



Les objectifs entrepreneuriaux comme facteur explicatif de la taille des entreprises

Yves Robichaud

Professeur agrégé
Ecole de commerce et d'administration
Université Laurentienne

Egbert McGraw

Professeur titulaire
Faculté d'administration
Université de Moncton

yrobichaud@laurentienne.ca

Résumé :

Résumé de la communication

Malgré le rôle important que jouent les PME dans la création d'emploi et sur l'économie en général, les recherches en entrepreneurship montrent qu'une bonne partie des PME demeurent, pour la plupart petites, et ce, même après plusieurs années d'opérations. Notre recherche tentera, par l'étude des motivations entrepreneuriales, d'apporter des éléments additionnels permettant de mieux comprendre la problématique entourant la taille des entreprises. Plus précisément, pour démontrer que la taille des entreprises peut être expliquée par les motivations entrepreneuriales, nous postulons que les propriétaires-dirigeants des TPE privilégieront davantage des objectifs entrepreneuriaux intrinsèques par rapport aux propriétaires-dirigeants d'entreprises de plus grande taille qui favoriseront plutôt des objectifs entrepreneuriaux de nature extrinsèque.

Il n'est pas rare, dans les pays industrialisés, de constater que le principal moteur de la création d'emplois soit les petites et moyennes entreprises (PME). Par exemple, au Canada, les PME (celles ayant moins de 100 employés) représentent 98 % des entreprises, emploient 62 % de tous les employés du secteur privé et contribuent à 43 % du PIB canadien. Entre le deuxième trimestre de 2001 et le trimestre correspondant de 2002, les PME canadiennes sont à l'origine de 78 % de la création nette d'emplois. Elles ont créé plus de 170 000 emplois au cours de cette période. Ce nombre d'emplois se chiffrait à environ 114 000 un an plus tôt (Industrie Canada, 2003). Le même phénomène existe en Europe où les PME offrent plus de la moitié des emplois ; aux États-Unis, il est de l'ordre de 30 % (OCDE, 1996).

C'est donc dire que la contribution des PME à l'économie canadienne et à celles d'autres pays est importante. Personne ne remet en question le rôle prépondérant qu'elles jouent dans la création d'emplois, dans le développement économique et dans la croissance. À cet égard, les spécialistes sont de plus en plus nombreux à dire que les changements technologiques, économiques et sociaux qui nous bouleversent renforceront davantage ce rôle (OCDE, 1996). Malgré le rôle important que jouent les PME dans la création d'emploi et dans l'économie en général, les recherches en entrepreneurship démontrent qu'une bonne partie des PME demeurent, pour la plupart, petites, et ce, même après plusieurs années d'opération (Morris, 1998 ; Wijewardena et Tibbits, 1999). Par exemple, Bruyat (1994) estime, qu'en France, moins de 2 % des entreprises dites de « créations pures » atteindront le seuil des 10 salariés au bout de quelques années, les autres qui survivront demeureront de toutes petites entreprises (TPE).

Il s'avère donc important de comprendre les facteurs qui limitent la croissance des PME ou y font obstacle. Il existe plusieurs moyens d'aborder cette problématique car les variables reliées au domaine de l'entrepreneurship sont nombreuses. En ce qui nous concerne, nous avons choisi de nous y intéresser en nous penchant sur les motivations entrepreneuriales¹.

Le choix des motivations entrepreneuriales comme variable explicative de la taille des entreprises prend sa justification dans les modèles théoriques d'étude de la performance dans les petites entreprises. En effet, la majorité des modèles théoriques à l'étude de la performance entrepreneuriale font ressortir la motivation comme l'un des éléments clés de la performance des petites entreprises. Les modèles de Blawatt (1995), de Naffziger *et al.* (1994), d'Herron et Robinson, (1993), de Keats et Bracker (1988), de Cragg et King (1988) en sont des exemples. L'attention manifestée par ces chercheurs à l'égard de la variable motivation se base sur les prémisses qu'une meilleure compréhension des motivations entrepreneuriales contribue à une meilleure compréhension des comportements affichés par les entrepreneurs et de l'impact de ces comportements sur la performance de leur entreprise. Cette supposition se révèle encore plus vraie chez les TPE dans la mesure où leur petite taille place davantage l'entrepreneur au cœur des activités et des décisions de son entreprise. C'est la raison pour laquelle, d'ailleurs, les objectifs personnels poursuivis par l'entrepreneur et ceux de l'entreprise sont souvent perçus comme étant indissociables. Ce dernier constat apporte un support théorique à la pertinence du

¹ Les motivations entrepreneuriales représentent dans notre étude les objectifs entrepreneuriaux (personnels et organisationnels) que les entrepreneurs cherchent à satisfaire par l'entremise de leur entreprise. Les motivations personnelles, les motivations entrepreneuriales, les objectifs personnels ou entrepreneuriaux et les facteurs de motivation sont souvent utilisés dans les ouvrages sur les petites entreprises pour désigner le même concept. Dans notre étude, ces termes sont interchangeables.

lien très étroit entre les objectifs poursuivis par l'entrepreneur et la taille de son entreprise. En étant conscient que ses efforts se refléteront directement dans les résultats de l'entreprise, l'entrepreneur la fera évoluer en fonction de l'atteinte de ses objectifs personnels.

C'est pourquoi nous privilégierons dans cette étude le modèle de développement des organisations basé sur le principe que l'organisation est le résultat d'une suite de décisions relatives à sa finalité. Cette approche décisionnelle est très intéressante au niveau de la petite entreprise puisqu'elle sous-entend que l'organisation se développe dans le sens que l'entrepreneur veut bien lui donner. Ainsi, l'entrepreneur peut programmer à son gré le processus de développement de son organisation. Il peut, selon la suite d'objectifs qui évoluent dans le temps, arrêter la progression de l'organisation, la pousser à maturité ou revenir à une plus petite structure.

C'est dans cette perspective que notre recherche tentera d'apporter des éléments additionnels permettant de mieux comprendre la problématique entourant la taille des entreprises. Pour démontrer que la taille des entreprises peut être expliquée par les motivations entrepreneuriales, nous postulerons plus précisément que les propriétaires-dirigeants des TPE privilégieront davantage des objectifs entrepreneuriaux intrinsèques par rapport aux propriétaires-dirigeants d'entreprises de plus grande taille qui favoriseront plutôt des objectifs entrepreneuriaux de nature extrinsèque.

Dans ce qui suit, nous ferons d'abord une recension des écrits, nous présenterons la méthodologie, puis nous ferons état des résultats obtenus.

Revue de la littérature

Cette revue de la littérature porte sur les études empiriques qui se sont intéressées aux motivations entrepreneuriales, aux typologies d'entrepreneurs ainsi qu'aux échelles de mesure pour identifier les motivations entrepreneuriales.

Motivations, typologies d'entrepreneurs et instruments de mesure

On distingue quatre grands courants de recherche portant sur les motivations personnelles des entrepreneurs : le premier courant englobe toutes les études qui ont examiné les motifs personnels pour démarrer une entreprise, le deuxième comprend celles qui ont tenté d'étudier les objectifs personnels pour soutenir l'existence de l'entreprise, tandis que les deux derniers se sont penchés sur les motivations propres aux femmes entrepreneures ainsi que sur les distinctions entre les hommes et les femmes.

Ces différents courants de recherche ont fait ressortir une grande diversité d'objectifs. Parmi les objectifs les plus souvent cités, nous relevons le désir d'indépendance et d'autonomie (Buttner et Moore, 1997 ; McGregor et Tweed, 2000 ; Fillion, 2000), la poursuite d'objectifs financiers (Pinfold, 2001 ; Rosa *et al.*, 1994 ; Cressy, 1995 ; Stevenson et Gumpert, 1985 ; Kent *et al.*, 1982), la volonté d'être son propre patron (Mattis, 2000 ; Kirgeng et Orbeck, 1997 ; Knight, 1987) et le désir de se créer un emploi (Pinfold, 2001 ; Aronoff et Ward, 1995 ; Brush, 1990 ; Holmquist et Sundin, 1990 ; Birley, 1989).

Par ailleurs, la littérature suggère que les entrepreneurs en général différencieraient sur le degré d'importance qu'ils accordent aux objectifs entrepreneuriaux. Les recherches démontrent, entre autres, des variations d'intensité envers certains types d'objectifs comme le désir d'indépendance et d'autonomie (Sexton et Bowman, 1985), la poursuite d'objectifs

financiers (Smith, 1967), le désir de se bâtir une réputation au sein de la communauté (Dubini, 1988) et la recherche d'un défi (Cooper *et al.*, 1989). D'autres recherches rapportent également que les entrepreneurs démontreraient un plus grand besoin d'accomplissement ainsi qu'un plus grand désir de se bâtir une réputation sociale que la population en général (Carland *et al.*, 1984 ; Brockhaus, 1986). Cette variation d'intensité dans les objectifs des entrepreneurs permettrait d'expliquer pourquoi certains entrepreneurs sont plus axés que d'autres vers certains types d'objectifs.

Cette variation d'intensité au chapitre des objectifs des entrepreneurs ainsi que l'importance attribuée aux objectifs entrepreneuriaux en général a conduit les chercheurs à développer des typologies d'entrepreneurs où ces derniers sont regroupés selon les objectifs qu'ils privilégient. Selon Gartner *et al.* (1989), le développement de typologies est important pour délimiter les caractéristiques fondamentales d'un phénomène à étudier. Selon lui, « l'élaboration d'une typologie permet de cerner les caractéristiques les plus marquantes pour différencier les entrepreneurs et décrire le comportement de chaque type d'entrepreneur. Chaque typologie part d'une même prémisse fondamentale : les entrepreneurs sont différents les uns des autres » (p. 183). Filion (2000) partage le même avis : « Évidemment, il n'existe pas de typologie assez complète pour pouvoir classifier tous les entrepreneurs. À la limite, chaque cas est unique. Toutefois, l'intérêt d'une typologie consiste à mieux comprendre les points d'ancrage, l'ensemble du système de valeurs et de pensée, et à pouvoir se donner des repères pour comprendre la cohérence d'ensemble du comportement d'un acteur » (p. 8).

Parmi les typologies les plus connues, mentionnons la typologie de Filley et Aldag (1978), lesquels classifient les entrepreneurs en trois catégories : « l'artisan », « l'entrepreneur » et le « professionnel »; celle de Braden (1977) qui utilise les catégories « gardien » et « gestionnaire » et, finalement, la typologie de Smith (1967) qui qualifie les entrepreneurs soit « d'artisan » soit « d'opportuniste ou d'entrepreneur d'affaires ».

Ces typologies associent chaque type d'entrepreneurs à des objectifs différents. Par exemple, la typologie de Filley et Aldag (1978) associe les types « artisan », « entrepreneur » et « professionnel » à des objectifs de « confort-survie », d'« accomplissement personnel » et d'« adaptation au marché ». Quant à Braden (1977), il définit le type « gardien » comme un individu axé vers des activités qu'il aime, tandis que le type « gestionnaire » est plutôt attiré par des objectifs financiers. Enfin, la typologie de Smith (1967) ressemble de près à celle de Braden (1977) puisque le type « artisan » est motivé par un travail qu'il aime faire et est en affaires pour des raisons intrinsèques (autonomie et indépendance). Il est en général moins éduqué, a moins d'expérience de travail et est moins adapté au changement. Par opposition, le type « opportuniste » a une orientation plus managériale et, de ce fait, est plus susceptible d'être attiré par des objectifs financiers et de croissance de l'entreprise. Il a tendance à être plus éduqué, à avoir de l'expérience et à être issu de la classe moyenne. Il est aussi plus capable de s'adapter au changement et a recours à un plus grand nombre de sources de financement externes.

Ces typologies d'entrepreneurs ont donné lieu au développement d'instruments pour mesurer les objectifs personnels des entrepreneurs. Des instruments de mesure ont été développés plus spécifiquement à partir des trois typologies d'entrepreneurs que nous venons de présenter (Filley et Aldag, 1978 ; Braden, 1977 ; Smith, 1967), dans le but d'expliquer les différences de performance entre les entreprises (Kuratko *et al.* 1997 ; Cooper et Artz, 1995 ; Fischer *et al.*, 1993 ; Stuart et Abetti, 1990).

Méthodologie

Population et échantillonnage

La population est formée d'entreprises des secteurs de service et de détail de deux régions francophones du Nouveau-Brunswick au Canada. Le cadre d'échantillonnage correspond aux entreprises qui figurent dans les répertoires des commissions industrielles du Nouveau-Brunswick et des Chambres économiques des régions étudiées. L'ensemble de ces entreprises, à l'exception des organismes ou des associations à but non lucratif, des organismes gouvernementaux et des filiales appartenant à des sociétés-mères (par exemple, les banques, les caisses populaires, les grandes chaînes nationales telles Wal-Mart, Costco, etc.), forme notre population qui compte environ 2 000 entreprises.

Procédure d'expérimentation

Une fois la population définie, des appels téléphoniques ont été effectués afin d'obtenir la participation des entrepreneurs. Pour être retenues, les entreprises (par l'entremise du propriétaire-dirigeant) devaient satisfaire à certains critères. Les entreprises devaient compter plus de deux années d'existence. Il devait s'agir d'entreprises de service et de détail. Les propriétaires-dirigeants devaient être propriétaires de leur entreprise dans une proportion d'au moins 50 % et participer aux activités quotidiennes de celle-ci.

Si l'entrepreneur répondait aux critères de l'échantillonnage et acceptait de participer à l'étude, un questionnaire, accompagné d'une enveloppe-réponse affranchie, lui était aussitôt envoyé. Nous avons rejoint 925 entrepreneurs des 2 000 entreprises identifiées. De ces 925 entrepreneurs, 315 ont retourné le questionnaire complété, ce qui porte notre taux de réponse à 34 %. Quatre-vingt dix pour cent (90 %) des entreprises participantes ont 10 employés ou moins et 99 % d'entre elles ont 100 employés et moins (trois seulement ayant plus de 100 employés).

Mesure des objectifs entrepreneuriaux

Le questionnaire pour déterminer les objectifs des entrepreneurs de notre étude a été construit en nous fondant à la fois sur un instrument de mesure développé par Kuratko *et al.* (1997) et sur les objectifs identifiés lors d'entretiens (, 2001). L'instrument de mesure de Kuratko a été développé à partir d'une revue exhaustive de la littérature. Il met en évidence 15 énoncés regroupés en quatre catégories d'objectifs : les motivations extrinsèques, les motivations liées au besoin d'indépendance et d'autonomie, les motivations intrinsèques et les motivations liées à la sécurité de la famille (annexe 1).

Pour nous assurer de la validité de contenu de l'instrument de mesure, nous avons mené des entretiens individuels avec 28 entrepreneurs (14 femmes et 14 hommes)². Ces entretiens de type guidés ou centrés ont porté sur les objectifs entrepreneuriaux des participants, c'est-à-dire sur ce qui les motive à demeurer en affaires.

De façon générale, les énoncés des échelles de Kuratko *et al.* (1997) sont ressortis dans les réponses des participants. Cependant, de nouveaux objectifs ont aussi fait leur

² Les entreprises constituant l'échantillon ont été sélectionnées de façon non probabiliste. L'étude qualitative répond aux mêmes critères que ceux cités dans la procédure d'expérimentation.

apparition. Voici, de façon spécifique, les changements apportés au questionnaire suite aux commentaires tirés des entretiens qualitatifs. L'instrument de mesure des objectifs entrepreneuriaux résultant de ces changements est présenté à l'annexe 2.

- Certains des énoncés ont été modifiés pour tenir compte des expressions utilisées par les répondants pour décrire les objectifs (par exemples, « acquérir ma richesse personnelle » a été remplacé par « augmenter les sommes d'argent que je tire de mon entreprise », « bâtir une entreprise qui puisse être léguée à ma famille » a été remplacé par « bâtir une entreprise pouvant bénéficier à mes enfants », etc.).
- L'ajout des éléments « être plus près de mes enfants », « bâtir un fonds de pension pour mes vieux jours », « faire un travail que j'aime faire », « bâtir une entreprise qui me permet de vivre confortablement » et « maximiser la croissance de mon entreprise » aux énoncés de Kuratko et *al.* (1997). Ces éléments ont été mentionnés par les répondants lors des entretiens.
- Les énoncés « vivre pleinement mes émotions » et « augmenter mes opportunités de revenu », ont été éliminés puisqu'ils n'ont pas été mentionnés lors des entretiens.

Choix de définition d'une TPE

La recherche effectuée révèle qu'il n'y a pas de définition standard de la toute petite entreprise (TPE), ni d'ailleurs de la PME. L'idée de base pour qualifier une entreprise de très petite taille consiste à établir une frontière, un seuil au-delà duquel on ne peut pas parler de PME mais de très petite entreprise. Or, ce seuil varie de façon significative selon les études consultées. Une revue de la littérature effectuée par Robinson et Pearce (1984) sur la définition d'une petite entreprise indique que les petites entreprises sont classées soit en fonction de leurs effectifs soit selon leurs chiffres d'affaires. Dans le cas des effectifs, le nombre d'employés utilisé pour définir une petite entreprise peut varier entre un employé et 2 000, tandis que pour le chiffre d'affaires, les limites se situent entre 150 000 \$ et 100 000 000 \$.

En ce qui concerne la définition d'une TPE, elle varie aussi de façon significative selon les études consultées. Par exemple, Morris (1998), qui utilise le terme micro-entreprise pour désigner les toutes petites entreprises, la définit comme une entreprise de quatre employés et moins, soit la même définition que lui donne Industrie Canada, l'agence officielle de diffusion de l'information au Canada. Cet auteur ajoute que ce nombre augmente à sept employés en Chine et à 10 employés en Europe. D'autres études répertoriées utilisent cinq employés et moins pour définir les TPE (Roberts et Wood, 2002 ; Freedman et Godmin, 1993).

Certains chercheurs ont tenté de définir des typologies générales des petites entreprises à partir non seulement des variables de type quantitatif (tels les emplois, les actifs ou les chiffres d'affaires), mais aussi qualitatif. Signalons celles qui introduisent les objectifs de la direction (Marchesnay, 1988), celles qui préconisent la stratégie suivie par la direction (Cooper et Dulkenberg, 1982 ; Miller et Friesen, 1982) ainsi que celles traitant du cycle de vie de l'entreprise (Steinneetz, 1969 ; Kroeger, 1974). Dans un effort de synthèse, Julien (1990) résume ces typologies en une typologie globale comprenant les six éléments suivants : la taille, la centralisation de la gestion, la spécialisation, la stratégie, le système d'information interne et le système d'information externe.

Cette grande disparité dans la façon de définir une toute petite entreprise demeure encore, de nos jours, problématique. Dans notre étude, nous avons considéré comme TPE les entreprises ayant au maximum cinq employés. Basé sur cette définition, notre échantillon compte 218 TPE (cinq employés et moins) et 97 PME (plus de cinq employés).

Traitement et analyse des données

Le traitement statistique des données a été fait à l'aide du logiciel SPSS (*Statistical Program for Social Sciences*). Nous avons fait appel, plus spécifiquement, aux analyses statistiques suivantes : l'analyse statistique bivariée (test en t ; test de Kolmogorov-Smirnov ; test du khi carré) et l'analyse statistique univariée (la moyenne et les fréquences).

La prochaine section présente les résultats de l'étude. Après une analyse descriptive des données pour dégager les principales caractéristiques des propriétaires-dirigeants des TPE et des PME ainsi que de leur entreprise, nous présenterons les objectifs entrepreneuriaux qu'ils privilégient.

Résultats et discussion

Profil descriptif des répondants

Le tableau 1 présente le profil des dirigeants des TPE et des PME ainsi que de leur entreprise. Un survol rapide de ce tableau révèle que les TPE de l'échantillon sont plus jeunes (58 % des TPE ont moins de dix ans contre 42 % pour les PME), qu'elles se concentrent surtout dans le secteur du détail (64 % des TPE oeuvrent dans le secteur du détail contre 45 % pour les PME) et se composent à 50 % de femmes et à 50 % d'hommes. La composition homme-femme change assez drastiquement chez les PME où nous notons beaucoup plus d'hommes que de femmes dans une proportion de 80 % et de 20 % respectivement.

Les résultats obtenus sur l'âge des répondants révèlent que les dirigeants des TPE sont âgés de 44 ans en moyenne, soit un peu plus jeune que ceux des PME dont la moyenne d'âge s'élève à 46,6 ans. Le niveau de scolarité est assez similaire chez les deux types d'entreprise bien que nous observons une plus grande proportion de dirigeants de TPE avec un diplôme collégial ou universitaire (54 %) comparativement à 43 % pour les propriétaires de PME. Cependant, cette tendance est contrebalancée par un niveau d'expérience de direction plus élevé chez les dirigeants de PME. En effet, les dirigeants de PME ont plus d'années d'expérience en gestion que les dirigeants de TPE (40 % par rapport à 20 % en faveur des dirigeants de PME). Par contre, il n'y a aucune différence à signaler entre les deux échantillons pour ce qui est de l'expérience dans le domaine d'activité.

Finalement, nous remarquons que tous les indicateurs financiers, et ce de façon très significative, favorisent les PME. Par exemple, les TPE sont plus petites en termes de bénéfice (97 % des TPE ont moins de 50 000 \$ de bénéfice contre 72 % pour les PME) et de chiffre d'affaires (58 % des TPE ont un chiffre d'affaires inférieur à 100 000 \$ contre seulement 8 % pour les PME). Enfin, les dirigeants de TPE retirent moins de revenus que leurs homologues de PME, se contentant, dans une proportion de 84 %, de retirer annuellement 40 000 \$ ou moins de leur entreprise contre 40 % pour les dirigeants de PME.

Tableau 1 : Comparaison entre les réponses des dirigeants des TPE et des PME

Fréquence et test de Kolmogorov-Smirnov			Fréquence et test en <i>t</i>		
	TPE (%) n=218	PME (%) n=97		TPE (%) n=218	PME (%) n=97
Niveau de scolarité			Âge de l'entreprise **		
Secondaire et moins	22	21	1 à 5 ans	31	23
Secondaire	24	36	6 à 10 ans	27	19
Collège	40	26	11 à 20 ans	29	38
Université	14	17	21 ans et plus	13	20
Bénéfice ***			Expérience dans le domaine		
Perte	21	23	Aucune expérience	51	44
0 à 10 000\$	41	17	1 à 5 ans	15	12
10 001\$ à 50 000\$	35	32	6 à 10 ans	12	18
50 001\$ et plus	3	28	11 ans et plus	32	26
Sommes tirées de l'entreprise ***			Âge de l'entrepreneur *		
0 à 25 000\$	67	22	40 ans et moins	36	27
25 001\$ à 40 000\$	17	18	41 ans et plus	64	73
40 001\$ et plus	16	60			
Chiffre d'affaires ***			Expérience de direction **		
0 à 100 000\$	58	8	Aucune expérience	58	41
100 001\$ à 500 000\$	32	24	1 à 5 ans	22	19
500 001\$ et plus	10	68	6 à 10 ans	7	19
			11 ans et plus	13	21
Fréquence et test du khi carré					
Sexe***			Secteur**		
Hommes	50	80	Détail	39	46
Femmes	50	20	Service	61	54

* : p<0,05 ; ** : p<0,01 ; *** : p<0,001

Résultats sur les objectifs des entrepreneurs

Pour démontrer que les motivations peuvent expliquer la taille des entreprises, nous avons comparé les objectifs entrepreneuriaux poursuivis par les dirigeants des TPE à ceux poursuivis par les dirigeants des PME. Le tableau 2 présente le résultat de ces analyses en classant les objectifs selon le degré d'écart entre les deux catégories. L'analyse de ce tableau fait nettement ressortir que les propriétaires de TPE poursuivent davantage des objectifs intrinsèques que leurs homologues de PME, lesquels favorisent plutôt les objectifs monétaires ou financiers. En effet, des différences statistiquement significatives sont observées pour les objectifs « me faire connaître dans la communauté » ($p = .003$), « aider à mon développement personnel » ($p = .006$), « être mon propre patron » ($p = .044$), « créer mon propre emploi » ($p = 0,050$), « bâtir une entreprise qui me permet de vivre confortablement » ($p = .033$), « bâtir un fonds de pension pour mes vieux jours » ($p = .030$), « sécuriser la situation financière de ma famille » ($p = .025$), « maximiser la croissance de mon entreprise » ($p = .001$) et « augmenter les profits et les ventes de mon entreprise » ($p = .000$).

En particulier, le seuil élevé de signification d'erreur alpha obtenu sur les deux derniers objectifs extrinsèques « maximiser la croissance de mon entreprise » et « augmenter les profits et les ventes de mon entreprise » indiquent très clairement que les propriétaires-dirigeants des PME de notre échantillon sont, par rapport à ceux des TPE, plus orientés vers la réalisation d'objectifs extrinsèques.

Tableau 2 : Facteurs de motivation des propriétaires-dirigeants de TPE et de PME

Variables	Taille		Écart
	TPE n=218	PME n=97	
Me faire connaître dans la communauté **	3.75	3.34	0.41
Aider à mon développement personnel **	4.00	3.66	0.34
Être mon propre patron*	4.27	4.03	0.24
Créer mon propre emploi *	4.17	3.97	0.20
Être plus près de mes enfants	3.70	3.56	0.14
Prouver que je peux réussir ce que j'entreprends	3.95	3.82	0.13
Obtenir une sécurité personnelle en me garantissant un emploi	4.19	4.09	0.10
Faire un travail que j'aime faire	4.46	4.38	0.08
Relever un défi	3.67	3.65	0.02
Maintenir un sentiment de liberté et d'indépendance	4.13	4.14	-0.01
Augmenter les sommes tirées de mon entreprise	3.84	3.85	-0.01
Pouvoir décider ce que je veux faire	4.08	4.13	-0.05
Bâtir quelque chose pouvant bénéficier à mes enfants	3.26	3.42	-0.16
Bâtir une entreprise qui me permet de vivre confortablement *	4.23	4.44	-0.21
Bâtir un fonds de pension pour mes vieux jours *	3.93	4.20	-0.27
Sécuriser la situation financière de ma famille *	3.94	4.22	-0.28
Maximiser la croissance de mon entreprise ***	3.85	4.25	-0.40
Augmenter les profits et les ventes de mon entreprise***	4.07	4.48	-0.41

* : $p < 0.05$; ** : $p < 0.01$; *** : $p < 0,001$

Conclusion

L'objectif de cette étude visait à comprendre pourquoi une majorité d'entreprises demeurent petites pendant plusieurs années ou encore toute leur vie. À cette fin, nous avons privilégié l'étude des motivations des entrepreneurs. Nous avons, à partir de la littérature, développé un instrument de mesure que nous avons validé au moyen d'entretiens qualitatifs. L'application de cet outil à un échantillon d'entrepreneurs de TPE et de PME a révélé qu'une majorité de dirigeants de TPE privilégiaient des objectifs intrinsèques, alors qu'une majorité de dirigeants de PME favorisaient des objectifs extrinsèques.

Un tel résultat laisse croire que les objectifs poursuivis par les entrepreneurs peuvent expliquer en partie les différences observées dans la taille des entreprises. Si nous acceptons au départ que bon nombre de petites entreprises établies depuis un certain nombre d'années opèrent avec peu ou pas d'employés, il est probable que des objectifs autres qu'économiques soient à l'origine du comportement des entrepreneurs. Il faut tenir compte du fait que plusieurs personnes sont en affaires pour vivre un mode de vie différent, soit par choix (être son propre patron), soit par nécessité (manque de possibilités d'emplois). Ces personnes ne sont pas nécessairement intéressées à créer une entreprise pour la postérité, mais désirent plutôt en créer une qui leur permettra de réaliser leur objectif principal, lequel n'est souvent pas financier. Par exemple, des individus peuvent décider de ne pas augmenter la taille de leur entreprise afin d'en garder le contrôle. Ce genre de situation illustre que chez certains individus, la croissance ou l'élargissement de leurs activités ne constitue pas la seule raison d'être en affaires.

En ce qui concerne les applications managériales de l'étude, celle-ci a d'abord permis la mise au point d'un instrument de mesure permettant d'établir de façon adéquate l'importance accordée aux objectifs entrepreneuriaux. La mise au point d'un tel instrument peut permettre à des entrepreneurs potentiels ou en exercice de prendre connaissance de leurs propres motivations et ainsi minimiser le niveau d'incertitude lié à la création et au développement d'une entreprise. Une excellente connaissance de soi est un facteur très important pour réussir en affaires et l'instrument de mesure des objectifs entrepreneuriaux développé dans cette étude peut y contribuer.

De plus, un tel instrument peut livrer des informations clés à d'autres acteurs. Par exemple, les institutions financières, surtout préoccupées par le niveau de risque associé à leur investissement, pourraient utiliser cet instrument pour évaluer le type d'emprunteur qu'est l'entrepreneur qui demande du crédit. Le même raisonnement peut s'appliquer aux gouvernements qui sont davantage préoccupés par leurs politiques et leurs programmes d'assistance aux entreprises et par la création d'emplois. En sachant à l'avance ce qui motive les entrepreneurs qui cherchent à bénéficier des programmes de subventions gouvernementales, les instances gouvernementales seraient en mesure d'abord d'identifier les entrepreneurs qui ont le potentiel de développer de plus grosses entreprises créatrices d'emplois, puis de mettre sur pied des programmes en fonction des besoins spécifiques des entrepreneurs.

Cette étude a néanmoins quatre limites principales. La première limite peut venir de l'entrepreneur lui-même qui justifie la petite taille de son entreprise par la poursuite d'objectifs intrinsèques comme la satisfaction personnelle alors que ce n'est pas vrai. Cette

rationalisation qui consiste à trouver des justifications logiques et rationnelles à sa conduite est un moyen de fuir des situations rappelant la dissonance cognitive. La dissonance cognitive, selon Morin (1996), représente l'incompatibilité des idées qu'a la personne à propos d'un objet, d'un individu, d'une situation, etc. Cette incompatibilité déclenche chez l'individu des conduites visant à réduire l'inconfort (par exemple, la rationalisation).

La deuxième limite est liée à l'instrument de mesure lui-même. Cet instrument représente une mesure perceptuelle des objectifs poursuivis par les entrepreneurs et non une évaluation objective. Ceci soulève toute la question de l'adéquation entre la représentation mentale que se font, d'une part, les entrepreneurs de leurs objectifs et, d'autre part, la valorisation de ceux-ci dans la réalité. Mesurer de façon objective par des tests dits situationnels les objectifs des entrepreneurs serait l'idéal, mais cela nécessiterait une abondance de ressources pour construire et valider ces instruments.

Troisièmement, compte tenu de la nature de l'échantillon, notre étude comporte certaines limites en termes de validité externe. En effet, nous nous sommes intéressés exclusivement aux petites entreprises francophones des secteurs de service et de détail de quatre régions de la province du Nouveau-Brunswick. Cette restriction sectorielle, géographique et culturelle est intéressante dans la mesure où elle permet d'éviter certains biais relatifs à l'influence de l'environnement et de la culture. Cependant, elle ne permet pas de dégager des conclusions pouvant être généralisées à l'ensemble des petites entreprises canadiennes, ni des petites entreprises en général. Finalement, notre recherche est en coupe instantanée. Le fait que notre étude ait été menée à un moment donné ne nous permet pas de prédire ce que sera l'avenir.

Bibliographie

- Aranoff, C.E., Ward, J.L., (1995), "Family-owned business: a thing of the past or a model for the future," *Family Business Review* 8, 121-130.
- Birley, S., (1989), "Female entrepreneurs: Are they really different?", *Journal of Small Business Management*, 27(1), 32-37.
- Blawatt, K., (1995), "Defining the entrepreneur: A conceptual model of entrepreneurship," *Proceedings CCSBE-CCPME*, 13-37.
- Braden, P., (1977), *Technical Entrepreneurship*, Ann Arbor: University of Michigan.
- Brockhaus, R.H. (1986), The psychology of the entrepreneur dans D.L. Sexton and R.W. Smilor (éd.), *The art and science of entrepreneurship*, Cambridge, Mass: Ballinger Publishing.
- Brush, C., (1990), Women and enterprise creation: Barriers and opportunities, dans S. Gould et J. Parzen (éd.), *Enterprising women: Local initiatives for job creation*, 37-58.
- Bruyat, C., (1994), "Contributions épistémologiques au domaine de l'entrepreneuriat", *Revue Française de Gestion*, novembre-décembre.
- Buttner, E.H., Moore, D.P., (1997), "Women's organizational exodus to entrepreneurship: self-reported motivations and correlates with success", *Journal of Small Business Management*, 35(1), 34-46.
- Carland, J.W., Hoy, F., Boulton, W., Carland, J.C., (1984), "Differentiating entrepreneurs from small business owners: a conceptualization," *Academy of Management Review*, 9(2), 354-359.
- Cooper, A.C., Woo, C., Dunkelberg, W.C., (1989), "Entrepreneurship and the initial size of firms," *Journal of Business Venturing* 4, 317-332.

- Cooper, A.C., Artz, K.W., (1995), "Determinants of satisfaction for entrepreneurs", *Journal of Small Venturing* 10, 439-457.
- Cooper, A., Dunkelberg, C., (1982), "Entrepreneurial typologies: an empirical study", dans K. Vesper (éd), *Frontiers of Entrepreneurial Research*, Université de Washington.
- Cragg, P.B., King, M., (1988), "Organizational characteristics and small firms performance revisited", *Entrepreneurship Theory and Practice*, hiver, 49-63.
- Cressy, R., (1995), "Business borrowing and control; a theory of entrepreneurial types" *Small Business Economics* 7, 291-300.
- Dubini, P., (1988), "The influence of motivations and environment on business start-ups: some hints for public policy," *Journal of Business Venturing* 4, 11-26
- Filley, A.C., Aldag, R.J., (1978), "Characteristics and measurement of an entrepreneurial typology", *Academy of Management Journal* 21, 578-591.
- Fillion, L.J., (2000), "Six types de propriétaires-dirigeants de PME", *Revue Organisations et Territoires*, Hiver, 5-16.
- Fischer, E., Reuber, R., Dyke, L., (1993), "A theoretical overview and extension of research on sex, gender and entrepreneurship", *Journal of Business Venturing* 8, 151-168.
- Freedman, J., Godmin, M., (1993), "The statutory audit and the micro company – an empirical investigation", *Journal of Business Law*, 105-130.
- Gartner, W.B., (1989), "Who is an entrepreneur? Is the wrong question", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(4), 47-68.
- Herron, L., Robinson R.B., (1993), "A structural model of the effect of Entrepreneurial characteristics on venture performance", *Journal of Business Venturing* 8, 281-294.
- Holmquist, C., Sundin, E., (1990), "What's special about highly educated women entrepreneurs?", *Entrepreneurship and Regional Development*, 2, 181-193.
- Industrie Canada, Bureau de l'entrepreneurship et de la petite entreprise, *Bulletin trimestriel sur la petite entreprise*, Ottawa, août 2003.
- Julien, P-A, (1990), "Vers une typologie multicritère des PME", *Revue internationale PME*, 3(3-4), 411-425.
- Keats, B.W., Bracker, J.S., (1988), "Toward a theory of small performance: a conceptual model", *American Journal of Small Business*, printemps, 42-57.
- Kent, C.A., Sexton, D.L., Vesper, K.H., (1982), *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Knight, R.M., (1987), "Can business schools produce entrepreneurs?", *Frontiers of Entrepreneurship Research*, (éd.), N.C. Churchill, J.A. Hornaday, B.A. Kirchhoff, O.J. Krasner, et K.H. Vesper, Wellesley, Mass.: Babson College, 603-604.
- Kroeger, C., (1974), "Managerial development of the small firm", *California Management Review*, 17(1), 41-46.
- Kuratko, D.F., Hornsby, J.S., Naffziger, D.W., (1997), "An examination of owner's goals in sustaining entrepreneurship", *Journal of Small Business Management*, 35(1), 24-33.
- Mattis, M. C., (2000), *Women entrepreneurs in the United States*, 53-68, dans Davidson, M., J. et Burke, R., J., *Women in management: current research issues*, Thousand Oaks, Ca: Sage.
- McGregor J. et Tweed, D., (2000), *Women Managers and Business Owners in New Zealand*, 40-52 dans Davidson, M., J. et Burke, R., J., *Women in management: current research issues*, Thousand Oaks, Ca: Sage.
- Miller, D., Friesen, P.H., (1982), "Innovation in conservative and entrepreneurial firms : two models of strategic momentum", *Strategic Management Journal*, 3(1), 10-25.
- Morris, H.M., (1998), "What is Microenterprise Development?", *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 3(2), 93-97.

- Naffziger, D.W., Hornsby, J.S., Kuratko, D.F., (1994), "A proposed research model of entrepreneurial motivation", *Entrepreneurship Theory and Practice*, printemps, 29-41.
- Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), en collaboration avec l'APECA. *Mise en oeuvre d'une stratégie de promotion de l'entrepreneuriat au Canada : le cas de la région de l'Atlantique*, Paris, 1996.
- Pinfold, J.F., (2001), "The expectations of new business founders ; the New Zealand case", *Journal of Small Business management*, 39(3), 279-285
- Roberts, M., Wood, M., (1997), "The use of computerized information systems to gain strategic competitive advantage: the case of a start-up manufacturing company", *Logistic Information Management*, 10(4-5), 178-183.
- Robinson, R.B., Pearce, J.A., (1984), "Research thrusts in small firm strategic planning", *Journal of Management Review*, 9(1), 128-137.
- Rosa, P., Hamilton, D., Carter, S., Burns, H., (1994), "The impact of gender on small business management: preliminary findings of a British study", *Journal of Small Management*, 12(3), 25-32.
- Sexton, D., Bowman, N., (1985), "The entrepreneur: capable executive and more," *Journal of Business Venturing* 1, 129-140
- Smith, N.R., (1967), *The entrepreneur and his firm: the relationship between type of man and type of company*, Bureau of business and economics research, Michigan State University, East Lansing, Michigan.
- Steinneetz, L., (1969), "Critical stages of small business", *Business Horizons*, février.
- Stevenson, H., Gumpert, D.E., (1985), "The heart of entrepreneurship", *Harvard Business Review*, March-April, 85-94.
- Stuart, R., Abetti, P., (1990), "Impact of entrepreneurial and management experience on early performance", *Journal of Business Venturing* 5, 151-162.
- Wijewardena, H., Tibbits, G.E., (1999), "Factors contributing to the growth of small manufacturing firms", *Journal of Small Business Management*, 37(2), 88-95.

ANNEXE 1

Instrument de mesure de Kuratko *et al.* (1997)

Motivations extrinsèques (3 facteurs) :

- 1 - Acquérir une richesse personnelle
- 2 - Augmenter mon revenu personnel
- 3 - Augmenter mes opportunités de revenu

Indépendance et autonomie (5 facteurs) :

- 4 - Maintenir un sentiment de liberté et d'indépendance
- 5 - Être mon propre patron
- 6 - Créer mon propre emploi
- 7 - Contrôler mon cheminement personnel
- 8 - Obtenir une sécurité personnelle en me garantissant un emploi

Motivations intrinsèques (5 facteurs) :

- 9 - Me faire connaître dans la communauté
- 10 - Relever un défi
- 11 - Vivre pleinement mes émotions
- 12 - Prouver que je peux le faire
- 13 - Aider à mon développement personnel

Sécurité de la famille (2 facteurs) :

- 14 - Sécuriser la situation financière de ma famille
- 15 - Bâtir une entreprise qui puisse être léguée à ma famille

ANNEXE 2
Instrument de mesure des objectifs modifié

- 1) Pouvoir décider ce que je veux faire
- 2) Bâtir une entreprise qui me permet de vivre confortablement
- 3) Bâtir un fonds de pension pour mes vieux jours
- 4) Maximiser la croissance de mon entreprise
- 5) Me faire connaître dans la communauté
- 6) Relever un défi
- 7) Faire un travail que j'aime faire
- 8) Bâtir quelque chose pouvant bénéficier à mes enfants
- 9) Augmenter les sommes d'argent que je tire de mon entreprise
- 10) Être plus près de mes enfants
- 11) Être mon propre patron
- 12) Prouver que je peux réussir ce que j'entreprends
- 13) Aider à mon développement personnel
- 14) Sécuriser la situation financière de ma famille
- 15) Maintenir un sentiment de liberté et d'indépendance
- 16) Créer mon propre emploi
- 17) Augmenter les profits et les ventes de mon entreprise
- 18) Obtenir une sécurité personnelle en me garantissant un emploi