

**Perception du succès entrepreneurial dans les PME  
algériennes: Approche basée sur la compréhension**  
**Perception of entrepreneurial success in the Algerian environment:  
approach based on understanding**

**Aimad DATOUSSAID<sup>1\*</sup>, Naima LABIAD<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Université Djilali Liabès Sidi Bel-Abbes, (Alger), datou\_imad@yahoo.fr

<sup>2</sup> Université Djilali Liabès Sidi Bel-Abbes, (Alger), labiad.naima.88@gmail.com

Received: 30/10/2021

Accepted: 04/01/2022

Published: 01/06/2022

**Abstract:**

S'inspirant des avancées des recherches managériales sur l'entrepreneuriat à l'échelle de l'entreprise, cet article étudie principalement la perception du succès entrepreneurial par l'entrepreneur algérien. Les résultats de l'étude qui s'est basée sur une approche qualitative comprenant 10 entrepreneurs algériens, nous a permis de déceler les critères de succès entrepreneurial exprimés subjectivement et qui sont: croissance d'entreprise, satisfaction personnelle, parties prenantes satisfaites, innovation/marché et mission sociale. Ces critères du succès nous révèlent l'existence de quatre compréhensions du succès entrepreneurial, s'agissant d'une compréhension individuelle, interrelationnelle, évolutionniste et sociétale.

**Mots clés: Entrepreneur algérien - Succès entrepreneurial – Perception–  
Critères de succès**

**Jel Classification Codes: L26, M14**

**Abstract:**

Inspired by advances in managerial research on entrepreneurship at the enterprise level, this article particularly studies the perception of entrepreneurial success by Algerian entrepreneur. The results of the study, which was based on a qualitative approach including 10 Algerian entrepreneurs, allowed us to identify the criteria of entrepreneurial success expressed subjectively and which are: business growth, personal satisfaction, satisfied stakeholders, innovation / market

---

\* Auteur correspondant

and social mission. These success criteria reveal us that there are four understandings of entrepreneurial success, ranging from individual, inter-relational, evolutionary, and societal understanding.

**Keywords: Algerian entrepreneur - Entrepreneurial success - Perception / Understanding - Success criteria**

**Jel Classification Codes: L26, M14.**

## **1. Introduction:**

L'entrepreneuriat est un processus dynamique de création de richesse qui pousse les individus à sacrifier du temps, montrer un engagement et supporter les risques financiers, physiologiques et sociaux afin d'en tirer une satisfaction d'ordre monétaire et non monétaire (Hisrich, 2004). Au sein de ce processus, l'entrepreneur est identifié comme le maillon fort pour la survie de l'entreprise et comme un élément déterminant de son succès ou son échec. Malheureusement, près des deux tiers des entreprises échouent ou abandonnent dans les quatre années suivant leur création selon (Bann, 2007). Certes, l'activité entrepreneuriale se heurte en amont à des difficultés susceptibles de ralentir un projet entrepreneurial. Néanmoins, plusieurs entrepreneurs talentueux réussissent et arrivent à réaliser des résultats satisfaisants. Shrestha, (2002) avance que plusieurs *success stories* dans le monde entier ont attiré l'attention et depuis le succès entrepreneurial se trouve au cœur des préoccupations de plusieurs chercheurs en sciences de gestion. d'après (Wach et al, 2016), les recherches sur ce que signifie le succès entrepreneurial sont rares. Aucun consensus sur ce que l'on entend par le succès entrepreneurial des entreprises n'est trouvé à ce jour. Le succès entrepreneurial est l'un des sujets sur lesquels la littérature renvoie à plusieurs domaines, à l'économie, à la psychologie et la sociologie d'après (Van Praag, 2003). Définir le succès d'une entreprise est une tâche extrêmement difficile dans tout type d'entreprise, en particulier dans le contexte des PME (Perez et Canino, 2009). La dimension de l'entrepreneuriat est de nature intimement individuelle, pourtant les recherches sur l'entrepreneuriat se sont principalement concentrées sur les conceptions du succès au niveau de l'entreprise et non pas

au niveau de l'individu (Achtenhagen et al, 2010). Il est extrêmement difficile d'associer l'entrepreneuriat à la nature unique de l'individu, car les processus mentaux et les actions physiques qui découlent des entrepreneurs réussis ne peuvent être reproduits (Peterson, 2017).

La plupart des recherches se sont orientées vers l'étude du succès entrepreneurial au niveau de l'entreprise en écartant les visions et les compréhensions individuelles des patrons (Angel et al., 2018). Les approches mises en place, étaient larges et majoritairement quantitatives. Dans le cadre de cet article, l'entrepreneuriat est étudié au niveau de l'individu, précisément l'entrepreneur algérien. L'approche utilisée, consiste à définir ce que signifie le succès entrepreneurial pour l'entrepreneur algérien d'une part et d'autre part identifier les critères de succès communs et examiner l'influence des perceptions sur le succès. En effet, en Algérie, beaucoup d'entreprises ont connu un véritable succès comme l'entreprise *Iris Sat*, *Inerga*, *Imadrassa*, *Orascom* ...etc. C'est pourquoi, nous tentons d'analyser la perception et la compréhension du succès entrepreneurial chez l'entrepreneur algérien, en se référant à certaines *success stories*. Aussi, nous étudions les facteurs susceptibles de modifier la perception du succès d'où la problématique : *Comment les entrepreneurs algériens perçoivent le succès entrepreneurial ? Et quel sont les critères du succès qui peuvent influencer ou changer leur perception du succès entrepreneurial?* La structure de l'article est la suivante : dans un premier temps, nous abordons une revue de littérature portant sur le succès entrepreneurial. Ensuite, nous présentons la méthodologie de recherche, qui est de nature qualitative. Enfin, nous discutons les résultats des différentes compréhensions du succès entrepreneurial en se basant sur l'étude initiée par Angel et al. (2018). En parallèle, nous attacherons à détecter les critères pouvant influencer la perception du succès entrepreneurial dans le milieu algérien.

## **2. Revue de littérature sur le succès entrepreneurial**

Le succès entrepreneurial a été défini de différentes manières (Makhbul, 2011). La définition la plus simple consiste à utiliser des éléments tangibles tels que les revenus ou la croissance de l'entreprise selon (Amit et al., 2000). Le succès entrepreneurial est multiforme impliquant des critères financiers et non

financiers mesurés au niveau de l'entreprise et l'entrepreneur (Angel, 2018). Les approches prédominantes définissant le succès entrepreneurial sont des approches basées souvent sur des critères financiers (Fisher et al, 2014). Les critères financiers sont généralement considérés comme la mesure la plus appropriée du succès d'une entreprise (Gorgievski et al., 2011 ; Amit et al., 2000 ; Achtenhagen et al., 2010). Pour les entrepreneurs, le succès est traditionnellement mesuré en termes de réussite financière reflété par les ventes ou les bénéfices réalisés (Dahmen et Rodriguez, 2014 ; Achtenhagen et al., 2010). Ces mesures impliquent implicitement une hypothèse de croissance qui suppose que tous les entrepreneurs souhaitent ou doivent faire croître leur entreprise.

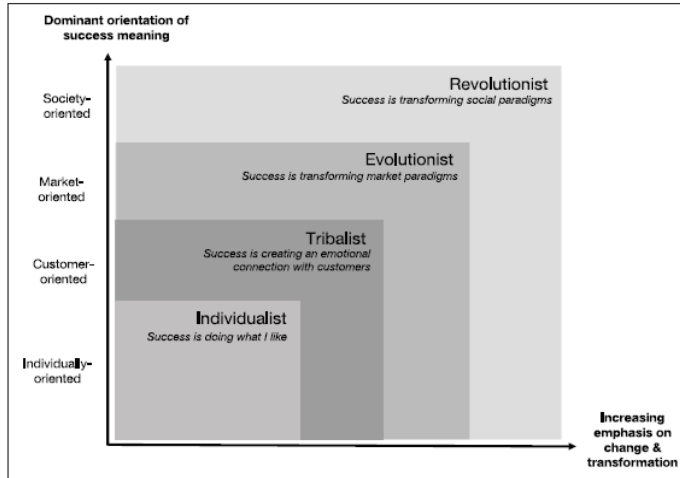
Malgré l'utilisation des indicateurs d'ordre financier pour apprécier le succès entrepreneurial, les entrepreneurs ne sont pas toujours incités par la croissance de l'entreprise selon (Walker et Brown, 2004). Dyke et Murphy, (2006) définissent le succès entrepreneurial comme la création de la richesse et du prestige, de la réputation, du statut social ou de l'honneur. Wach et al. (2016) qualifient le succès entrepreneurial en se basant sur certains critères comme la création de richesse et la satisfaction personnelle. A ce titre, (Kirkwood, 2016) avance que le critère de la satisfaction personnelle peut être interprété différemment, être satisfait peut refléter le fait de faire un bon travail, concrétiser une satisfaction créative ou bien le fait d'atteindre ces objectifs. Ceci démontre que les entrepreneurs peuvent donner des significations différentes aux critères de la satisfaction personnelle.

Le succès entrepreneurial dépend de la perspective individuelle (Rauch et Frese, 2000). Pour certains chercheurs, devenir riche est une perception typique du succès (McMullen et Shepherd, 2006). Tandis que pour d'autres, l'accès à la richesse n'est pas considéré nécessairement comme une perception au succès (Alstete, 2008). La littérature sur l'entrepreneuriat social a combiné des mesures financières du succès (comme la rentabilité permettant la durabilité de l'entreprise) avec des critères non monétaires (comme la réalisation d'objectifs sociaux ou environnementaux (Di-Domenico et al., 2010).

Les critères peuvent être déterminés objectivement et subjectivement (Ficher et al., 2014). Par conséquent, les recherches antérieures définissant les critères du succès entrepreneurial se divisent en deux approches. L'approche quantitative est plutôt objective, considérée comme l'approche la plus étendue dans la littérature, qui appréhende un ensemble de critères de succès comme les ventes, les bénéfices et différents indicateurs d'ordre financier. Les approches qualitatives qui cherchent la signification du succès entrepreneurial tel perçu par les entrepreneurs. Les critères d'ordre subjectif peuvent être illustrés par la satisfaction de l'entrepreneur vis-à-vis la performance de son entreprise. Des critères aussi d'ordre social comme la création d'emploi ou avoir une mission sociétale. Kirkwood (2016), souligne à ce titre que la perception des critères de succès que ce soit objectifs ou subjectifs dépend des valeurs humaines.

Selon (Angel et al., 2018), une attention très limitée est accordée à la compréhension des critères de succès. Leurs études étendent la littérature sur le succès entrepreneurial en passant d'une définition basée sur les critères vers une définition basée sur la compréhension. Angel et al., (2018) ont démontré que les entrepreneurs comprennent le succès de quatre manières qualitativement différentes liées de manière hiérarchique à savoir: individualiste, tribaliste, évolutionniste et révolutionnaire. Les individualistes expriment la compréhension la plus étroite et la plus normative du succès, en donnant la priorité à la réalisation d'objectifs individuels et surtout faire ce qu'ils aiment. Les tribalistes placent le client au centre de leur compréhension du succès en ayant une forte orientation concentrée sur la satisfaction des valeurs, des besoins et des préférences des clients. Les évolutionnistes, sont plus susceptibles de se concentrer sur la croissance en investissant dans la recherche et le développement pour favoriser l'innovation et lancer de nouveaux produits sur le marché. Et enfin, les révolutionnaires sont susceptibles de se développer en investissant dans l'établissement de relations avec les parties prenantes et en développant des partenariats. Les révolutionnaires partagent ainsi de nombreuses caractéristiques des entrepreneurs sociaux.

Figure N° 01 : Hiérarchie des conceptions du succès entrepreneurial



Source : (Angel et al., 2018)

La littérature démontre que le succès entrepreneurial est multiforme, implique des critères financiers et non financiers qui se mesurent au niveau de l'entreprise et de l'entrepreneur. En outre, des recherches sur les critères de succès non financiers au niveau des entrepreneurs ont montré que les entrepreneurs valorisent différents critères de succès à des degrés divers.

### 3. Méthodologie de recherche

Ce qui nous intéresse dans le cadre de cette étude, la perception du succès entrepreneurial dans le milieu algérien. Les approches qualitatives introduites dans la littérature reposent principalement sur des questions ouvertes et directes posées aux entrepreneurs afin qu'ils puissent exprimer leurs propres significations et perceptions du succès entrepreneurial comme les études initiées par (Dyke et Murphy, 2006 ; Angel et al, 2018). D'autres approches qualitatives sont utilisées visant à fournir aux répondants un ensemble de critères de succès à sélectionner, à mesurer ou à classer comme l'étude initiée par (Gorgievski et al., 2011).

La présente étude est basée sur une approche qualitative où quelques chefs d'entreprises sont invités à décrire ce que signifie pour eux le succès

entrepreneurial. L'objectif de ce travail est de découvrir comment l'entrepreneur algérien perçoit de façon subjective le succès entrepreneurial. L'objectif aussi est de déceler la gamme de critères de succès sur lesquels les entrepreneurs interviewés se sont basés pour décrire leur perception du succès entrepreneurial. L'enquête a été réalisée avec 10 entrepreneurs algériens exerçant dans de différents secteurs d'activités tels qu'il est présenté dans le tableau N°1. L'entretien s'est déroulé avec les chefs d'entreprises, en posant des questions directes et ouverte comme « *ce que signifie le succès entrepreneurial pour vous ?* », « *quels sont les facteurs d'ordre financier qui déterminent le succès de l'entreprise selon votre perception?* », « *quels sont les facteurs d'ordre non financier qui déterminent le succès de l'entreprise selon votre avis personnel ?* ».

Le tableau suivant expose les caractéristiques descriptives de l'échantillon de l'étude :

**Tableau N°01 : Caractéristiques descriptives des participants à l'étude**

Participant	Age	Nature d'activité	Nombre d'employés	Taux de croissance des bénéfiques	Age de l'entreprise
<b>P 1</b>	37	Fabrication de mobilier de bureau	82	112%	4
<b>P 2</b>	32	Bureau d'étude de sol	14	16%	3
<b>P 3</b>	29	Fabrication des gâteaux et de la pâtisserie	17	82%	3
<b>P 4</b>	27	Nettoyage et de jardinage	37	23%	6
<b>P 5</b>	32	Fabrication de la madeleine fourrée	11	22%	4
<b>P 6</b>	29	Compagne de publicité	07	66%	7
<b>P 7</b>	39	Travaux de construction	18	12%	4
<b>P 8</b>	27	Ameublement et décoration	06	25%	3
<b>P 9</b>	33	Développement de logiciels de télécommunication	04	211%	8
<b>P 10</b>	29	Fabrication des sacs en papier	15	76%	6

**Source : Elaboré par les auteurs**

L'échantillon comprend des chefs d'entreprise exerçant dans divers secteurs d'activité. Une entreprise de fabrication de mobilier de bureau qui intervient sur tout le territoire national et ambitionne à créer plus d'emplois. Un bureau d'étude spécialisé notamment dans l'étude du sol, une petite entreprise de fabrication des gâteaux et de la pâtisserie, qui est devenu une véritable référence ayant parvenu à créer de la richesse, une société de nettoyage et de jardinage ayant un nouveau concept d'hygiène active, une entreprises gérées par une jeune femme spécialisé dans la fabrication de la madeleine fourrée, une entreprise qui gère une compagnie de publicité créative au profit de l'entreprise Condor Algérie. Une entreprise exerçant dans les travaux de construction technologique de bâtiments en introduisant un nouveau concept, celui de constructions intelligentes et écologiques, une entreprise d'ameublements et de décorations modernes, une entreprise développement des logiciels de télécommunication et réseaux gérés par un groupe d'étudiants en ingénierie des algorithmes et des programmes et une entreprise de fabrication des sacs en papier.

#### **4. Résultats et discussion**

Les interviews nous laissent constater une forte divergence sur ce que signifie le succès entrepreneurial, qui dépend largement de la perspective individuelle. Nous avons identifié des compréhensions générales du succès entrepreneurial que nous avons traduit sous forme de tableau. Nous avons interprété ces compléments sous formes d'expressions telles exprimées par les participants interviewés. Le tableau n°02 récapitule les critères du succès entrepreneurial décelés selon les chefs d'entreprises interviewés. L'interprétation des compréhensions générales du succès, fait ressortir cinq principaux critères détectés à travers les entretiens : Croissance d'entreprise, satisfaction personnelle, parties prenantes satisfaites, innovation/marché et mission sociale.



**Tableau N° 02 Les critères du succès entrepreneurial dans le milieu algérien**

<b>Les critères du succès</b>	<b>Compréhensions générales</b>
<i>Croissance d'entreprise : Profits /Rentabilité/ Continuité d'exploitation</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Réaliser de bonne marges bénéficiaires et des chiffres d'affaires important</li> <li>- Atteindre un certain niveau d'investissement et capacité de production importante</li> <li>-Posséder des parts de marché importantes</li> <li>- Assurer un avantage concurrentiel</li> <li>- Assurer la survie de l'entreprise</li> <li>- Assurer une bonne solvabilité</li> </ul>
<i>Satisfaction personnelle</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Atteindre des choses importantes dans la vie, comme autonomie, sécurité, pouvoir, position sociale.</li> <li>-Défi personnel</li> <li>-Faire ce que vous aimez dans la vie</li> <li>-Apprécier ce que vous faites</li> </ul>
<i>Parties prenantes satisfaites</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Clients satisfaits, réaliser les attentes des clients</li> <li>- Employés satisfait et engagés</li> </ul>
<i>Marché/Innovation</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Introduction de nouveaux produits ou méthodes de production.- Apporter quelques choses de différent sur le marché</li> <li>-Etre capable de changer un paradigme</li> <li>-Des innovations qui changent l'état d'esprit du public ou de la société</li> </ul>
<i>Mission sociale</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Réaliser le plus nombre d'emploi</li> <li>-Réaliser des changements positifs dans la société</li> <li>- Effet positif sur la société</li> </ul>

**Source : Elaboré par les auteurs**

Le tableau n°02 montre que le succès entrepreneurial est exprimé en critères monétaires. Les perceptions basées sur les critères financiers sont traduites par l'importance des chiffres d'affaires, bénéfiques, l'importance des investissements, croissance d'entreprise...etc. L'argent peut être une motivation quelque peu superficielle ou initiale, mais la jouissance de l'indépendance, de la liberté, du contrôle, de la satisfaction personnelle sont ce

que les entrepreneurs découvrent après un certain temps. Au-delà des critères d'ordre monétaire, d'autres critères se sont émergés. Ils sont plus basés sur la compréhension, axés principalement sur l'individu, les parties prenantes (notamment le client), le marché et société tel qu'il est relaté dans le tableau n°02. Ces critères sont démontrés comme suit :

- Ceux axés sur l'individu, traduits par les expressions comme « réalisation d'objectifs personnels, relever un défi personnel, faire ce que vous aimez, faire les choses avec passions, assurer une autonomie et une position sociale ».

#### **Expressions représentatives de la part de P1, P2 et P7:**

« *Le succès pour moi, se traduit par le fait que je fais ce que j'aime... »*

« *Le succès, c'est de se réveiller chaque jour et apprécier ce que nous faisons ...»*

- Ceux axés sur les parties prenantes, traduits par les expressions comme « être capable de satisfaire le client, être capable de concrétiser les rêves et les attentes des clients, créer une connexion émotionnelle avec le client, anticiper les besoins des clients, développer l'aspect de la valeur partagée avec les employés, assurer des employés satisfaits et engagés, succès collectif ».

#### **Expressions représentatives de la part de P3, P5 et P8:**

« *Le succès c'est bien de créer un lien émotionnel avec les clients, de manière qu'ils reviennent toujours vers nous ... »* ; « *Le succès c'est concrétiser l'imagination des clients ... »*

« *Le succès, c'est quand un client qui me dit: J'aime ce que vous faites, et nous sommes très contents par vos produits et prestations ...»* ; « *Le succès c'est aussi d'assurer l'engagement sincère des employés et réaliser un succès collectifs... »*

- Ceux axés sur le marché, traduits par les expressions comme « changer les paradigmes du marché, anticiper les besoins du marchés, s'adapter à la dynamique du marché, innover et se démarquer ».

#### **Expressions représentatives de la part de P6 et P9 :**

« *Le succès, c'est de pouvoir ramener quelques choses de différent sur la marché ... »*

« *Le succès, c'est un challenge personnel, et surtout d'être capable de réaliser des innovations qui changent les états d'esprit...* »

- Ceux axés sur la société, traduits par les expressions comme « concrétiser un effet positif sur la société, changement social, création d'emploi ».

**Expressions représentatives de la part de P4 et P10 :**

« *Le succès, c'est pourvoir changer les attitudes comportementales dans la société, apporter un changement positif et inspirer les gens...* »

A ce titre, nous pouvons distinguer des compréhensions orientées vers l'interne (le succès réside dans ce que vous aimez-réussir un défi personnel) et des compréhensions axées vers l'externe (le succès est la réalisation des rêves du client; changer les paradigmes du marché ou changer la société).

Notre analyse révèle l'existence des quatre compréhensions du succès entrepreneurial, prévues dans l'étude d'Angel et al, (2018). Ces compréhensions sont croisées avec les critères détectés et présentés dans le tableau n°02, qui sont satisfaction personnelle, parties prenantes satisfaites, innovation/marché et mission sociale. Selon la hiérarchie de compréhension initiée par (Angel et al, 2018), nous constatons que dans notre étude trois entrepreneurs ont exprimé la conception n°1 (individualiste); trois ont exprimé la conception n°2 (tribaliste); deux ont exprimé la conception n° (évolutionniste) et deux ont exprimé la conception n°4 (révolutionnaire).

- Les individualistes comme P1, P2 et P7, expriment la compréhension du succès la plus étroite et la plus objectifs. Cette compréhension est expliquée par la réalisation des objectifs individuels avec passion tout en véhiculant une réputation personnelle. Il s'agit plus précisément de transformer le rêve en entreprise.
- Les tribalisés comme P3, P5 et P8 expriment une compréhension individualiste, mais il place les parties prenantes (Client et employé) au centre du succès. Les tribalistes ont une compréhension plus large du succès, s'agissant principalement de créer des fidèles de clients et d'employés attachés émotionnellement à l'entreprise.

- Les évolutionnistes comme *P6 et P9*, expriment une compréhension innovatrice et créatrice axée plus sur le marché. Au-delà du succès individuel et relationnel, les évolutionnistes trouvent leur épanouissement dans l'innovation et ils s'efforcent à réinventer constamment de nouveaux concepts. Soulignant que la conception des évolutionnistes est plus pointue et plus attentives aux besoins des clients.
- Les révolutionnaires comme *P4 et P10* expriment une compréhension plus large du succès, portant sur le changement positif de la société. Une compréhension basée sur la société et le bien collectif. Les révolutionnaires trouvent leur épanouissement en cherchant à résoudre les problèmes courants de la société et assurer un bien collectif. Les révolutionnaires évaluent principalement le succès en termes de changements dans le bien-être des personnes et la société.

Les compréhensions illustrées par les entrepreneurs varient selon l'importance qu'ils accordent aux différents critères de succès et la façon dont ils comprennent ces différents critères de succès. Aussi, l'analyse des résultats, nous amène aussi à constater que les compréhensions du succès entrepreneurial sont susceptibles d'être influencées par le genre, perception de soi et le temps. Dans l'échantillon de l'étude, toutes les femmes ont exprimé une compréhension tribaliste du succès entrepreneurial. En, revanche les hommes ont exprimé une compréhension évolutionniste et révolutionnaire du succès. Les hommes utilisent des normes externes pour exprimer le succès, comme gagner du prestige ou être reconnu pour leur réussite; considérant que les femmes utilisent des définitions internes du succès. Cela est illustré par l'étude de Bird et Sapp (2004) qui avance que les femmes entrepreneurs se concentrent sur des relations interpersonnelles (clientèle et employés), en revanche les hommes sont de nature plus compétitive et dominante. (Lee-Gosselin et Grisé, 1990) avancent aussi que les relations avec les fournisseurs, les clients et le personnel pour les femmes entrepreneurs occupent le deuxième rang comme facteurs du succès. Les femmes entrepreneurs sont moins concentrés sur la croissance que les hommes (Coleman, 2007), tandis que davantage d'hommes se concentrent sur les facteurs de croissance (Eddleston

et Powell, 2008). Sangeetha et Krishna, (2013) démontre une vision saine et authentique de la femme entrepreneur basée principalement sur la sécurité sociale.

La perception du succès entrepreneurial est forcément influencée par des caractéristiques liées à la nature de l'individu. Chacun des entrepreneurs de l'échantillon possède des croyances, des valeurs, des convictions, comportements et des traits différents. (Alas et al., 2015) avance que les caractéristiques et les traits liés au comportement entrepreneurial sont impératifs au succès des entrepreneurs. Donc, la compréhension du succès entrepreneurial dépend intimement de la perception de soi et les traits individuels. Les personnes qui se lancent dans un parcours entrepreneurial peuvent être guidés vers des choix particuliers en fonction de leurs valeurs, ils peuvent apprendre à aligner leurs valeurs et les critères du succès pour atteindre une plus grande satisfaction (Kirkwood, 2016).

Aussi, la compréhension du succès entrepreneurial a connu un changement de compréhension au fil du temps pour quelques entrepreneurs. Certains entrepreneurs se sont avérés initialement motivés par des nécessités financières, mais une fois en affaires, certains objectifs deviennent secondaires par rapport à d'autres. Remarquant aussi que l'âge moyen de l'entreprise était plus élevé dans les conceptions du succès évolutionniste et révolutionnaire (l'âge moyen de 7 ans). L'âge moyen de l'entreprise réduit (de 3,5 ans) dans les conceptions du succès individualiste et tribaliste. Cela conduit à constater que les conceptions du succès entrepreneurial peuvent changer avec l'âge de l'entreprise. Bien que nous ayons examiné la compréhension du succès des entrepreneurs à un moment précis, les compréhensions individuelles peuvent rester dans la même conception ou passer à une conception alternative comme qu'il est démontré dans l'étude de (Dall'Alba et Sandberg, 2006). Au même titre que l'étude initiée par Wach et al., (2016). Ils ont constaté qu'avec l'âge, l'intérêt financier diminue, tandis que l'importance de l'impact social augmente.

Nous pouvons avancer que les approches fondées sur des critères financiers ne permettent pas pleinement d'appréhender ce que signifie le succès pour les

entrepreneurs. Alors que les approches initiées par Wach et al. (2016) et Fisher et al. (2014) ont permis d'identifier de larges catégories de critères de succès basées sur l'analyse de données qualitatives. Par exemple, sur la base d'entretiens qualitatifs avec 185 entrepreneurs, Wach et al. (2016) ont identifié la performance de l'entreprise, les relations de travail, l'épanouissement personnel, l'impact sur la communauté sont les critères les plus couramment utilisés par les entrepreneurs pour définir leur succès entrepreneurial. De tels changements dans les compréhensions du succès pourraient être aussi motivés par des performances positives et négatives de l'entreprise, des éléments déclencheurs externes tels que des changements dans l'économie ou des déclencheurs internes tels que l'apprentissage.

## **5. Conclusion**

Le succès des entreprises peut être apprécié par des critères monétaires et non monétaires, bien que le premier ait reçu la plus grande attention dans la littérature. Ajoutant que le succès entrepreneurial était étudié au niveau de l'entreprise et rarement au niveau de l'individu. Dans le cadre de cette étude, nous avons mis en avant l'approche basée sur la compréhension qui montre que la signification et l'importance des critères du succès pour les entrepreneurs dépendent de leur compréhension sous-jacente du succès.

Les résultats révèlent qu'il existe une variation consistante dans les compréhensions exprimées par les entrepreneurs au-delà de l'intérêt financier. Une compréhension intimement individuelle, basée sur le challenge et le défi personnel. Une compréhension interrelationnelle, basée principalement sur la satisfaction de la clientèle. Une compréhension évolutionnaire, basée sur l'innovation et une compréhension sociétale basée sur l'intérêt public. Les résultats nous montrent aussi que plusieurs critères peuvent influencer la perception du succès entrepreneurial comme le sexe, l'âge de l'entreprise, la perception de soi et les valeurs humaines.

Certes l'échantillon de l'étude n'est largement suffisant pour qualifier ce que signifie le succès entrepreneurial pour l'entrepreneur dans le milieu algérien, mais il nous a permis de construire quelques compréhensions sur le succès entrepreneurial. Cela dévoile de nouvelles approches pouvant être mises en

œuvre pour l'étude du succès entrepreneurial et même les stratégies du succès adoptées par les entrepreneurs. Soulignant que les recherches sur les facteurs internes ou externes influant la perception du succès entrepreneurial du point de vue d'un entrepreneur sont rares, qui peut constituer un nouveau champ de recherche.

## 6. Références bibliographiques

- Achtenhagen L., Naldi L., and Melin L. (2010). Business growth – Do practitioners and scholars really talk about the same thing? *Entrepreneurship Theory and Practice* 34(2), 289–316.
- Alstete J., (2008). Aspects of entrepreneurial success. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(3): 584–594.
- Amit, R., MacCrimmon, K., Zietsma, C., & Oesch, J. (2000). Does money matter? Wealth attainment as the motive for initiating growth-oriented technology ventures. *Journal of Business Venturing*, 16(2), 119 – 143.
- Angel P., Jenkins A., and Stephens A., (2018). Understanding entrepreneurial success: A phenomenographic Approach *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship* (1-26).
- Bird S.R and Sapp S.G (2004). Understanding the generagap : Urban and Rural comparison. *Gender and Society*, 18,5-28.
- Coleman S (2007) Women-Owned Firms and Growth. *Journal of Business Entrep* 19(2):31–44.
- Dahmen, P. and Rodríguez, E. (2014). Financial literacy and the success of small businesses: An observation from a small business development center, *Numeracy*, Vol. 7 No. 1, pp. 3.
- Dall'Alba G and Sandberg J (2006) Unveiling professional development: A critical review of stage models. *Review of Educational Research* 76(3): 383–412.
- Di Domenico M., Haugh H., and Tracey P., (2010). Social bricolage: Theorizing social value creation in social enterprises. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 34(4): 681–703.
- Dyke L., S., and Murphy S., A (2006). How we define success: A qualitative study of what matters most to women and men. *Sex Roles* 55(5-6): 357-371.

- Eddelston L.A., Powel G.N., (2008). “The role of gender identity in explaining sex differences in business owners’ career satisfier preferences”. *Journal of Business Venturing*. Vol. 23, 244-256.
- Fisher R., Maritz A., and Lobo A., (2014.) Evaluating entrepreneurs’ perception of success: Development of a measurement scale. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* 20(5): 478–492.
- GorgievskiMJ.,Ascalon ME., and Stephan U., (2011.) Small business owners’ success criteria, a values approach to personal differences. *Journal of Small Business Management* 49(2): 207–232.
- Kirkwood J., (2016). How women and men business owners perceive success. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* 22(5): 594–615.
- Lee-Gosselin, H and Grise, J. (1990) “Are women owner-managers challenging our definitions of entrepreneurship? An in-depth survey” *Journal of Business Ethics*, 9. April-May,423-35.
- Makhbul Z., (2011). Entrepreneurial Success: An Exploratory Study among Entrepreneurs, *International Journal of Business and Management* Vol. 6, No. 1.
- McMullen, J.S. and Shepherd, D.A. (2006). “Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur”, *Academy of Management Review*, Vol. 31 No. 1, pp. 132-152.
- Rauch A., and Frese M., (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of Work and Organizational Psychology* 16(4): 353-385.
- Sajeeb Kumar Shrestha, (2002). Entrepreneurial Success: An Overview, *Management Scholars*, 1(1), P 9-10.
- Sangeetha N., Krishna, PM., (2013). Entrepreneurial Success: A Study on the Perceptions of Women Entrepreneurs in Andhra Pradesh. *Journal of Entrepreneurship and Management* Volume 2 Issue 3.
- Wach D., Stephan U., and Gorgievski M., (2016). More than money: Developing an integrative multi-factorial measure of entrepreneurial success. *International Small Business Journal* 34: 1098–1121.
- Walker E., and Brown A., (2004). What success factors are important to small business owners? *International Small Business Journal* 22(6): 577-594.



