille où l'un des parents ou membres de la famille est entrepreneur a plus de chance de se lancer en affaires, notamment si ce modèle d'influence est féminin.² Mais il n'y a pas que les facteurs externes qui sont influents. N'importe quelle femme qui possède un intérêt pour l'entrepreneuriat peut entretenir le rêve de posséder une entreprise. Bref, quoique certaines femmes sont assurément nées dans des environnements propices à l'entrepreneuriat, il ne fait aucun doute que d'autres femmes peuvent aussi devenir entrepreneures.

Passion ou nécessité?

Pourquoi pas les deux? Au-delà des facteurs externes et internes, il existe aussi d'autres facteurs qui influencent les entrepreneurs, ce sont les facteurs de pression et les facteurs d'attraction.³

Un facteur de pression est relié à une raison qui force la personne à se lancer dans l'entrepreneuriat par nécessité ou par contrainte, par exemple un revenu insuffisant, un emploi insatisfaisant ou un manque d'emploi.

Quant à lui, un facteur d'attraction est relié à une raison qui, comme le mot l'indique, attire une personne vers l'entrepreneuriat. Des exemples de facteurs d'attraction sont la volonté de créer ou d'offrir un nouveau produit ou service, la recherche d'une plus grande flexibilité ou autonomie et le désir de s'épanouir professionnellement.⁴

D'après certaines études récentes, les femmes deviennent généralement entrepreneures parce qu'elles sont influencées par des facteurs d'attraction, c'est-à-dire qu'elles se lancent en affaires par passion.⁵

Motivations entrepreneuriales populaires selon le genre

Les femmes seraient souvent motivées par d'autres raisons que des raisons financières en tant qu'entrepreneures. Pour de nombreuses entrepreneures, leurs motivations proviennent du style de vie qu'elles cherchent à obtenir et de l'impact que peut avoir l'entrepreneuriat sur leurs familles.⁶



Connaître les motivations d'une entrepreneure est très important. En effet, prendre conscience des raisons qui poussent une femme à être entrepreneure peut permettre de mieux comprendre ses besoins, ce qui peut ultimement assurer la création d'une relation plus positive entre les prêteurs et les entrepreneures.

Les femmes entrepreneures et l'adversité face aux risques

Les études démontrent que ce n'est pas que les femmes entrepreneures ne prennent pas de risques ou qu'elles n'aiment pas en prendre, mais plutôt qu'elles ont une différente façon d'approcher les risques que les hommes.⁷ Malheureusement, nous percevons trop souvent la prise de risque d'une façon traditionnelle, c'est-à-dire que nous associons les risques aux profits et à la croissance rapide qu'ils sont en mesure de générer. Bien sûr, le profit occupe une place importante pour les femmes entrepreneures, mais elles associent aussi le succès de leurs entreprises à d'autres composantes qui sont rarement liées à la prise de risque telles que:⁸

- La création et le maintien de relations positives et durables avec la clientèle
- L'équilibre vie-carrière
- Le rayonnement communautaire

Bref, les femmes préfèrent avoir une approche holistique et à long terme quand vient le temps de se lancer en affaires, ce qui laisse croire que leurs entreprises connaissent une croissance plus lente et soutenue que celles appartenant à des hommes.

Les femmes entrepreneures n'ont pas peur de prendre des risques, elles sont tout simplement plus prudentes dans leurs prises de décisions. Elles préfèrent faire des choix réfléchis et calculés.⁹ Elles ne sont donc pas craintives face aux risques, elles sont tout simplement des entrepreneures avisées.¹⁰

Pour en apprendre davantage sur la croissance des entreprises appartenant à des femmes, voir **l'outil 5.4**.

Références

- 1 The Beacon Agency (Mars 2018). Innover Partout, au Quotidien : Les femmes entrepreneures et l'innovation, avec l'Université Carleton, le Groupe Financier BMO, Innovation, Sciences et Développement Économique Canada et Affaires Autochtones et du Nord Canada, p. 18.; Portail de connaissances pour les femmes en entrepreneuriat (2020). État des lieux de l'entrepreneuriat féminin au Canada 2020. Toronto, Diversity Institute, Toronto Metropolitan University, p. 33.
- 2 Hans K. Hvide et Paul Oyer (Janvier 2018). Dinner Table Human Capital and Entrepreneurship, document de travail no. 24198, National Bureau of Economic Research, https://www.nber.org/system/files/working_papers/w24198/w24198.pdf (page consultée le 19 novembre 2020).; Portail de connaissances pour les femmes en entrepreneuriat (2020). État des lieux de l'entrepreneuriat féminin au Canada 2020. Toronto, Diversity Institute, Toronto Metropolitan University, p. 16.
- 3 The Beacon Agency (Mars 2018). Innover Partout, au Quotidien : Les femmes entrepreneures et l'innovation, avec l'Université Carleton, le Groupe Financier BMO, Innovation, Sciences et Développement Économique Canada et Affaires Autochtones et du Nord Canada, p. 18.
- 4 The Beacon Agency (Mars 2018). Innover Partout, au Quotidien : Les femmes entrepreneures et l'innovation, avec l'Université Carleton, le Groupe Financier BMO, Innovation, Sciences et Développement Économique Canada et Affaires Autochtones et du Nord Canada, p. 18.
- 5 The Beacon Agency (Mars 2018). Innover Partout, au Quotidien : Les femmes entrepreneures et l'innovation, avec l'Université Carleton, le Groupe Financier BMO, Innovation, Sciences et Développement Économique Canada et Affaires Autochtones et du Nord Canada, p. 18.
- 6 BMO for Women (Février 2020). How to Overcome Gender Stereotypes about Women Business Owners, <https://bmoformwomen.com/business-ownership/managing/how-to-overcome-gender-stereotypes-about-women-business-owners/> (page consultée le 5 octobre 2020).; Guiseppina Maria Cardella, Brizeida Raquel Hernandez-Sanchez et José Carlos Sanchez-Garcia (Juillet 2020). "Women Entrepreneurship: A Systematic Review to Outline the Boundaries of Scientific Literature", Frontiers in Psychology, <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2020.01557/full> (page consultée le 25 septembre 2020).
- 7 BMO Wealth Management Report (Septembre 2016). Are there gender differences among entrepreneurs, p. 8.

- 8 BMO for Women (Août 2018). They Are All Entrepreneurs But They Are Not All The Same, <https://bmoforwomen.com/business-ownership/starting/they-are-all-entrepreneurs-but-they-are-not-all-the-same/> (page consultée le 30 septembre 2020).
- 9 BMO Wealth Management Report (Septembre 2016). Are there gender differences among entrepreneurs, p. 8.
- 10 BMO for Women (Février 2020). How to Overcome Gender Stereotypes about Women Business Owners, <https://bmoforwomen.com/business-ownership/managing/how-to-overcome-gender-stereotypes-about-women-business-owners/> (page consultée le 5 octobre 2020).

Déclaration

Tous les documents préparés pour le projet PRÊTEURS NOVATEURS ont été conçus avec l'objectif de respecter la terminologie la plus appropriée et la plus à jour que possible. Cependant, nous réalisons que cette terminologie est toujours sujette à changement au fil du temps. Au meilleur de nos connaissances, nous avons cherché à utiliser des termes qui sont respectueux de la dignité et des droits de tous les individus.