

L'impact de changement organisationnel sur la motivation des salaires

LBOUDI fatih

Reçu le :14/01/2023

Accepté le :03/06/2024

Publié le :14/11/2025

Résumé:

A travers cette étude de recherche, nous essayons de révéler l'impact du changement organisationnel sur la motivation au travail des employés, car le changement organisationnel est un élément essentiel dans tous les domaines administratifs de l'organisation, et que chaque changement est suivi de résistance. l'entreprise SPA FADERCO à Sétif, en utilisant de nombreuses techniques et méthodes de recherche, nous sommes parvenus à un certain nombre de résultats, notamment que le changement organisationnel a de bons résultats sur la motivation des travailleurs, car il répond à plusieurs facteurs tels que l'augmentation des salaires et la promotion dans les postes responsabilité des postes occupés Tous facteurs résultant de l'évolution des pratiques organisationnelles de l'entreprise.

Mots clés : Changement organisationnel, résistance organisationnelle, motivation**ملخص**

نحاول من خلال هاته الدراسة البحثية، الكشف عن تأثير التغيير التنظيمي على دافعية العمل لدى الموظفين، اذ يعد التغيير التنظيمي عنصراً أساسياً في مجمل المجالات الإدارية داخل المؤسسة، وأن كل تغيير يتبعه مقاومة كما نحاول أيضاً تحديد المعايير التي يمكن أن تلعبها في مفهوم الدافعية، وهذا من خلال الدراسة الميدانية داخل شركة SPA FADERCO في سطيف، باستخدام العديد من التقنيات وأساليب البحث حيث توصلنا الى جملة من النتائج منها ان التغيير التنظيمي له نتائج جيدة على الدافعية لدى العمال، لأنه يستجيب لعدة عوامل مثل زيادة الرواتب والأجور والترقية في المناصب والمسؤولية عن المناصب المشغولة ، كلها عوامل ناتجة عن تغيير الممارسة التنظيمية من قبل الشركة.

الكلمات المفتاحية: التغيير التنظيمي، المقاومة التنظيمية، الدافعية**الكلمات المفتاحية :** 03 على الأقل.

- Introduction :

Le développement organisationnel est un ensemble de méthodes pour le développement positif d'une organisation. Ils utilisent des principes et des techniques de sciences sociales pour aider les employés à mieux travailler et à interagir plus efficacement avec leurs collègues. Le développement ou le support implique toute l'organisation ou tout un service et doit permettre d'améliorer les fonctionnalités de l'entité. De tels changements peuvent impliquer une réorganisation, dans laquelle de nouveaux départements peuvent apparaître, tandis que d'autres peuvent disparaître à mesure que les missions et le personnel s'effondrent ou se redéployent. Il ne s'agit donc pas seulement d'une réorganisation, mais bien souvent d'un profond changement dans la manière de travailler de chaque collaborateur, de la façon dont les informations sont transmises de l'un à l'autre et de la façon dont les fonctions se complètent (Paul S, 2011, P409).

L'environnement dans lequel les organisations opèrent est volatil et sujet au changement : les changements dans les clients, la technologie, les produits et les conditions sociales modifient ce qu'elles doivent gérer. Les organisations doivent évoluer et changer à certains risques car il s'agit de redéfinir les rôles, les pouvoirs et les activités.

Le changement organisationnel affecte tous les niveaux et unités organisationnelles. Tous les tâches administratif relie au service RH qui est responsable à repartir les tâches d'entreprise et comment ça ce fonctionnent. Un changement modifie partiellement ou en profondeur le style de leadership, la culture, les systèmes organisationnels, les processus et les stratégies organisationnelles.

La mise en œuvre du changement nécessite l'élaboration d'un diagnostic qui est réalisé à partir et en fonction de l'efficacité de l'organisation. Pour cela les organisations

Poursuivre des stratégies, des méthodes, des processus de changement qui les convient. D'autre parte les organisations affronte ce que on dit la résistance au changement.

Afin d'établir le changement il faut d'abord caractériser les besoins des salariés par le changement plutôt que mépriser des solutions faites sans accomplir les besoins réels exprimés par les salariés, le manque de ces besoins risque de provoquer une mutilation de la motivation, cette dernière est une perte de fidélité et de la loyauté envers l'entreprise.

1- Problématique :

Toute recherche commence par une question intéressante. Mais pour obtenir les réponses dont vous avez besoin, vous devez savoir poser les bonnes questions basées sur des questions bien articulées. Cette étape de développement du problème

est l'une des plus difficiles à appréhender et à maîtriser pour les étudiants en formation à la recherche. Cependant, il s'agit d'une étape très importante car elle fournit la base, le sens et la portée de la recherche. (Jacques C, 2003, p. 51).

Le mot "changement" est l'un des termes les plus couramment utilisés dans la langue des affaires et de la société. Il symbolise à la fois l'accélération de la société contemporaine et un sentiment d'urgence face à l'obligation de changer – au risque de disparaître. Dans certaines cultures, le concept de changement est davantage perçu comme une opportunité que comme une contrainte. D'abord cantonné à la philosophie, aux sciences politiques et à la sociologie, le changement s'est progressivement imposé dans l'entreprise comme une variable de gestion qu'il s'agit de maîtriser, d'outiller et d'évaluer. Une entreprise qui réussit non seulement change, mais change rapidement et améliore continuellement sa culture du changement.

(David A, Faouzi B, Jean-Michel M, 2012, P 01)

Les organisations sont aujourd'hui appelées à effectuer de nombreux changements simultanés, à initier de nouvelles organisations, à s'adapter au développement, au changement et à l'environnement extérieur, et à répondre aux exigences de l'environnement, si elles veulent suivre et continuer à remplir leurs fonctions sociales et économiques. , leurs Pensées changent ou disparaissent.

Le changement organisationnel peut être effectué sur plusieurs facteurs, provenant de forces externes échappant au contrôle de l'organisation, ou de forces internes liées à la situation survenant dans l'entreprise.

Les facteurs externes sont fondamentalement psychologiquement, financièrement et juridiquement combinés. D'autre part, nous trouvons des facteurs internes liés aux individus, aux structures, à la gestion de l'entreprise et aux modèles de technologie et de productivité.

Il est vrai que les organisations font face à des difficultés de changement, c'est-à-dire des résistances au changement, qui peuvent justifier un changement positif, c'est pourquoi les entreprises sont obligées de considérer la motivation comme un facteur important de changement.

Le terme de motivation est devenu aujourd'hui extrêmement populaire, pourtant, cette popularité masque une utilisation très récente puisqu'il n'est couramment employé que depuis la deuxième moitié de XX^e siècle, l'engouement que connaît la motivation et en

partie lié à son odeur de soufre. En effet derrière ce terme cache les raisons qui poussent tout un chacun à agir, mais aussi qui explique pourquoi de manière énigmatique certains réussissent alors que d'autres échouent. (Fabian F, 2003, P 11)

Les valeurs liées au travail correspondent assez bien aux facteurs qui définissent la motivation au travail comme le fait de se réaliser dans son travail ou de prendre des initiatives par opposition au salaire et au statut, aspects extérieurs au travail lui-même. La motivation est un moyen de pression pour faire travailler plus et pour mobiliser, alors qu'elle dépend beaucoup du type de travail et de ses caractéristiques, et aussi une force qui pousse à agir, sans que cette force soit précisée, la motivation dans le cadre théorique est une stimulation sous forme de récompense ou de punition qui oriente le comportement, surtout lorsque l'organisme est en état de besoin.

Dans le modèle de Herzberg (1966) on distingue les facteurs intrinsèques et extrinsèques par rapport au travail. Les premiers renvoient au travail en lui-même, tandis que les seconds portent sur les conditions sociales associées. (Claude L, 2012, P24).

Dans notre recherche on essaye de montrer ce que le changement organisationnel déclenche dans les entreprises.

Nous avons accédé à l'entreprise « SPA FADERCO SETIF », pour élaborer notre recherche, cette entreprise a connu récemment un changement organisationnel suite à la création d'un nouveau site de production, cette création a causé un changement de l'organigramme de l'entreprise.

Ce que nous allons conduire à poser la problématique suivante :

- Qu'il est l'impact de changement organisationnel sur la motivation des salariés au sein de l'entreprise FADERCO ?

De cette problématique découlent les questions suivantes :

- ✓ Qu'il est l'impact de la création de nouveau site sur la motivation des salariés ?
- ✓ Est-ce que la résistance à ce changement a un impact sur la motivation des salariés ?

2-Les hypothèses :

« L'hypothèse est une proposition de réponse à la question posée. Elle tend à formuler une relation entre des faits significatifs. Même plus ou moins précise, elle aide à

sélectionner des faits observés. Ceux-ci rassemblés, elle permet de les interpréter, de leurs donner une signification vérifiée constituera un élément possible de début de théorie » (GRAWITZ M, 2001, p 398).

H1 : La création d'un nouveau site influe sur la motivation des salariés.

H2 : La résistance au changement lié à la création d'un nouveau site influe sur la motivation des salariés.

3-définition des concepts :

Afin d'arriver à la concrétisation de ce qu'on veut étudier dans la réalité, il faut opter à une autre étape de la recherche, qui est bien l'opérationnalisation des concepts de nos hypothèses, pour ce fait, notre recherche contient un certain nombre de concepts qui nécessitent d'être définie, qui sont :

3-1 Organisation :

Ensemble des ressources humaines, matérielles, financières et informationnelles, organisées en fonction d'un but. C'est un système de transformation des intrants en extrants. (Shimon L et autres, 2002, P 462).

Définition opérationnel

L'organisation est un ensemble d'individus en interaction, regroupé dans une structure orienté vers un objectif commun, qui se caractérise par la division des tâches, des relations interpersonnelles et des échanges avec l'environnement.

3-2Changement :

Le changement naît de la différence entre un état vécu et un état désirer dont la prise de conscience provient d'un surcroit d'informations externes ou internes qui génère un stress organisationnel. (Taieb H, Bruno F, 1997, P 98).

Le changement c'est la manière de faire les choses autrement ; modification durable apportée à l'environnement, la structure, la technologie ou au personnel d'une organisation en vue d'une amélioration significative de son fonctionnement et de ses résultats. (Stephen R, Timothy J, Véronique T, 2014, P 590).

Le changement c'est une transformation d'un état à un état, modification profonde, rupture de rythme, état de ce qui évolue, se modifié afin de altéré plusieurs choses et de ne rester pas identique.

3-3 Motivation :

La motivation est un élément essentiel à la réussite des entreprises et leurs projets, alliée à la compétence, elle permet aux individus de réaliser des objectifs. En fait la motivation, c'est le moteur, l'énergie qui fait bouger. Plus précisément, « la motivation est le résultat de l'interaction entre l'individu et une situation donnée » (Robbins et Judge). Il est évident que les facteurs de motivation ne sont pas les mêmes pour tous selon la situation. C'est la situation qui induit ici le changement de motivation. Aussi convient-il de ne pas perdre de vue que le degré de motivation varie à la fois d'un individu à l'autre et, chez un même individu, d'une situation à une autre (Robbins et Judge, 2006, P196).

- Définition opérationnel

La motivation c'est l'investissement de l'énergie et de l'action, c'est le désir de partagé, le désir de faire, de s'impliquer, le désir d'exceller pour soi et pour les autres.

3-4 Résistance au changement:

Le terme de résistance au changement désigne tout comportement ou toute attitude indiquant le refus de soutenir ou d'apporter une modification à un projet de changement. Dans les organisations, cette résistance au changement est souvent mise en avant lorsqu'un projet n'avance pas. Elle est alors perçue comme un obstacle à la réussite. <https://www.cadredesante.com/spip/profession/management/article/le-terme-de-resistance-au-changement-designe> le : 11/06/2022 à 20h30.

- Définition opérationnel

C'est une opposition qui signifie un refus de tout modification ou transformation introduit par l'organisation, cette dernière se manifeste d'une façon individuelle ou collective et dans cette situation l'organisation doit agir et analyser ce phénomène.

3-5Création d'un nouveau site :

C'est un projet de construction agréé par l'organisation pour élargir l'entreprise sur le plan structurelle, stratégique et économique afin de répondre à toute demande de l'environnement externe, de satisfaire les besoins de clientèle.

4-Méthode et techniques utilisées

Chaque travail de recherche scientifique doit suivre réellement une méthode et des techniques pour collecter justement les données nécessaires, adéquates à notre recherche.

Dans ce but, une fois le sujet de la recherche est défini et problématisé et que les hypothèses sont émises, on est obligé de déterminer une méthode et des techniques pour entamer notre recherche.

4-1 La méthode utilisée

La méthode désigne l'ensemble des démarches que suit l'esprit humain pour découvrir et démontrer un fait scientifique. S'interroger sur la « méthode », c'est s'interroger sur « voie » suivie par mener à bien une recherche (Mathieu G, 2004, P04).

Notre étude effectuée sur « l'impact de changement organisationnel sur la motivation des salariés » fait appel à utiliser les deux méthodes qualitative et quantitative, « une stratégie de recherche utilisant diverses techniques de recueil d'analyse dans le but d'expliquer en compréhension un phénomène » (Mourice A, 1997, P 364).

4-2 Méthode qualitative

Notre choix de méthode qualitative est déterminé par la nature de notre thème, la question du départ et les objectifs de notre recherche et cela pour vérifier les hypothèses formulées et d'assurer les relations existantes entre les différentes variables de notre étude.

Donc la méthode qu'on a adoptée compte sur la méthode quantitative.

4-3 Méthode quantitative :

On a aussi compté sur la méthode quantitative, car elle est bien sûr liée directement à la nature de notre objet d'étude et des hypothèses de recherche, elle s'inscrit dans une étude statistique descriptive et explicative d'où elle nous permettra de vérifier nos hypothèses.

5- Techniques de recherche :

5_1 Le questionnaire :

On a opté à l'utilisation du questionnaire comme technique de recherche afin d'infirmes ou confirmer nos hypothèses de recherche, c'est l'outil de recherche le plus applicable à notre objectif de recherche et cela en visant à décrire l'échantillon de notre hypothèse en insistant sur ses différentes caractéristiques.

Notre questionnaire a été divisé sur 20 salariés, ce questionnaire est réparti en quatre axes :

Le premier axe se compose des données personnelles de l'enquête telle que : l'âge, le sexe, le niveau d'instruction etc.

Le second axe comporte sur le changement organisationnel.

Ensuite le troisième axe sur la résistance au changement.

Enfin le quatrième axe sur la motivation.

5-2 L'entretien :

Notre guide d'entretien a été élaboré pour collecter les informations sur le terrain, il compte sur une série de questions semi directif qui a été déroulé 10 responsables de différents services, que nous avons réparties en quatre axes :

 Le premier axe : consacré aux données personnelles.

- ✚ Le deuxième axe : consacré à l'existence de changement organisationnel au sein de l'entreprise.
- ✚ Le troisième consacré à la résistance au changement organisationnel.
- ✚ Le quatrième axe est le dernier consacré à le lien entre la motivation des salariés et le changement organisationnel.

6- L'échantillon :

Notre échantillon d'étude est menée sur les 20 salariés de nouveau site de l'entreprise SPA FADERCO Sétif, nous avons déterminé notre échantillon à travers la pré-enquête que nous à effectuer.

Tableau N° 01 : Répartition de l'échantillon selon le sexe

Sexe	Fréquences	Pourcentage %
Masculin	19	95 %
Féminin	01	05 %
Total	20	100 %

Source : enquête sur le terrain

7- l'analyse et interprétation des résultats

Tableau N° 02 : Répartition de l'échantillon selon l'âge

Age	Fréquences	Pourcentage %
25 à 35	17	85 %
36 à 46	03	15 %
47 et plus	0	0 %
Total	20	100 %

Source : enquête sur le terrain

À travers le tableau n° 02, on déduit que la catégorie d'âge la plus dominante dans le nouveau site « WARAK » de l'entreprise SPA FADERCO Sétif, est celle de 25 à 35 ans avec un pourcentage 85% de notre échantillon d'étude, suivit par la tranche d'âge ayant de 36 à 46 ans avec 15% et en dernière vient la catégorie d'âge de 47 ans et plus avec un pourcentage de 0%.

Les résultats de ce tableau nous montrent que les dirigeants de nouveau site « ARAK » de l'entreprise SPA FADERCO Sétif, focalise sur la catégorie des jeunes.

Tableau N° 03 : Répartition de l'échantillon selon le niveau d'instruction

niveau d'instruction	Fréquence	Pourcentage %
Primaire	00	0 %
Universitaire	20	100 %
Total	20	100 %

Source : enquête sur le terrain

D'après les résultats recueillis et classés dans le tableau ci-dessus qui présente la répartition de l'échantillon selon leur niveau d'instruction, on constate que le taux le plus élevé est enregistré chez les salariés qui ont un niveau d'étude universitaire avec une proportion de 100%, par contre les autres niveaux (primaire, moyen et secondaire) et représenter avec un pourcentage de 00%.

Ces résultats nous montrent clairement que l'entreprise SPA FADERCO Sétif s'intéresse beaucoup plus pour le niveau d'instruction de ces salariés, vue la complexité de ces activités qui demande un niveau d'étude élevé.

Tableau N° 04 : Distribution de la population selon la catégorie Socioprofessionnelle

Catégorie C.P	Fréquence	Pourcentage %
Cadre	10	50 %
Agent de maîtrise	9	45 %
Agent d'exécution	1	5 %
Total	20	100 %

Source : enquête sur le terrain

D'après ces résultats, on constate que notre échantillon est constitué de trois catégories socioprofessionnelles. Le tableau ci-dessus montre que la catégorie des cadres est la plus élevée dans l'entreprise avec un pourcentage de 50%, Suivi par les agents de maîtrise avec un pourcentage de 45%. Enfin les agents d'exécutions avec un pourcentage de 5%.

Avec les résultats de ce tableau qui montrent clairement que ya un équilibre entre les cadres et les agents de maîtrise.

Les agents de maîtrises sont responsables à contrôler et veiller à la maintenance des équipements de l'entreprise, par contre les cadres occupent des postes de responsabilité et d'administration qui veillent sur le bon fonctionnement pour réaliser des objectifs visés par l'entreprise.

On peut expliquer ce grand écart entre les cadres, agents de maîtrise et les agents d'exécution avec la promotion qui a vécu l'entreprise pendant le changement.

Tableau N° 5 : Répartition de l'échantillon selon l'ancienneté professionnelle

l'ancienneté professionnelle	Fréquence	Pourcentage %
1-5 ans	6	30 %
6-11 ans	10	50 %
12 et plus	4	20 %
Total	20	100 %

Source : enquête sur le terrain

Les données de ce tableau nous montrent que 50% de notre échantillon représente les salariés qui ont une expérience de 6 à 11 ans, ensuite 30% représente la catégorie qui a une expérience de 1 à 5 ans, enfin la catégorie qui a une expérience de 12 et plus représenté avec un pourcentage de 20%.

D'après l'analyse des résultats, nous avons remarqué que la majorité des salariés considérés ont une ancienneté professionnelle de 6 à 11 ans.

Tableau N° 6 : est-ce-que l'entreprise à subit un changement organisationnelle

Subir le changement	Fréquence	Pourcentage %
Oui	19	95 %
Non	01	05 %
Total	20	100 %

Source : enquête sur le terrain

Nous constatons d'après ce tableau que la majorité de notre population d'étude ont répondu par oui avec un pourcentage de 95%, par contre seulement 5% qui ont répondu par non.

Les résultats de ce tableau nous confire que c'est vrai l'entreprise a subi un changement organisationnel.

Tableau N° 7 : l'avis de notre population d'étude sur la meilleur période du changement organisationnel

période du changement	Fréquence	Pourcentage %
Avant	3	15 %
Après	17	85 %
Total	20	100 %

Source : enquête sur le terrain

Le tableau ci-dessus montre que la période après le changement organisationnel représente par 85%, d'autre coté 15% représente la période avant le changement organisationnel.

On déduit que notre population d'étude préfère la période après le changement que la période avant le changement et la considéré comme une meilleure période

Tableau N° 8 : la qualité de sensation face au changement organisationnel

sensation au changement	Fréquence	Pourcentage %
Satisfaction	15	75 %
dégout	5	25 %
Souffrance	0	0 %
Total	20	100 %

Source : enquête sur le terrain

Les données de ce tableau montrent que la majorité des salariés sont satisfaits du changement avec 75%, par contre 25% représente le dégoût du changement, et absence de souffrance avec 00%.

On constate d'après ce tableau que la plupart des salariés ont subi le changement d'une manière très efficace

Tableau N° 9 : taux de manifestation contre ce changement

manifestation	Fréquence	Pourcentage %
Oui	2	10 %

Non	18	90 %
Total	20	100 %

Source : enquête sur le terrain

D'après les informations illustrées dans ce tableau on constate qu'un pourcentage de 90% revient à ceux qui n'ont pas manifesté contre le changement et 10% c'est ceux qui ont manifesté au changement.

Donc à partir des résultats de ce tableau on déduit que y avait pas une forte résistance au changement de la part des salariés et que ces derniers ont satisfait au changement établi par l'entreprise.

Tableau N° 10 : l'avis de notre échantillon sur le niveau d'adaptation au changement organisationnel

adaptation au changement	Fréquence	Pourcentage %
Facilement	13	70 %
Moyennement	4	20 %
Difficilement	2	10%
Total	20	100 %

Source : enquête sur le terrain

Ce tableau ci- dessus montre que notre échantillon à s'adapter au changement facilement avec un pourcentage de 70%, par contre 20% moyennement et 10% difficilement.

On constate que l'adaptation au changement par les salariés viens à eux facilement. Ce qui montre que les salariés sont adapter au nouveau changement.

Tableau N° 11 : l'avis de notre échantillon sur le degré de la réussite du changement

le degré	Fréquence	Pourcentage %
Très élevé	17	85 %
Elevé	2	10 %
Peu élevé	1	5 %
Total	20	100 %

Source : enquête sur le terrain

D'après ce tableau ci-dessus on constat que la majorité de notre population d'étude trouvent que le degré de réussite de changement est très élevé avec un pourcentage de 85% et d'autres trouvent ce changement à un degré de réussite élevé représenté par 10% d'autre coté 5% c'est la salaries qui trouvent le degré de réussite est peu élevé.

On constate que la majorité des salaries ont aimé le changement ce qui montre que le changement est réussie.

Tableau N° 12 : manifestation au changement manque de

manifestation au changement manque de	Fréquence	Pourcentage %
Salaire	8	40 %
Rémunération	6	30 %
Promotion	3	15 %
Responsabilité	3	15 %

Total	20	100 %
-------	----	-------

Source : enquête sur le terrain

A travers ce tableau qui montre que les salariés manifestent au changement à cause de manque de salaire avec un pourcentage de 40%, d'autre côté 30% des salariés qui trouvent le manque de rémunération comme une raison de manifestation et à la fin on trouve un équilibre entre la promotion et la responsabilité comme une cause de manifestation avec un pourcentage de 15% selon l'avis de notre échantillon.

Ce qu'explique que les salariés favorisent le salaire comme un élément essentiel pendant le changement et pour une bonne réussite de changement organisationnel.

Tableau N° 13 : répartition de la population enquêtée selon les facteurs de motivation

les principaux besoin	Fréquence	Pourcentage %
Salaire	8	40 %
promotion	5	25 %
Responsabilité	4	20 %
Prime de rendement	3	15 %
Total	20	100 %

Source : enquête sur le terrain

A la lumière de ce tableau, on constate que la majorité des enquêtés qui travaillent dans l'entreprise SPA FADERCO Sétif sont motivés par le facteur qui est le salaire avec un pourcentage 40%, suivi par 25% qui sont motivés par la promotion, suivi par 20% qui sont motivés par la responsabilité et enfin 15% qui sont motivés par la prime de rendement.

On constate d'après les résultats de ce tableau, que la majorité des salariés de l'entreprise SPA FADERCO sont motivés par le salaire.

Tableau N° 14 : l'avis de notre échantillon que le changement est une source de motivation

Changement source de motivation	Fréquence	Pourcentage %
Oui	15	75 %
Non	5	25 %
Total	20	100 %

Source : enquête sur le terrain

Les résultats de ce tableau nous montrent que la plus parte de notre population étude considèrent le changement organisationnel comme une source de motivation avec un pourcentage de 75% et le pourcentage de 25% représente ceux qui considèrent pas le changement comme une source de motivation.

On déduit à travers ces résultats que les salaires de nouveau site WARAK de l'entreprise SPA FADERCO Sétif on était touché par ce changement organisationnel.

Tableau N° 15 : impact du changement organisationnel sur la motivation selon la population enquêté

Impact du changement organisationnel sur la motivation	Fréquences	Pourcentage
Positif	18	90 %
Négatif	2	10 %
Total	20	100 %

Source : enquête sur le terrain

A travers les résultats de ce tableau, on conclut que la majorité de notre population enquêté trouvent que le changement organisationnel à un impact positif sur la motivation avec un pourcentage 90% et seulement 10% sont les enquêté qu'ont dit que le changement à un impact négatif.

8- discussion des hypothèses :

8-1 La première hypothèse :

Après avoir présenté et analysé les résultats obtenus, nous pouvons confirmer la première hypothèse qui a été émise auparavant, « la création d'un nouveau site influe sur la motivation des salaires », cette hypothèse est confirmée par les réponses que nous

avons pu obtenir des différentes questions que nous avons posées aux enquêtés sous forme d'un questionnaire et un entretien.

Le tableau numéro 06 montre que 95% des salariés ont vécu un changement organisationnel aussi le deuxième axe de notre entretien qui est consacré sur l'existence d'un changement organisationnel.

A travers le tableau N° 11 qui fait preuve que 85% des salariés trouvent que le changement est réussi avec un degré très élevé, ainsi les réponses des responsables « à mon avis je trouve que le changement est réussi à un niveau très élevée ».

Dans le tableau N° 14, 75% des salariés trouvent le changement organisationnel est une source de motivation.

Les responsables de l'entreprise SPA FADERCO Sétif ont utilisé une stratégie de motivation avant d'accéder au changement, cette stratégie compte sur la promotion, augmentation de salaire, la responsabilité et la prime de rendement, d'après la réponse d'un responsable RH : « effectivement, oui ont opté à une stratégie avant d'accéder au changement, cette stratégie compte sur d'offrir des promotions, ou ont amélioré les postes de nos salariés (ex : un chef d'équipe a devenu un responsable de production), d'augmenter le salaire, rémunération et la responsabilité »

A travers le tableau N° 7 85% des salariés trouvent la période après le changement organisationnel est la plus efficace que la période avant, à partir de troisième axe de notre entretien qui est focalisé sur la relation entre le changement organisationnel et la motivation, les responsables de l'entreprise SPA FADERCO Sétif, ont confirmé que ils ont enregistré pour la première fois une augmentation dans la production c'est après le changement, le responsable de production a confirmé « concernant la production on arrivé pour la première fois à dépasser l'objectif de taux de production fixé », ils nous aussi confirmé que ils ont pas affronté ni des accidents de travail ni absentéisme après le changement effectué par l'entreprise.

Le tableau N° 15 montre que 90% des salariés découvrent que le changement organisationnel vécu dans l'entreprise SPA FADERCO Sétif a influé positivement sur leur motivation.

Donc, nous avons pu arriver à conformer et à valider la première hypothèse.

7-1 La deuxième hypothèse :

À la lumière des résultats obtenus, il nous est possible de discuter sur la deuxième hypothèse émise au départ, qui suppose que « la résistance au changement liée à la création d'un nouveau site influe sur la motivation des salariés ».

Le tableau numéro 06 montre que l'entreprise SPA FADERCO Sétif a subi un changement organisationnel, 95% des salariés ont vécu un changement organisationnel.

Selon les résultats de notre enquête, nous avons remarqué que l'entreprise n'a pas affronté une résistance au changement organisationnel avec un taux de 90% (tableau N°9).

70% des salariés ne trouvent pas d'obstacles au changement organisationnel, ils ont s'adapter au changement facilement, cela est confirmé par le tableau N° 10.

A travers le tableau N°8 on remarque que 75% des salariés sont satisfait de ce changement introduit par l'entreprise SPA FADERCO Sétif.

85% des salariés trouvent la période après le changement est la plus efficace que celle avant le changement (tableau N°7).

Donc, à travers ces résultats discutés on conclut que l'entreprise SPA FADERCO n'a pas affronté une forme de résistance, nous avons pu arriver à infirmer la deuxième hypothèse, qui suppose que « la résistance au changement lié à la création d'un nouveau site influe sur la motivation des salariés ».

Conclusion :

Nous réalisons nos travaux au sein de la société SPA FADERCO à Sétif, en utilisant diverses techniques et méthodes de recherche.

Sur la base de nos recherches, nous pensons avoir confirmé les hypothèses que nous avons formulées au début de l'étude.

Le changement organisationnel a un bon effet sur la motivation car il répond à plusieurs facteurs, tels que les augmentations de salaire, la rémunération, l'avancement professionnel et les responsabilités dans les postes occupés, qui sont tous le résultat du changement. Exercice organisationnel pour l'entreprise. Ce dernier a amélioré la situation et la politique économique de la société SPA FADERCO.

En conséquence, les entreprises ne peuvent plus fonctionner sans introduire des techniques et des méthodes pour mobiliser la positivité pour des groupes spécifiques de personnes.

L'humanité doit faire face à ces espoirs, fixe des objectifs dans sa vie quotidienne, faire confiance en soi-même, avoir un besoin d'appartenance afin de garder sa place dans l'environnement externe.

Enfin pour réussir un changement organisationnel, il faut se planifier d'abord avoir un budget matériel, des systèmes d'information, un personnel compétent, des employeurs motivés pour avoir l'objectif visé au début.

Liste bibliographique :

- 1- Claude L. 2012. Psychologie du travail et Des Organisations : Domaines de recherche et D'intervention. Dunod Paris France.
- 2- David A, Faouzi B, Jean- Michel M. 2012. Les Stratégie de Changement, Dunod, Paris.
- 3- Fabien F. 2003. La Motivation. Dunod, Paris.
- 4- Grawitz M. 2001. Méthodes des sciences sociales (11^eédition). Dalloz, Paris.
- 5- Jaques R et autres. 2009. Comportement Organisationnel : théories des organisations, motivation au travail, engagement organisationnel (1^eédition) de Boeck, Belgique.
- 6- Maurice, A.1997. Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines (11^eme édition).
- 7- Paul S. 2011. Psychologie de travail et des organisations (1^e édition). Groupe de Boeck Bruxelles.
- 8- Robbins S, Judge T. 2006. Comportements Organisationnels. New jersey, Pearson éducation.
- 9- Stephen R, Timothy J, Véronique T. 2014. Comportements Organisationnels (16^eédition). Pearson France
- 10- Taieb H Bruno F. 1997. Les fondements du changement stratégiques. Editions Transcontinental, Montréal.