



**AIREPME**

Association Internationale de REcherche en PME

**CIFPME 2000**

**5° Congrès International Francophone sur  
la PME**

**25, 26 et 27 octobre 2000 à Lille**

Site web de l'Institut d'Administration des Entreprises de Lille :

<http://www.iae.univ-lille1.fr>

Site web du CLAREE (Centre Lillois d'Analyse et de Recherche sur l'Evolution des  
Entreprises) :

<http://www.univ-lille1.fr/claree>

Site web de l'ADREG (Association de Diffusion et de Recherche en Entrepreneuriat et  
en Gestion) :

<http://www.adreg.net>

Site web de l'AIREPME :

<http://www.airepme.univ-metz.fr/>

# **PROBLÈMES RENCONTRÉS PAR LES ENTREPRENEURS CHINOIS : UNE ÉTUDE COMPARATIVE RÉALISÉE DANS TROIS GRANDES VILLES CANADIENNES<sup>1</sup>**

**Gabrielle Brenner**, professeure agrégée

**Charles Ramangalahy**, doctorant

**Louis Jacques Filion**, titulaire de la Chaire d'entrepreneurship Maclean Hunter  
École des Hautes Études Commerciales,  
3000, chemin de la Côte-Ste-Catherine  
Montréal, Québec

**Teresa V. Menzies**, professeure agrégée

Faculté d'administration

Université Brock, St-Catharine's, Ontario

**Raffi T. Amit**, Peter Wall Distinguished Professor of Entrepreneurship

Université de la Colombie Britannique,  
Vancouver, Colombie-Britannique

## **Résumé**

Un peu partout en Occident, un nombre croissant de recherches soulignent la contribution importante des entrepreneurs ethniques<sup>2</sup> au renforcement de l'économie. Malgré l'intérêt accru qui leur est accordé, on ne dispose d'aucune recherche systématique sur les difficultés auxquelles ces entrepreneurs se heurtent. Cet article présente les résultats d'une enquête sur les problèmes rencontrés par 151 entrepreneurs chinois de Montréal, Toronto et Vancouver lors du démarrage de leur entreprise ainsi qu'au moment où cette cueillette de données a été réalisée, à l'été 1999. Les résultats montrent que les entreprises ethniques sont confrontées aux mêmes problèmes que les PME en général. À priori, il ne semble donc pas justifié de suggérer la nécessité de développer de nouveaux programmes ou des programmes spécifiques à l'intention des entrepreneurs ethniques. Par contre, les particularités de la dynamique sociale et des affaires au sein de ces communautés suggèrent que l'efficacité de l'utilisation des programmes de soutien passe par le recours aux réseaux établis au sein de ces communautés. Une telle stratégie d'intervention requiert un partenariat entre les pouvoirs publics et les communautés culturelles concernées permettant le développement de relations de confiance et la mise en place de systèmes de suivi visant à assurer l'efficacité de l'allocation des ressources.

---

<sup>1</sup> Des remerciements sont adressés au Conseil de recherches en sciences humaines du Canada (CRSH) dont la subvention a rendu possible cette recherche.

<sup>2</sup> Le genre masculin est utilisé d'une façon générique pour désigner les entrepreneurs hommes ou femmes.

## 1. Introduction

Au cours des deux dernières décennies, gouvernements et chercheurs ont accordé un intérêt accru aux entrepreneurs immigrants. Diverses observations relatées dans la littérature expliquent cet intérêt accru. Elles ont un point commun : mettre en relief la place et l'impact important des entreprises ethniques sur l'économie des pays hôtes.

Aux États-Unis par exemple, on rapporte une forte représentation des entreprises ethniques parmi les petites et moyennes entreprises alors qu'on assiste au maintien de leur vitalité (Waldinger, 1989). La revitalisation du commerce dans certaines régions périphériques et dans plusieurs petites villes est attribuée aux entrepreneurs immigrants (Lachman et Brett, 1996). On rapporte que les entreprises détenues par les femmes des minorités ethniques ont cru trois fois plus vite que l'ensemble des entreprises entre 1987 et 1996 (Mesa et Boles, 1997). On reconnaît que la diversité ethnique des entreprises qui y sont implantées confère à Silicon Valley un avantage global au plan marketing et génère des dividendes importants (Engardio et Burrows, 1997). L'immigration est vue comme une force potentielle importante contribuant au renforcement de l'économie en favorisant l'arrivée d'immigrants qui sont plus jeunes, plus innovateurs et plus entrepreneuriaux (Ehrenhalt, 1993). Enfin, on fait état que les entreprises ethniques ont contribué d'une façon importante à l'accroissement des exportations et au développement d'une vision globale et de contacts internationaux par les entreprises américaines (Mandel et Farrell, 1992).

Le rapport d'un comité chargé d'étudier les causes du démarrage plus rapide des petites entreprises de haute technologie aux États-Unis comparativement au Royaume-Uni relate à titre d'explication, entre autres, la présence plus importante d'immigrants talentueux peu hésitants à prendre des risques (*The Banker*, 1997). Une récente étude économique canadienne (Head et Ries, 1998) rapporte que les immigrants entrepreneurs ont accru les exportations vers leur pays d'origine à un rythme dix fois plus élevé que les exportateurs canadiens entre 1980 à 1992. Les auteurs de l'étude donnent comme explication le fait que les immigrants possèdent une meilleure connaissance et une plus grande facilité d'accès aux marchés de leur pays d'origine. Une autre étude canadienne (Helley et LeDoyen, 1994) rapporte que les immigrés créent en général plus facilement leur propre entreprise que les locaux. Dans le même sens, plusieurs études réalisées un peu partout en Occident font état d'un niveau à la fois plus élevé et en hausse de l'auto-emploi parmi les communautés ethniques (Light et Rosenstein, 1995; Ward et Jenkins, 1984; Thonney, 1988, Trista Resources Ltd, 1989; Waldinger *et al.* 1990).

Si de telles observations reflètent effectivement la réalité et ne constituent pas seulement des faits isolés et ponctuels, il y a lieu de se pencher sérieusement sur les moyens permettant de soutenir efficacement l'entrepreneuriat, la création et l'expansion des entreprises ethniques. Une des voies d'action possibles consiste à approfondir la connaissance et la compréhension que nous avons des problèmes auxquels sont confrontés les entrepreneurs ethniques de façon à pouvoir apporter les solutions appropriées. Trois raisons principales justifient la pertinence de bien comprendre ces problèmes. Pour les entrepreneurs eux-mêmes, la compréhension qu'ils auraient des problèmes affecterait leurs

choix stratégiques et par conséquent la performance de leur entreprise. Pour les pouvoirs publics, cette meilleure compréhension contribuerait à la formulation et à la mise en place de politiques et programmes de soutien plus appropriés aux besoins des entreprises. Enfin pour les chercheurs, elle aiderait à mieux orienter les efforts de recherche.

La problématique sur laquelle nous voulons nous pencher réside dans l'identification de la nature et de l'évolution des problèmes rencontrés par des entrepreneurs chinois pour dégager les implications sur le contenu et l'utilisation des politiques de soutien en faveur des entreprises ethniques.

## **2. Analyse de la documentation**

S'il est vrai que les entreprises ethniques contribuent réellement à l'essor de l'économie de leur pays d'accueil, il y a lieu de les soutenir face aux difficultés qu'elles rencontrent afin d'accroître leur efficacité. Malheureusement, nous ne disposons actuellement dans la littérature que de très peu d'informations systématiques sur la nature et l'évolution de ces problèmes. La raison en est que les recherches ont été essentiellement axées sur l'étude des caractéristiques des entrepreneurs, de leur entreprise ainsi que sur les déterminants de la création et du succès des entreprises.

Les données disponibles sur la nature de ces problèmes sont soit très partielles soit d'ordre général. Plusieurs auteurs expliquent par exemple la création d'entreprises ou encore le taux élevé d'auto-emploi au sein des communautés ethniques comme un moyen d'intégration face au rejet, à la discrimination dont elles font l'objet (Toulouse et Brenner, 1990; Mohammed, 1988; Waldinger *et al.*, 1990; Light et Rosenstein, 1995). Ce type d'explication sous-tend implicitement que les entrepreneurs ethniques font face à des difficultés d'ordre social plus ou moins importantes dans la conduite de leurs affaires. On comprend alors pourquoi ils travaillent de longues heures et acceptent des salaires plus faibles avec un niveau d'éducation supérieur à la moyenne (Light et Bonacich, 1988). Dans une étude comparative entre des entrepreneurs chinois de Calgary et des entrepreneurs arméniens de Los Angeles, Ray *et al.* (1988) rapportent que les entrepreneurs ethniques sont confrontés à trois catégories de difficultés : l'accès au financement pour le démarrage, l'adaptation aux normes locales et la nostalgie. L'ampleur de ces difficultés est moins marquée parmi les communautés chinoises en raison de la place importante du réseau ethnique en tant que support social et financier, mais également en raison du peu d'efforts qu'elles déploient au plan de l'adaptation à la culture locale. On rapporte généralement aussi que les entrepreneurs immigrants recourent peu aux réseaux, aux services d'aide gouvernementaux (Brenner, Célas et Toulouse, 1992a et b) et aux associations d'affaires de la société d'accueil (Québec, 1993). Les immigrants qui ne disposent pas du capital nécessaire l'obtiennent grâce à des prêts sollicités au sein de leur communauté par l'intermédiaire d'institutions, de relations ou de la famille.

Il faut nous référer à la littérature sur les petites et moyennes entreprises pour trouver une base de référence sur les problèmes confrontés. Cette littérature nous apprend

essentiellement trois choses. Tout d'abord, l'incapacité des dirigeants à résoudre ces problèmes explique en grande partie la faillite de leur entreprise (Gaskill *et al.*, 1993; Dun et Bradstreet, 1987; Ibrahim et Goodwin, 1986; Castaldi, 1986; Dollinger, 1985). Ensuite, la nature et surtout l'ampleur des problèmes varient selon le stade de développement des entreprises (Lorrain *et al.*, 1994; Kurato et Hodgets, 1989; Kazajian, 1988; Churchill et Lewis, 1983). Enfin, différents modèles de classification des problèmes ont été proposés. C'est ce que nous allons considérer plus spécifiquement ci-après.

Gaskill *et al.*, (1993) ont identifié quatre groupes de difficultés expliquant la faillite des PME au terme d'une enquête menée auprès de 91 répondants. Ces difficultés se rapportent à la gestion stratégique, au marketing, à l'environnement concurrentiel et à la croissance. Sur la base d'une enquête réalisée en deux étapes auprès d'un échantillon final de 257 entrepreneurs et dirigeants, Taylor et Banks (1992) ont identifié huit groupes de problèmes au moyen d'une analyse factorielle. Ils sont identifiés comme étant respectivement des problèmes se rapportant aux ressources humaines, à la compétitivité, à la productivité, au coût des contraintes légales, aux besoins financiers, à la politique fiscale, à la concurrence internationale et à la consommation de substances illicites. Les entrepreneurs considèrent que les problèmes les plus importants sont liés au coût des contraintes légales, aux besoins financiers et à la politique fiscale.

Une des études parmi les plus intéressantes sur cette question, probablement la plus sérieuse, a été réalisée par Tepstra et Olson (1993). Au terme d'une enquête menée auprès de 121 dirigeants de PME, ces auteurs ont distingué les problèmes caractéristiques du démarrage de ceux liés à la croissance. Le traitement des données a permis d'élaborer une grille globale comportant neuf catégories de problèmes liés à l'obtention de financement externe, à la gestion interne des finances, au marketing et aux ventes, au développement des produits, à la production, à l'administration générale, à la gestion des ressources humaines, à l'environnement économique et à l'environnement légal. Les problèmes dominants rencontrés dans la phase de démarrage ont trait, par ordre de fréquence décroissante, au marketing, à l'obtention de financement externe et à la gestion interne des finances. Au stade de croissance, les problèmes dominants se rapportent au marketing et aux ventes, à la gestion des finances, à la gestion des ressources humaines et à l'administration générale. Une étude récente de Huang et Brown (1999) réalisée auprès de 973 PME confirme les résultats rapportés par Tepstra et Olson (1993).

Pour les fins de cette étude, la grille de Tepstra et Olson (1993) doit être améliorée afin de nous permettre de tenir compte des difficultés d'intégration sociale et du rôle important du réseautage au sein des communautés ethniques.

### **3. Méthodologie de la recherche**

La méthode par questionnaire a été retenue en raison de la taille de l'échantillon final visé (2 400 répondants) dans notre programme de recherche, lequel est étalé sur quatre ans. L'enquête est menée dans trois villes canadiennes (Montréal, Toronto et Vancouver). Huit communautés ethniques sont ciblées à raison de 100 répondants par communauté dans chacune des trois villes. Pour chaque communauté, un nombre égal d'entrepreneurs (50) et de non-entrepreneurs (50) est visé dans le but de cerner les caractéristiques, les différences et les raisons qui expliquent pourquoi certains immigrants optent pour le salariat et d'autres pour l'entrepreneuriat. Cet article traite des résultats obtenus par des enquêtes menées auprès des entrepreneurs chinois.

#### **3.1 Le questionnaire**

Le questionnaire d'enquête résulte de l'adaptation et de l'amélioration de la méthodologie expérimentée par Toulouse et Brenner (1990) ainsi que par Brenner, Célas et Toulouse (1992a et b). Le questionnaire est divisé en deux parties. La première partie vise à cerner le profil socio-démographique des répondants. La seconde partie traite de l'expérience entrepreneuriale des répondants.

#### **3.2 La collecte des données**

Dans le but de maximiser le taux et la fiabilité des réponses, le questionnaire a été directement administré par des enquêteurs issus de la même communauté ethnique que celle des répondants. Cette approche permettait d'éliminer les barrières de langue, de favoriser un climat de confiance et de faciliter l'identification de nouveaux répondants. Les données présentées dans le présent article ont été obtenues lors de la première phase de l'enquête qui a été réalisée pendant l'automne 1999. Elles portent sur l'étude de la communauté chinoise dans les trois métropoles canadiennes.

#### **3.3 Traitement des données**

Le traitement des données est effectué en deux étapes. Dans un premier temps, nous avons recours à des statistiques descriptives pour dégager les caractéristiques des répondants, de leurs activités et de leurs expériences entrepreneuriales. Dans une deuxième étape, nous avons recours à des tests de  $\chi^2$  et à des tests d'analyse de la variance (anova) dans le but de procéder à des comparaisons fondées sur le statut, la ville de résidence, le sexe, le niveau d'éducation des répondants. Dans la majorité des questions ouvertes, nous avons procédé préalablement à un regroupement des réponses dans le but de faciliter la lecture des résultats.

### **3.4 Échantillon d'étude**

L'échantillon comporte 151 répondants, dont 50 proviennent d'enquêtes réalisées à Montréal, 52 à Toronto et 49 à Vancouver. Les régions métropolitaines de Montréal, de Toronto et de Vancouver ont été retenues car elles sont reconnues comme étant représentatives des grands courants d'immigration au Canada.

## **4. Présentation des résultats**

### **4.1 Le profil des entrepreneurs**

Les 151 entrepreneurs chinois qui ont pris part à l'étude sont originaires pour une grande majorité de la Chine (47 %) et de Hong-Kong (31,1 %). Les autres pays d'origine des répondants incluent le Vietnam, le Canada, les Philippines, Taiwan, l'Afrique de l'Est, la Thaïlande, la Jamaïque et le Cambodge. Aucune différence significative ne ressort quant à l'origine des répondants selon le sexe. On note cependant qu'un nombre significativement plus grand d'entrepreneurs de Vancouver (surtout) et de Toronto (dans une moindre proportion) sont originaires de Hong-Kong. Par ailleurs, il ressort que les entrepreneurs de Montréal et de Toronto sont significativement d'origine plus diversifiée.

Plus des deux tiers (66,9 %) des répondants sont des hommes. Les comparaisons entre les trois villes montrent significativement plus d'hommes entrepreneurs à Montréal (surtout) et à Vancouver et inversement significativement plus de femmes entrepreneures à Toronto. Ces immigrants chinois sont relativement bien établis au Canada dans la mesure où ils y résident depuis 15 ans en moyenne. Les comparaisons entre les trois villes montrent que l'immigration d'entrepreneurs chinois vers Vancouver est significativement plus récente par rapport à celle de Toronto mais surtout par rapport à celle de Montréal. On note en particulier que les entrepreneurs de Montréal s'y sont installés depuis un peu moins de deux décennies.

Ces entrepreneurs sont relativement âgés avec une moyenne d'âge dépassant 44 ans. Les femmes entrepreneures sont légèrement plus jeunes par rapport aux hommes mais la différence n'est pas significative. Par ailleurs, les entrepreneurs de Vancouver sont plus jeunes par rapport à ceux de Montréal et de Toronto, mais la différence n'est pas non plus significative.

L'analyse de la scolarisation montre que les entrepreneurs qui ont participé à cette étude ont en moyenne dépassé le niveau d'études secondaire. Dans l'ensemble, ces immigrants sont généralement expérimentés dans la mesure où ils possèdent en moyenne 13 années de travail, dont 8,0 années avant d'immigrer au Canada et 4,9 années depuis leur immigration au Canada. Les entrepreneurs de Montréal possèdent significativement plus d'expérience de travail au Canada alors que ceux de Vancouver et de Toronto avaient significativement plus d'expérience de travail avant d'immigrer.

Tableau 1 : Caractéristiques socio-démographiques des entrepreneurs<sup>3</sup>

Variables analysées	Échantillon total		Comparaison selon le sexe des répondants			Comparaison selon la région d'enquête			
	Fréquence Moyenne <sup>a</sup>	Pourcent. Écart-type <sup>b</sup>	Hommes	Femmes	$\chi^2$ F anova <sup>c</sup>	Montréal	Toronto	Vancouver	$\chi^2$ F anova <sup>c</sup>
Pays de naissance									
Chine	71	47,0	51	19	1,7	25	25	21	0,7
Hongkong	47	31,1	31	15	0,00	8	15	24	12,3***
Autres pays	32	21,2	18	14	2,3	16	12	4	8,9***
Sexe									
Homme	101	66,9	-	-	-	39	29	33	5,2*
Femme	48	31,8	-	-	-	11	22	15	5,2*
Durée de la résidence au Canada (ans)	15,0 <sup>a</sup>	9,3 <sup>b</sup>	15,7	13,8	1,4 <sup>c</sup>	18,5	15,7	10,6	10,4 <sup>c</sup> ****
Âge (ans)	44,2 <sup>a</sup>	44,1 <sup>b</sup>	44,2	43,6	0,1 <sup>c</sup>	44,1	45,9	42,2	1,7 <sup>c</sup>
Niveau d'étude atteint (1)	2,4 <sup>a</sup>	0,6 <sup>b</sup>	2,4	2,3	0,6 <sup>c</sup>	2,2	2,4	2,4	2,3 <sup>c</sup>
Durée des expériences de travail									
Au Canada (ans)	4,9 <sup>a</sup>	5,0 <sup>b</sup>	5,3	4,0	1,9 <sup>c</sup>	6,7	4,8	3,1	6,7 <sup>c</sup> ****
Avant d'immigrer (ans)	8,0 <sup>a</sup>	8,9 <sup>b</sup>	7,2	8,9	1,2 <sup>c</sup>	5,1	9,1	9,7	4,0 <sup>c</sup> **
Nombre de membres de la famille possédant une entreprise	0,4 <sup>a</sup>	0,6 <sup>b</sup>	0,4	0,4	0,00 <sup>c</sup>	0,6	0,3	0,3	4,1 <sup>c</sup> **
Principale langue à domicile									
Anglais	13	8,6	11	2	1,9	4	2	7	3,7
Français	1	0,6	-	1	2,1	1	-	-	2,0
Autres	74	49,0	47	26	0,7	25	23	26	1,0
Principale langue au travail									
Anglais	69	45,7	49	19	1,1	18	29	22	4,0
Français	7	4,6	4	3	0,4	7	-	-	14,7****
Autres langues	74	49,0	47	26	0,6	25	23	26	1,0

1 : Mesurée sur une échelle allant de 1= Niveau élémentaire à 5= Second cycle universitaire

d : Calculé par rapport au nombre de répondants déclarant qu'un membre de leur famille a une entreprise, soit 83.

\* :  $p \leq 0.10$  \*\* :  $p \leq 0.05$  \*\*\* :  $p \leq 0.01$  \*\*\*\* :  $p \leq 0.001$

En moyenne, 0,4 membre de la famille des entrepreneurs possède une entreprise. Ce faible pourcentage tient au fait que seulement 59 répondants ont déclaré qu'un des membres de leur famille (père ou mère ou famille) possède une entreprise.

La principale langue utilisée au domicile de ces entrepreneurs chinois n'est ni l'anglais ni le français. Seulement un répondant déclare utiliser le français comme langue principale à la maison. Moins de 5 % des répondants de Montréal utilisent le français comme langue principale au travail. Ces résultats indiquent une intégration nettement plus marquée des immigrants chinois au milieu anglophone.

## 4.2 Le profil des entreprises

Les entreprises ciblées se retrouvent principalement dans quatre secteurs : le service (29,1 %), le commerce de détail (29,8 %), la restauration (22 %) et le commerce de gros (9,3 %). Ces entreprises comptent en moyenne 6,3 employés dont la grande majorité (84 %) est issue du même groupe ethnique. Les entreprises de Montréal comptent

<sup>3</sup> <sub>a</sub> après un chiffre indique qu'il s'agit d'une moyenne; <sub>b</sub> qu'il s'agit d'un écart type; <sub>c</sub> qu'il s'agit d'un test F - anova.



significativement plus d'employés au total, d'employés membres de la famille de l'entrepreneur et d'employés issus du groupe ethnique de l'entrepreneur.

Une grande proportion de ces entreprises (76 %) réalisent un chiffre d'affaires inférieur ou égal à 500 000 dollars. Le groupe ethnique constitue le principal marché (60,2 % du chiffre d'affaires) et la principale source d'approvisionnement (59,9 % des achats) de ces entreprises. Il y a significativement plus d'entreprises réalisant un chiffre d'affaires variant entre 1 \$ et 2,5 \$ millions à Toronto par rapport à Montréal et à Vancouver. Enfin, les entreprises dirigées par des femmes vendent significativement plus à leur communauté comparées à celles dirigées par des hommes.

**Tableau 2 : Caractéristiques des entreprises**

Caractéristiques analysées	Échantillon total		Comparaison selon le statut des répondants			Comparaison selon la région d'enquête			
	Fréquence Moyenne	Pourcentage Écart-type	Hommes	Femmes	$\chi^2_c$ F anova	Montréal	Toronto	Vancouver	$\chi^2_c$ F anova
Nombre total d'employés :									
Temps plein	4,	8,6	5,0	2,2	3,6*	6,2	4,2	1,8	3,1**
Temps partiel	2,2	4,2	2,5	1,8	0,9	2,7	2,3	1,7	0,7
Nombre d'employés membres de la famille :									
Temps plein	0,5	0,9	0,6	0,3	2,7*	0,8	0,2	0,4	7,8****
Temps partiel	0,3	0,7	0,3	0,4	1,3	0,2	0,2	0,5	3,5**
Nombre d'employés membres du groupe ethnique :									
Temps plein	3,5	7,9	4,3	1,9	2,7	5,4	3,4	1,7	2,6*
Temps partiel	1,8	3,9	2,9	1,4	0,8	2,2	1,7	1,4	0,6
Montant du chiffre d'affaires :									
0 à 100 000	65 <sub>a</sub>	43,0 <sub>b</sub>	41	23	0,6 <sub>c</sub>	20	20	25	4,1 <sub>c</sub>
100 001 à 250 000	27 <sub>a</sub>	17,8 <sub>b</sub>	14	13	3,7* <sub>c</sub>	11	10	6	1,0 <sub>c</sub>
250 001 à 500 000	23 <sub>a</sub>	15,2 <sub>b</sub>	20	2	6,5*** <sub>c</sub>	10	5	8	2,1 <sub>c</sub>
500 001 à 1 million	8 <sub>a</sub>	5,3 <sub>b</sub>	5	3	0,1 <sub>c</sub>	3	4	1	1,4 <sub>c</sub>
1 à 2,5 millions	11 <sub>a</sub>	7,3 <sub>b</sub>	10	1	3,0* <sub>c</sub>	3	7	1	4,7* <sub>c</sub>
2,51 à 10 millions	5 <sub>a</sub>	3,3 <sub>b</sub>	3	2	0,1 <sub>c</sub>	2	2	1	0,2 <sub>c</sub>
Plus de 10 millions	1 <sub>a</sub>	0,6 <sub>b</sub>	-	1	2,1 <sub>c</sub>	-	1	-	1,9 <sub>c</sub>
Part des ventes au groupe ethnique	60,2	36,5	56,4	68,5	3,5*	58,4	54,4	68,4	1,9
Part des achats faits :									
Auprès du groupe ethnique	39,4	41,7	38,4	41,1	0,1	42,5	35,3	40,6	0,4
Dans le pays d'origine	20,5	33,7	18,2	18,2	1,9	22,0	20,9	18,4	0,1
Pourcentage des ventes exportées	2,9	14,2	2,1	2,1	0,9	3,0	1,4	4,4	0,5

\* : p≤ 0.10

\*\* : p≤ 0.05

\*\*\* : p≤ 0.01

\*\*\*\* : p≤ 0.001

### 4.3 Principaux problèmes rencontrés par les entrepreneurs

Nous avons demandé aux répondants, par le biais d'une question ouverte, d'énumérer les quatre principaux problèmes auxquels ils ont été confrontés. Cette approche s'avérait plus appropriée que la méthode classique. Cette dernière consiste à demander aux répondants d'évaluer la perception qu'ils ont de l'importance d'un éventail de problèmes déjà définis et listés dans le questionnaire. Nous sommes partis de l'hypothèse que les entrepreneurs ethniques pouvaient être confrontés à des problèmes différents de ceux généralement rapportés dans la littérature sur les PME.

La codification des réponses a permis de répertorier 107 et 117 types de problèmes respectivement lors du démarrage et au moment de l'enquête. Pour les fins de l'analyse, nous avons regroupé ces problèmes en 11 catégories sur la base de la grille développée par Tepstra et Olson (1993), à laquelle nous avons ajouté deux catégories afin de rendre compte des problèmes liés à l'intégration sociale et à l'importance des réseaux au sein des communautés ethniques. Nous avons donc distingué les problèmes liés : 1) aux finances : capital, investissements, chiffre d'affaires, rentabilité des activités et coûts; 2) au marketing : clientèle, connaissance des besoins, publicité, prix, services à la clientèle, solvabilité des clients et recouvrement des comptes; 3) aux ressources humaines : compétences, salaires, expériences, main-d'œuvre, syndicat et relations avec les employés; 4) à la production : approvisionnement, transport, fournisseurs, nature et qualité des produits, maintenance et technologie; 5) à la gestion stratégique: localisation, gestion des risques, maintien et croissance de l'entreprise et recherche d'informations; 6) à l'administration générale: comptabilité, encadrement, gestion du temps, démarrage des activités et sécurité des produits; 7) au réseautage et au partenariat : contacts, recours et coopération avec des partenaires; 8) à l'environnement institutionnel et légal : lois, politique et procédures gouvernementales, taxes et impôts, et normes techniques; 9) à l'environnement social : intégration, discrimination, confiance et communication; 10) à l'environnement économique et concurrentiel : coût des loyers, situation économique, concurrence, pouvoir d'achat, taille et tendance du marché; 11) à divers autres facteurs : climat et chance. Nous présentons et analysons ci-après les résultats obtenus.

#### **4.3.1 Les problèmes rencontrés au démarrage**

Globalement, il ressort que les problèmes liés aux finances constituent le problème dominant. Environ 51 % des entrepreneurs déclarent y avoir été confrontés. À l'inverse, les problèmes liés aux ressources humaines sont les moins fréquemment évoqués (seulement 5,3 % des répondants).

Une analyse plus poussée des résultats permet de classer les différentes catégories de problèmes en trois groupes sur la base de la fréquence à laquelle les entrepreneurs les ont évoqués. Le premier concerne plus de 40 % des entrepreneurs et fait référence à des problèmes liés aux finances et au marketing. On peut avancer que ce premier groupe comporte les problèmes dominants. Le second groupe concerne une proportion plus faible mais néanmoins importante d'entreprises. Il fait référence, par ordre de fréquence décroissante, à des problèmes liés à l'environnement institutionnel (évoqués par 26,5 % des entrepreneurs), l'environnement social (23,8 %), à la gestion stratégique (22,5 %), à la production (21,8 %), à l'administration générale (21,1 %), et au réseautage (12 %). Le troisième groupe implique les autres types de problèmes et présente la particularité de toucher une proportion plutôt limitée d'entreprises. Il inclut des problèmes liés à l'environnement économique (6,6 %), aux ressources humaines (5,3 %) et divers autres problèmes (0,7 %).

**Tableau 3 : Problèmes rencontrés au démarrage par les entrepreneurs**

Types de problème	Échantillon total		Comparaison selon le sexe des répondants			Comparaison selon la région d'enquête			
	Fréquence	Pourcent	Hommes	Femmes	$\chi^2$	Montréal	Toronto	Vancouver	$\chi^2$
Finances	77	50,9	54	22	0,9	29	30	18	2,2
Marketing	62	41,1	45	17	0,2	29	19	14	12,9***
Ressources humaines	8	5,3	6	2	0,4	3	2	3	1,2
Production	33	21,8	20	13	0,8	8	16	9	2,4
Gestion stratégique	34	22,5	23	11	0,02	11	11	12	1,5
Administration générale	32	21,1	23	9	0,5	15	13	4	8,0**
Réseautage et partenariat	19	12,6	13	6	0,5	5	6	8	1,8
Environnement institutionnel et légal	40	26,5	26	13	0,00	11	15	14	0,8
Environnement social	36	23,8	25	1	0,6	14	16	6	2,8
Environnement économique et concurrentiel	10	6,6	5	5	1,6	1	7	2	4,5*
Autres facteurs	1	0,7	1	0	0,5	0	0	1	3,3

\* :  $p \leq 0.10$     \*\* :  $p \leq 0.05$     \*\*\* :  $p \leq 0.01$

Aucune différence significative n'est relevée par rapport au sexe des entrepreneurs. Par contre, les résultats montrent qu'un nombre significativement plus grand d'entrepreneurs de Montréal sont confrontés à des problèmes liés au marketing et à la gestion courante. Par ailleurs, un nombre significativement plus grand d'entrepreneurs de Toronto déclarent avoir été confrontés à des difficultés liées à l'environnement économique. Autrement dit, les entrepreneurs chinois de Montréal sont davantage confrontés à des difficultés internes à leur entreprise alors que ceux de Toronto seraient plutôt exposés à des difficultés d'origine externe. Globalement, les différences significatives limitées qui ressortent des données semblent indiquer que les problèmes auxquels les entrepreneurs ont été confrontés lors du démarrage de leur entreprise sont relativement indépendants du sexe des dirigeants et de la localisation de leurs entreprises.

#### 4.3.2 Les problèmes confrontés à l'époque de l'enquête

Comparativement à la phase de démarrage, on constate que les problèmes financiers ne constituent plus le problème dominant. Ce sont plutôt les problèmes se rapportant au marketing qui ont été évoqués par 35,7 % des entrepreneurs. Par ailleurs, on note qu'on ne retrouve plus ici trois mais plutôt seulement deux groupes de problèmes. Le premier groupe vise approximativement entre 14 et 36 % des répondants. Il s'agit par ordre de fréquence décroissante des problèmes liés au marketing (35,7 %), aux ressources humaines (29,1 %), à l'environnement économique et concurrentiel (29,1 %), aux finances (23,2 %), à l'environnement institutionnel et légal (22,5 %), à la gestion stratégique (19,8 %), à la production (16,5 %) et à l'administration générale (13,9 %). On assiste en quelque sorte à une certaine forme de nivellement de la fréquence à laquelle les différents problèmes sont évoqués. On peut éventuellement expliquer le nivellement de l'importance relative des problèmes par l'effet de la courbe d'expérience ainsi que l'amélioration de la capacité de survie des entreprises. Il convient de noter dans ces résultats un double phénomène mettant en relief un changement qualitatif dans la configuration des difficultés rencontrées par rapport à la phase du démarrage. Le premier phénomène réside dans le fait que la fréquence à laquelle les différents problèmes ont été mentionnés a diminué sans pour

autant atteindre un niveau négligeable, excepté dans le cas des problèmes liés aux ressources humaines et à l'environnement économique et concurrentiel,. À titre d'exemple, la proportion d'entrepreneurs ayant évoqué qu'ils sont confrontés à des problèmes financiers est passée de 50,9 % au démarrage à 23,3 %. Les problèmes financiers figurent maintenant au quatrième rang. Le second phénomène concerne l'émergence des problèmes liés aux ressources humaines (évoqués maintenant par 29,1 % des entrepreneurs contre 5,3 % au démarrage) et à l'environnement économique (29,1 % contre 6,6 %) en tant que problème préoccupant une proportion importante d'entrepreneurs.

Le second groupe inclut les problèmes liés au réseautage et à l'environnement social dont la fréquence respective est devenue en quelque sorte marginale. En effet, ils ne sont plus évoqués que par 3,9 % des entrepreneurs dans le premier cas et par 7,3 % dans le deuxième cas (contre 12,6 % et 23,8 % lors du démarrage). Ces résultats consolident le changement évoqué précédemment concernant la configuration des problèmes importants et tendent à confirmer les thèses soutenues dans la littérature sur les stades de développement des PME.

**Tableau 4 : Problèmes rencontrés actuellement par les entrepreneurs**

Types de problème	Échantillon total		Comparaison selon le sexe des répondants			Comparaison selon la région d'enquête			
	Fréquence	Pourcent	Hommes	Femmes	$\chi^2$	Montréal	Toronto	Vancouver	$\chi^2$
Finances	35	23,2	25	9	1,1	9	19	7	0,9
Marketing	54	35,7	37	17	0,1	22	17	15	2,9
Ressources humaines	44	29,1	29	14	0,00	14	16	14	3,2
Production	25	16,5	19	6	0,3	4	10	11	3,5
Gestion stratégique	30	19,8	20	10	0,01	15	11	4	4,1
Administration générale	21	13,9	9	11	1,6	9	10	2	3,9
Réseautage et partenariat	6	3,9	5	1	0,6	1	1	4	6,0**
Environnement institutionnel et légal	34	22,5	22	12	0,02	14	12	8	0,9
Environnement social	11	7,3	7	4	0,06	2	8	1	3,9
Environnement économique et concurrentiel	44	29,1	29	14	0,00	14	16	14	3,2
Autres facteurs	2	1,3	1	0	,05	0	1	1	0,9

\* :  $p \leq 0.10$       \*\* :  $p \leq 0.05$

Aucune différence significative n'est observée par rapport au sexe des dirigeants. Une seule différence ressort entre les trois villes. Elle concerne les problèmes liés au réseautage qui sont évoqués par un plus grand nombre d'entrepreneurs de Vancouver. Nous pouvons de nouveau affirmer que les problèmes auxquels les entrepreneurs ont été confrontés au moment de l'enquête sont relativement indépendants du sexe des dirigeants et de la localisation de leur entreprise.

Nous concluons cette partie de notre analyse en mentionnant que nos résultats confirment ceux rapportés par Tepstra et Olson (1993) et permettent d'avancer provisoirement (considérant que des analyses complémentaires devraient être effectuées) que les

entrepreneurs chinois ciblés dans notre étude ne sont pas confrontés à des problèmes différents de ceux auxquels les autres créateurs et dirigeants de PME sont exposés.

### 4.3.3 Les problèmes et modalités de financement des entreprises

En raison de la prédominance des problèmes financiers en contexte de PME, nous avons considéré pertinent d'y accorder un intérêt particulier afin de mieux cerner les caractéristiques des entreprises ethniques.

Environ la moitié des entrepreneurs (49,6 %) rapportent avoir été confrontés à des difficultés pour obtenir le financement nécessaire à l'acquisition ou au démarrage de leur entreprise. Les entrepreneurs de Montréal sont significativement plus confrontés à ce problème que ceux des autres villes. Le montant total de l'investissement de départ est en moyenne de 115 000 dollars. Une proportion importante de ce montant (84 % en moyenne) a été financée par l'entrepreneur. Conjugué à la difficulté d'obtenir du financement, ce dernier résultat indique un accès limité tant aux sources institutionnelles classiques qu'aux sources ethniques de financement lors de la phase de démarrage. Aucune différence significative ne ressort concernant le montant de l'investissement initial entre les trois villes. Des différences significatives ressortent concernant la part dans les investissements. Les femmes entrepreneures ont significativement investi plus dans leur entreprise au départ que les hommes (90,1 contre 80,8 %). Ce résultat peut indiquer une plus grande difficulté pour les femmes d'obtenir du financement comparativement aux hommes. Cette même explication peut être avancée concernant les entrepreneurs de Vancouver comparés à ceux des deux autres grandes villes.

**Tableau 5 : Difficultés et modalités de financement des entreprises**

Variables analysées	Échantillon total		Comparaison selon le statut des répondants			Comparaison selon la région d'enquête			
	Fréquence Moyenne	Pourcent Écart-type	Hommes	Femmes	$\chi^2_c$ F anova	Montréal	Toronto	Vancou- ver	$\chi^2_c$ F anova
Difficulté à obtenir du financement	75 <sub>a</sub>	49,6 <sub>b</sub>	53	21	1,2 <sub>c</sub>	32	27	16	8,9** <sub>c</sub>
Montant de l'investissement initial (milliers)	114,7	286,7	129,4	85,1	0,7	132,4	133,0	60,9	0,8
Part dans l'investissement initial	83,8	28,3	80,8	90,1	2,9*	74,4	87,9	91,2	4,5**
Sources de financement au démarrage :									
Economies personnelles	69,5	34,5	72,0	64,6	1,5	66,0	71,5	70,9	0,4
Prêts bancaires	10,3	22,1	11,3	8,6	0,5	13,2	10,5	6,7	1,0
Prêt familial, et d'amis	16,8	26,9	14,4	22,1	2,5	1,5	17,7	19,5	0,6
Prêt gouvernemental	0,6	4,6	0,1	0,5	1,2	0,7	0,9	0,0	0,5
Autres sources	1,9	11,9	1,8	2,1	0,0	2,6	0,0	3,3	1,0
Sources actuelles de financement									
Crédit commercial	25,3	36,1	22,6	31,7	1,8	18,3	43,6	10,5	12,3****
Prêt familial	7,4	20,4	7,1	6,2	0,0	9,6	4,4	8,5	0,9
Prêt du groupe ethnique	1,4	7,6	0,6	2,8	2,7*	0,0	2,1	2,4	1,4
Retenus sur revenus	57,9	43,0	60,8	53,1	0,9	64,1	47,3	63,6	2,4*
Autres sources	3,7	15,8	4,6	1,8	0,9	3,8	0,4	7,5	2,3*

\* : p≤ 0.10

\*\* : p≤ 0.05

\*\*\* : p≤ 0.01

\*\*\*\* : p≤ 0.001

Les économies personnelles représentent la principale source de financement (69,5 % de l'apport initial) des entrepreneurs. La famille et les amis fournissent au départ en moyenne 16,8 % de l'investissement. Les sources gouvernementales (0,6 %) sont très peu utilisées. Aucune différence n'est observée quant au recours aux diverses sources tant entre les trois villes qu'entre les hommes et les femmes. Les données relatives aux modalités actuelles de financement montrent par contre un accès plus marqué au système bancaire qui fournit en moyenne 25,3 % des besoins. On peut éventuellement expliquer ce phénomène par le fait que les entrepreneurs ont acquis une meilleure connaissance ou une plus grande crédibilité auprès des institutions classiques de financement. Les sources personnelles demeurent néanmoins la principale source de financement actuel de ces entrepreneurs (57,9 %). Les femmes recourent significativement plus au groupe ethnique que les hommes. Par ailleurs, les entrepreneurs de Toronto utilisent significativement plus le crédit commercial, alors que ceux de Montréal et de Vancouver ont significativement plus recours aux sources personnelles. Enfin, les entrepreneurs de Vancouver utilisent significativement plus les autres sources.

## **Conclusion**

Les entrepreneurs échantillonnés sont originaires pour une grande partie de la Chine et de Hong-Kong. Ce sont en majorité des hommes, plutôt âgés, d'éducation en moyenne collégiale, résidant au Canada depuis plus d'une décennie. Les entreprises opèrent principalement dans les secteurs des services, du commerce de détail, de la restauration et du commerce de gros. Elles comptent en moyenne un peu plus de six employés dont la grande majorité est issue du groupe ethnique de l'entrepreneur. Enfin, les trois-quarts d'entre elles réalisent un chiffre d'affaires inférieur à 500 000 dollars.

Au démarrage, les problèmes financiers constituent le principal problème des entreprises. Les problèmes répertoriés à cette phase peuvent être classés en trois groupes. Le premier groupe implique plus de 40 % des entreprises et fait référence à des problèmes liés aux finances, au marketing et à l'environnement institutionnel. Le second groupe concerne une proportion plus faible non négligeable d'entreprises et fait référence à des problèmes liés à la production, à la gestion stratégique, à la gestion courante et à l'environnement. Le troisième groupe implique les autres types de problèmes et concerne une proportion plutôt limitée d'entreprises. Aucune différence significative n'est relevée par rapport au sexe des répondants. On note par contre qu'un nombre significativement plus grand d'entrepreneurs de Montréal sont confrontés à des problèmes liés au marketing et à la gestion courante.

Au moment de l'enquête, les problèmes de nature marketing constituaient le principal problème des entreprises. Les résultats des analyses permettent de relever un double phénomène. On note que la proportion d'entreprises confrontées à des problèmes liés aux finances, au marketing, à la production, à la gestion stratégique, à la gestion courante, au réseautage, à l'environnement institutionnel et à l'environnement social a diminué. Ce phénomène peut être expliqué par l'effet de la courbe d'expérience et par l'amélioration de

la capacité de survie des entreprises. À l'inverse, la proportion d'entreprises confrontées à des problèmes liés aux ressources humaines et à l'environnement économique et concurrentiel (coût des loyers, situation économique, concurrence, pouvoir d'achat, taille et tendance du marché), a nettement augmenté. Ce phénomène peut être expliqué par les défis inhérents à la poursuite d'une stratégie de croissance. La seule différence observée révèle que significativement plus d'entrepreneurs de Vancouver sont confrontés à des problèmes liés au réseautage.

Le nombre restreint de différences significatives relevées tend à indiquer une relative indépendance des problèmes par rapport au sexe des dirigeants de même qu'à la localisation des entreprises ethniques. Ces résultats suggèrent que les entrepreneurs chinois seraient confrontés à un éventail générique de problèmes semblables à ceux rencontrés par les autres entrepreneurs. Toutefois, pour mieux asseoir une telle conclusion, nous avons besoin d'approfondir nos analyses en considérant d'autres facteurs tels que le niveau de scolarisation, le pays d'origine, le statut culturel (chinois, mandarin, cantonais), la durée de la résidence au Canada en plus de la taille et du secteur d'activités des entreprises.

La prise en considération de la littérature sur les PME permet de constater que les entreprises ethniques échantillonnées ne sont pas confrontées à des difficultés différentes de celles vécues par l'ensemble des PME. Il ne serait donc pas justifié, à priori, de recommander la nécessité de développer de nouveaux programmes ou des programmes spécifiques à l'intention des entrepreneurs ethniques. Cependant, les particularités de la dynamique sociale et des affaires qui prévaut au sein de ces communautés suggèrent que l'efficacité de l'utilisation des programmes de soutien à l'entrepreneuriat passe par le recours aux réseaux établis au sein de ces communautés. Une telle stratégie d'intervention requiert un partenariat entre les pouvoirs publics et chacune des communautés ethniques concernées permettant le développement de relations de confiance. Cela faciliterait également la mise en place de systèmes de suivi visant à assurer une meilleure efficacité de l'allocation des ressources de même que des ajustements périodiques aux façons de faire pour mieux soutenir l'entrepreneuriat ethnique, pour mieux s'adapter aux logiques propres à chacun des groupes concernés, en particulier lorsque ceux-ci constituent un apport majeur à la dynamique du monde des affaires de leur société d'adoption.

## **Références**

- Brenner, G., Célas, G. et Toulouse, J.M. (1992a), Haitian entrepreneur in Montréal : new lives, new businesses, Montréal, Chaire d'entrepreneurship Maclean Hunter, Cahier de recherche 92-09.
- Brenner, G., Célas, G. et Toulouse, J. M. (1992b), New immigrants and new business : the Chinese and the Haitians in Montréal, Montréal, Chaire d'entrepreneurship Maclean Hunter, Cahier de recherche 92-03.
- Castaldi, R.M. (1986), An analysis of the work roles of CEO's of small firms, American Journal of Small Business, vol. 11, n° 1, pp. 53-64.

- Churchill, N. et V.L. Lewis (1983), The five stages of small business growth, Harvard Business Review, vol. 61, n° 3, pp. 30-50.
- Dun et Bradstreet (1987), The business failure record, New York, Dun & Bradstreet.
- Dollinger, M.J. (1985), Environmental contacts and financial performance of small firms, Journal of Small Business Management, vol. 23, n° 1, pp. 24-30.
- Ehrenhalt, S.M. (1993), Economic and demographic change : The case of New York city, Monthly Labor Review, vol. 116, n° 2, pp. 4051.
- Engardio, P. et P. Burrows (1997), Where immigrants find a melting pot of gold, Business Week, n° 3541, p. 123.
- Gaskill, L.A. R., H. Van Auken et R.A. Manning (1993), A factor analysis study of the perceived causes of small business failure, Journal of Small Business Management, vol. 31, n° 4, pp. 18-33.
- Head, K. et J. Ries (1998), Immigration and trade creation : econometric evidence from Canada, The Canadian Journal of Economics, vol. 31, n° 1, pp. 47-62.
- Helley, D. et A. LeDoyen (1994), Immigrés et création d'entreprises – Montréal, Institut Québécois de recherche sur la culture, Québec.
- Huang, X. et A. Brown, (1999), An analysis and classification of problems in small business, International Small Business, vol. 18, n° 1, pp-73-85.
- Ibrahim A.B. et J.R. Goodwin, (1986), Perceived causes of success in small business, American Journal of Small Business, vol. 41, pp. 41-50.
- Kazajian, R.K., (1988), Relation of dominant problems to stages of growth in technology-based new ventures, Academy of Management Journal, vol. 31, n° 2, pp. 257-279.
- Kurato, D.F. et R.M. Hodgetts (1989), Entrepreneurship : a contemporary approach, Chicago, Dryden Press.
- Lachman, M.L. et D. Brett (1996), Immigration's impact on real estate and retailing, Chain Store Age, vol. 72, n° 10, pp. 68-74 .
- Light I. et E. Bonacich (1988), Immigrants entrepreneurs : Korean in Los Angeles 1965-1982, Berkeley, California, University California Press.
- Light, I. et C. Rosenstein (1995), Race, ethnicity and entrepreneurship in urban America, Adline de Gruyter, New York.
- Lorrain, J., A. Belley et C. Ramangalahy (1994), Relation entre le profil de comportement des propriétaires-dirigeants et le stade d'évolution de leur entreprise, Revue Internationale PME, vol. 7, n° 1, pp. 9-34.
- Mandel, M.J. et C. Farrell (1992), The immigrants : how they're helping to revitalize the US economy, Business Week, 13 Juillet, pp. 114-122.
- Mesa, C. et M. Boles (1997), Minority women are waving the entrepreneurial wand, Workforce, vol. 76, n° 10, p. 24.
- Mohammed, R. (1988), Asian Business in Bradford, West Yorkshire : a study of ethnic entrepreneurship in retailing, manufacturing and the services industries, University of Bradford, Ann Arbor, The British Library in association with UMI.
- Québec, Communautés culturelles et Immigration Québec (1993), Profil des gens d'affaires néo-québécois en Outaouais, Québec, Conseil régional de développement de l'Outaouais, 30 avril.



- Ray, D., A. Momjam *et al.* (1988), Comparison of immigrants Armenian entrepreneurs in Los Angeles and immigrants Chinese entrepreneurs in Calgary, Faculty of Management, University of Calgary, Alberta.
- Taylor, G.S et M.R. Banks, (1992), Entrepreneurs, small business executives and large business executives, Journal of Small Business Management, vol. 30, n° 4, pp. 24-39.
- Tepstra, D.E. et P.D. Olson (1993), Entrepreneurial start-up and growth : a classification of problems, Entrepreneurship, Theory and Practice, vol. 17, n° 3, pp. 5-20.
- The Banker (1997), CSFI : The future is small, vol. 147, n° 860, p. 24.
- Thoney, E. (1988), Employment of ethnics groups in the clothing, textile, knitting mill and leather industry, Policy, Research and Analysis Division, Department of Secretary State, Ottawa.
- Toulouse, J.M. et Brenner, G. (1990), Immigrants as entrepreneurs : developing a research model, Montréal, Chaire d'entrepreneurship Maclean Hunter, Cahier de recherche 90-03, mars.
- Trista Resources Ltd (1989), Analysis of employment and ethnocultural origins, Policy & Research, Multiculturalism, Multiculturalism and Citizenship, Ottawa.
- Waldinger, R. (1989), Structural opportunity or ethnic advantage? : Immigrant business development in New York, Migration Review, vol. 23, n° 1, pp. 48-72..
- Waldinger, R., Aldrich, H., Ward, R. *et al.* (1990), Ethnic entrepreneurs: Immigrant business in industrial societies, Newbury Park, Sage Publications Inc.
- Ward, R. et R. Jenkins (1984), Ethnic communities in business : strategies for economic survival, Cambridge, New York, University Press.