

Impacts du profil de l'entrepreneur sur la croissance des petites entreprises tunisiennes: cas de la région de Gafsa

¹ Samout Ammar, ² Najya Nakaa

¹ Doctorant en finance et comptabilité université de Sfax

² Doctorant en finance et comptabilité université de Sfax

Abstract

L'identification d'une relation entre le profil de l'entrepreneur et la croissance des petites entreprises de l'entreprise amène à axer une réflexion sur la nature de cette relation. L'objet de ce papier sera donc de s'interroger sur les relations pouvant exister entre le profil des entrepreneurs et la croissance des petites entreprises tunisiennes.

La méthode de collecte des données choisie est le questionnaire. La collecte des données est faite à l'aide d'un questionnaire administré à un échantillon de deux cent vingt (220) petites entreprises (PE) à Tunis. Cette étude a été soutenue par des entretiens aux entrepreneurs de petites entreprises tunisiennes.

Les résultats de cette étude montrent que l'expérience, la motivation sont fortement liés à la croissance des petites entreprises. Par extension du travail, l'expérience et la motivation affectent positivement la croissance des entreprises. Nous avons constaté que plus le niveau de formation et de motivation est élevé plus le comportement du dirigeant se manifeste par un esprit d'initiative et de créativité ce qui favorise la réussite des petites entreprises.

Keywords: PME, profil, petites entreprises, entrepreneur

Introduction

Selon la littérature, un certain nombre d'étude ont signalé l'importance de l'entrepreneur en ce qui concerne la stratégie, le management, l'évolution et donc la croissance de la petite entreprise est considérée comme partie intégrante, voire inéluctable, de la recherche en PME (Julien, 1990 ; Marchesnay, 1993)

Depuis quelques années, le profil de l'entrepreneur et son impact sur la croissance des entreprises est au centre des débats sur la littérature en entrepreneuriat. Dans cette optique, le profil de l'entrepreneur occupe un rôle central pour stimuler le résultat de l'entreprise qu'il dirige (Daft, 2002).

De ce fait, la question du profil de l'entrepreneur s'inscrit souvent dans une problématique plus large, sur la recherche des facteurs clés de succès des entreprises (Vesper, 1980 ; Doghe *et al.*, 1988).

Cadre d'analyse et hypothèse

Selon Cooper, Dunkelberg et Woo (1988), «réussit celui qui n'échoue pas, même si au demeurant l'entreprise reste petite et peu profitable. Ils réduisent le concept de succès à celui de survie. Verna (1994) la définit comme étant à la fois le fait qu'une entreprise soit toujours en vie et les circonstances grâce auxquelles elle se maintient.

Pour les tenants de l'entrepreneuriat, Bruyat et Saporta (1994 ; 1994), le succès de l'entreprise peut être perçue sous un autre angle qui est celui de l'entrepreneur. Ils affirment que sa satisfaction est d'autant plus forte que l'entreprise réussit et se développe. Ils estiment que plus de la moitié des entrepreneurs évaluent leur réussite en comparant ce qu'ils sont devenus à ce qu'ils voulaient être à l'époque de la création de l'entreprise. Donc, la problématique du succès est un jumelage complexe entre la réussite de l'entreprise et celle de l'individu.

Dans un autre registre d'analyse, les recherches dans le champ de l'entrepreneuriat ont été intéressées au lien entre le profil de l'entrepreneur et la croissance des PME (Florin *et al.*, 2003; Pfeffer,1994; Sexton et Upton, 1985). Selon Shane et Venkataraman(2000), le profil de l'entrepreneur augmente leur capacité à effectuer les tâches génériques d'entreprise de découvrir et d'exploiter les occasions qui ne sont pas perceptibles à d'autres personnes. D'autre coté, l'entrepreneur possédant un capital humain plus élevé pouvaient réaliser plus de profitabilité de leurs PME que l'entrepreneur avec un capital humain moins faible (Honig, 1998).

Selon Hambrich et Mason(1982) une forte expérience de l'entrepreneur dans les fonctions d'output (recherche et développement, commercial) aurait une influence positive sur le succès de l'entreprise puisqu'elle lui permet de prendre des décisions adéquates. D'autre part, Kar (2002) confirme l'influence de l'expérience sur le succès de l'entreprise. Selon Gosse(1982), l'expérience peut aider l'entrepreneur à éviter ou à trouver des solutions aux problèmes rencontrés par les PME. Selon Payne et Pugh(1977), l'expérience de l'entrepreneur constitue un élément important de ses compétences qui peut influencé positivement su l'entreprise. Turnbull et Welham(1985) ont mis l'accent sur les profils et les caractéristiques de l'entrepreneur en analysant le manager de cinq pays européens. L'expérience du manager a été parmi ces caractéristiques

Selon Tesfaye (1997) et Fayolle (1999), les entrepreneurs créent leurs entreprises après avoir travaillé dans des secteurs proches du secteur d'activité de la nouvelle entreprise où ils ont acquis leurs compétences et leurs expériences avec le produit et la technologie utilisée et possèdent donc une bonne connaissance des marchés, des technologies ou de l'industrie. Ces expériences permettent à leur PME d'avoir une bonne performance (Gasse, 2002).

Nous formulons l'hypothèse suivante :

H 1 : La croissance des petites entreprises tunisiennes est positivement influencée par l'expérience l'entrepreneur

Plusieurs études montrent que l'âge de l'entrepreneur a un impact négatif sur le succès de la PME (Delmas, 1997 ; Weinzimmer, 1993 ; Dunkebey et Cooper, 1982). Selon Hambrich et Masson(1982), un entrepreneur ne peut pas avoir un comportement novateur, alors qu'un plus jeune serait plus capable à prendre de risque et avoir un comportement plus prudent.

Selon la littérature le succès des PME intéresse les hommes plus que les femmes, comme le soulignent Ayadi *et al* (2005). Selon ces auteurs, les entrepreneurs technologiques qui connaissent des succès sont des hommes dans plus de 80% des cas. Ces entrepreneurs sont relativement jeunes (Danjou *et al.*,1999 ; Blais *et al*, 1992) et sont âgés généralement de 30 à 40 ans (Ayadi *et al*, 2005) et de 35 à44 ans pour Borges, Fillion *et al* (2006).

Notre hypothèse va donc également dans ce sens :

H 2 : La croissance des petites entreprises tunisiennes est négativement influencée par l'âge du propriétaire-dirigeant.

De nombreuses études ont montré que les entrepreneurs innovateurs se distinguent des autres entrepreneurs par leur éducation de haut niveau (Bernasconi, 2000). En effet, dans leur étude exploratoire auprès de 22 entreprises innovantes, Danjou et Dubois-Grivon (1999) ont trouvé que 95% d'entre eux disposent au moins d'un niveau « Bac+5 » et dont la moitié sont des docteurs ou docteurs-ingénieurs. De même, Ayadi *et al.* (2005) notent, qu'en 2005 et dans le cadre du concours national de création d'entreprises de technologies innovantes en France, 50% des porteurs de projets sont des doctorants et 34% sont des ingénieurs. Selon ces auteurs le succès de PME est positivement influencé par le haut niveau d'éducation.

D'après ce qui précède, on peut avancer l'hypothèse :

H 3 : La croissance des petites entreprises tunisiennes est positivement influencée par le niveau d'éducation de l'entrepreneur

Des études récentes concernant la relation entre les motivations entrepreneuriales et les tailles des PME confirment que plus l'entrepreneur possède des objectifs entrepreneuriaux, plus les PME croissent et réalisent du succès. En effet, on peut identifier les « motivations » de l'entrepreneur comme étant « objectifs entrepreneuriaux » qu'il cherche à réaliser. Donc ces deux notions sont utilisées dans les ouvrages pour présenter le même concept (Yves Robichaud, 2008).

Herron et Robinson (1993) et Naffziger, Hornsby et Kuratko (1994) présentent deux modèles d'étude de la performance de l'entreprise en fonction des traits de personnalité de l'entrepreneur à savoir les motivations, les habiletés, les aptitudes, les compétences et l'expérience avec l'interaction de l'environnement personnel et externe. Ces deux modèles ont montré que les motivations jouent un rôle primordial dans le succès des entreprises.

D'après ce qui précède, on peut avancer l'hypothèse :

H 4 : La croissance des petites entreprises tunisiennes est positivement influencée par le niveau de motivation de l'entrepreneur.

Methodologie de recherche

Etant un élément privilégié de toute entreprise de recherche, la méthodologie retrace la procédure que nous avons suivie pour le choix des échantillons, sur la manière dont l'étude est conduite, les outils de collecte et d'analyse des données et les stratégies de vérification des hypothèses. Il s'agit pour nous d'exposer la démarche suivie dans le cadre des travaux de la recherche. Nous présentons dans cette section la méthodologie de recherche adoptée dans cette étude. Elle consiste à définir la démarche suivie qui concerne la collecte, l'analyse et l'interprétation des données empiriques collectées.

Choix de l'approche méthodologique

Nous privilégions lors de cette recherche le recours à une étude qualitative exploratoire. Notre choix a été sélectionné compte tenu des objectifs poursuivis par notre étude empirique. Celle-ci consiste à identifier l'influence du profil de l'entrepreneur sur la croissance des petites entreprises tunisiennes. La méthode de collecte des données choisie est le questionnaire. Celle-ci entraîne une méthode d'administration particulière, dans notre cas qui est l'administration en face à face.

Modèle

Notre variable indépendante est le profil de l'entrepreneur et notre variable dépendante est la croissance de petites entreprises. L'objectif de notre investigation empirique est de mesurer l'impact du profil de l'entrepreneur sur la croissance des petites entreprises tunisiennes. Nous considérons le modèle suivant :

$$Y_i = a_0 + a_1 X_{i1} + a_2 X_{i2} + \dots + a_p X_{ip} + e_i, \quad i = 1, \dots, n$$

Avec : e_i est l'erreur du modèle qui exprime, ou résume, l'information manquante dans l'explication linéaire des valeurs de Y_i à partir de X_{i1}, \dots, X_{ip} (problème de spécifications, variables non prises en compte, etc.) a_0, a_1, \dots, a_p sont les paramètres à estimer.

Nous estimons les coefficients en utilisant le modèle suivant
CROIS.PE= $a_0 + b_1$ NIETD + b_2 AGE+ b_3 EXPER+ b_4 MOTIV+ e_i

Avec

CROISS: désigne la croissance des petites entreprises.

NIETD: désigne le niveau d'étude poursuivie par l'entrepreneur

AGE: désigne l'âge de l'entrepreneur

EXPER: désigne l'expérience de l'entrepreneur

MOTIV: désigne la motivation de l'entrepreneur

Dans les paragraphes suivants, nous discuterons les variables dépendantes et indépendantes.

Après avoir présenté notre modèle de recherche, nos hypothèses, notre échantillon, les techniques d'enquêtes retenues ainsi que les tests privilégiés, nous allons procéder à l'analyse proprement dite des données, à leur interprétation et à la vérification de nos hypothèses.

Résultats et discussions

Il est question pour nous de vérifier s'il existe une relation entre le profil de l'entrepreneur et la croissance des petites entreprises. Comme nous l'avons vu plus haut en théorie, le

profil de l'entrepreneur exerce une grande influence sur le succès des entreprises.

Au terme de notre analyse, force est de constater que nous avons mis tout en œuvre pour répondre à la question fondamentale de ce chapitre à savoir « quelles sont les variables les plus pertinentes permettant de favoriser la croissance des petites entreprises tunisiennes ? ». L'objectif principal de cet article est de montrer qu'il était possible de mettre en évidence l'impact du profil de l'entrepreneur sur la croissance de petites entreprises. Il a été question dans un premier temps de présenter la littérature concernant l'analyse conceptuelle de la relation entre le profil de l'entrepreneur et la croissance des petites entreprises, puis dans un second temps, opérationnaliser ces concepts au travers notre base d'échantillonnage, ceci en faisant des tests statistiques de khi deux, d'analyse des régressions multiples.

Les résultats obtenus permettent de valider partiellement notre objectif principal ainsi que nos hypothèses. Il ressort que l'outil statistique khi-deux ne permet pas entièrement de déterminer la relation d'indépendance entre les variables,

toutefois l'analyse des régressions multiples confirme la théorie et les travaux empiriques existant dans le domaine.

Cette investigation pourrait amener à définir la place et le rôle du comportement novateur comme variable médiateur entre le capital humain et le succès des PME.

À la lecture du tableau (1), nous remarquons que la probabilité du khi-deux pour la variable expérience est de 0,000, ce qui est très significative et inférieure à 0,05. Ce résultat signifie en clair qu'il y a une dépendance entre l'expérience de l'entrepreneur et la croissance des petites entreprises. Les résultats montrent aussi que la motivation est significativement corrélée avec le succès des PME tunisiennes avec une probabilité de khi- deux de 0.000.

Cependant, d'après les résultats trouvés, la relation entre l'âge et le succès des petites entreprises n'est pas significative vue que la probabilité de khi-deux nettement supérieur à 5%. Selon le tableau khi-deux il est clair qu'il n'y a pas une relation entre les deux variables, c'est que la signification dépasse le seuil de 0,05.

Tableau 1: test de khi-deux

	expérience	motivation	âge	Niveau d'étude
Khi-deux	73.198	75.394	17.140	40.084
significativité	0.000	0.000	0.063	0.000

Les résultats des analyses de corrélation concernant la relation entre le profil de l'entrepreneur et la croissance des petites entreprises mesuré par le niveau de profit sont présentés dans le tableau (13). Ce tableau illustre les moyens, l'écart type et les corrélations entre les variables considérées dans notre étude. Ce tableau confirme également le nombre moyen d'âge à 1.64. Tandis que la croissance a une moyenne de 3.74 sur une échelle de 220. Dans le cas de niveau d'étude, 0 signifie

que le rependant n'a pas fait de formation et 1 s'il l'a fait. Le moyen de cette variable est de 3.85. Ainsi, le moyen de motivation, de l'expérience et de l'âge de l'entrepreneur sont respectivement 3.81, 0.59 et 1.64. En outre, la croissance des entreprises est positivement corrélée avec le niveau d'étude, la motivation et l'expérience avec des liens élevés. Ainsi la croissance des petites entreprises est négativement corrélée avec l'âge de l'entrepreneur.

Tableau 2: matrice des corrélations

	CROISS	NIV.ET	EXP	MOT	AGE
MOYEN	3.74	3.85	0.59	3.81	1.64
ECART TYPE	1.436	0.998	0.493	1.422	0.776
CROISS	1				
NIV.ET	0.322	1			
EXP	0.502	0.387	1		
MOT	0.465	0.193	0.43	1	
NIV.FOR	-0.087	-0.172	-0.136	0.002	1

Cependant, les corrélations ne mettent en évidence qu'une association sans signifier qu'il ya entre les variables concernée une relation de causalité. De plus, elle présente d'inconvénient majeur de ne jamais raisonner sur plus de deux variables à la fois (TSAPI, 1997). A l'aide du test de régression multiple nous tenterons de répondre à cette question.

Le tableau (3) nous donne les paramètres du modèle (les valeurs Beta) et leur degré de signification. En effet, chaque coefficient Beta est testé en fonction l'hypothèse nulle voulant que $B = 0$ dans le modèle. Ceci veut dire que dans un même modèle contenant plusieurs variables indépendantes, certaines peuvent être significatives et d'autres, non significatives. Les variables significatives sont celles qui contribuent au fait que le modèle global apporte une amélioration significative de l'explication de la variabilité de la variable dépendante.

En se basant sur le tableau (3) on remarque que le pouvoir explicatif de ce modèle est acceptable ($R_{ajuste} = 0.259$) et leur significativité globale permet de rejeter l'hypothèse nulle qui stipule que les coefficients sont tous zéro ($F = 14.675$, $P < 0.05$). Le résultat du modèle montre que le signe de liaison entre la motivation et l'expérience et la variable dépendante (croissance des PME) sont statiquement significatifs (à l'exception des variables âge, niveau d'étude). Comme il est prévu l'expérience et la motivation sont positivement liés avec la croissance des petites entreprises respectivement ($B = 0.270$ $P < 0.05$; $B = 0.223$ $P < 0.05$), cela implique que plus le niveau d'expérience et la motivation sont élevés plus la croissance des petites entreprises est important.

Tableau 3: Analyse par régression

Modèle 1 : Il existe une relation entre le profil de l'entrepreneur et la croissance des petites entreprises tunisiennes			
VARIABLE	COEFFICIENT	T (STUDENT)	SIGNIFICATIVITE (5%, 1%)
Profil de l'entrepreneur :			
*NIVEAU D'ÉTUDE	0.013	0.209	0.835
*EXPÉRIENCE	0.270	4.087	0.000
*MOTIVATION	0.223	3.827	0.000
*ÂGE	-0.013	-0.235	0.814
R	0.527		
R ²	0.278		
R ² AJUSTÉ	0.259		
F	14.675		
SIGNIFICATIVITE	0.000		
NOMBRE OBSERVATION	220		

L'expérience de l'entrepreneur revêt une importance capitale dans la mesure où avec un entrepreneur expérimenté, les différents problèmes rencontrés par les entreprises sont mieux maîtrisés. Cette expérience peut favoriser le succès de l'entreprise et assurer sa survie. Conformément à l'étude de Sambo (2006) qui mentionne qu'il y a une corrélation positive entre l'expérience et le succès des entreprises, l'expérience de l'entrepreneur explique bien la performance et la réussite de l'entreprise. Cette expérience permet vraisemblablement au dirigeant de prendre des meilleures décisions offrant ainsi une performance supérieure. L'expérience professionnelle serait pour beaucoup un facteur favorisant l'aptitude des entrepreneurs. Dans une étude menée au Cameroun, Tchagang (1995) trouve que l'expérience professionnelle est l'une des principales variables du succès de l'entrepreneur.

La motivation de l'entrepreneur a été aussi une variable significative. Les analystes en tiennent donc compte parce que ce facteur constitue un déterminant primordial pour toute réussite d'une entreprise. Ainsi, selon Nuttin (1980) «la motivation est tension affective, tout sentiment susceptible de déclencher et de soutenir une action dans la direction d'un but».

De même, l'âge de l'entrepreneur n'explique pas la croissance des petites entreprises dans le contexte des petites entreprises tunisiennes avec un seuil de 5% : plus l'entrepreneur est jeune meilleure est la performance de l'entreprise. L'hypothèse n'est pas donc soutenue. Dans cette étude basée sur les PME tunisiennes, les jeunes entrepreneurs ont un meilleur rendement que les entrepreneurs âgés.

De même le niveau d'éducation de l'entrepreneur n'a pas été significatif. Cela suppose donc que les entreprises s'intéressent plus, en termes de facteurs de formation accomplie par les entrepreneurs qui ont une certaine maîtrise de l'activité qu'au niveau intellectuel de ce dernier. Contrairement à l'hypothèse préposée, le niveau d'éducation explique faiblement le succès des PME avec un seuil de 5%. Donc cette hypothèse n'est pas soutenue. Toutefois, ces résultats ne sont pas donc suffisants pour tirer des solides conclusions.

Conclusion

Nous avons tenté à travers ce chapitre de décrire le profil de l'entrepreneur et son impact sur la croissance des petites entreprises tunisiennes.

Tout d'abord, cet article a permis de croiser les apports des théoriciens et des praticiens sur le profil du dirigeant afin de

mettre en exergue la croissance des petites entreprises ainsi que les variables importantes qui l'influencent.

Les résultats démontrent que le profil de l'entrepreneur, représenté par les variables démographiques, les variables psychologiques et les variables comportementales, joue un rôle primordial dans la croissance des petites entreprises tunisiennes. Les résultats des analyses de régression montrent que les signes de liaisons entre le profil de l'entrepreneur et la croissance des petites entreprises tunisiennes sont statistiquement significatifs (à l'exception des variables esprit niveau d'éducation et âge du dirigeant).

Références

1. Aghion P, Cohen E. Éducation et Croissance. Rapport du C A E, Paris, La Documentation française, 2004, 2.
2. Albert P. «La création d'entreprises de haute technologie». In Verstraete, T. (ed.). Histoire d'entreprendre- Les réalités de l'entrepreneuriat. Paris, Éditions EMS, 2000, 149-160.
3. Anis Omri, Maha Ayadi Frikha, Mohamed Amine Bouraoui, An empirical investigation of factors affecting small business success, Journal of Management Development. 2015; 34:1073-1093.
4. Ayadi A, Arlotto J, Jordan P. « Freins et performances de l'entrepreneuriat dans les entreprises innovantes : Une étude exploratoire », 4ème Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, 24-25 novembre, Sénat, France, 2005.
5. Barney J. Is the resource-based 'view' a useful perspective for strategic management research? Yes. Academic of Management Review, 2001; 2(1):41-5
6. Bayad M, et Boughattas Y, et Schmitt C. Le métier de l'entrepreneur : le processus d'acquisition de compétences. 8ème CIFEPME, Fribourg, Suisse, 2006.
7. Becker GS. Human Capital. Chicago: University of Chicago Press: innovation and employment: complements or substitutes?, European journal of Development Research. 1964; 20:318-329.
8. Bernasconi M. «Les modèles de développement des entreprises high tech». In Bernasconi, M. et M. Monsted (ed.). Les start-up high tech - Création et développement des entreprises technologiques. Paris, Dunod, 2000, 59-75.
9. Borges C, Filion LJ, Simard G. « Le parcours des créateurs d'entreprises technologiques : de l'idée d'affaires au seuil de rentabilité », Cahier de recherche n°2006-10, HEC, Montréal, 2006.

10. D'amboise G. La PME canadienne : situation et défis, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 1989.
11. D'amboise G, et Bouchard S. De l'utilisation du concept de vision dans les études des organisations. Québec : Université Laval, Faculté des sciences de l'administration, document de travail, 1990
12. Danjou I, Dubois-Grivon B. « Les jeunes entreprises innovantes ; Profil des créateurs et comportements stratégiques », Cahier de Recherche, ESC, Lille, 1999.
13. Delmar F. Measuring growth: methodological considerations and empirical results, In: Donckels, R., A. Miettinen, (Eds.), *Entrepreneurship and SME Research: On its Way to the Next Millennium*, Aldershot, UK: Ashgate, 1997, 199-216.
14. Deltour F, et Lethiais V. « Innovation et performance des PME : une approche par la contribution des technologies de l'information », Conférence de l'AIMS (Association Internationale de Management Stratégique), mai, Rennes, 2014.
15. Dobbs M, et Hamilton RT. « Small business growth: recent evidence and new directions », *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 2007; 13(5):296-322.
16. Edminster RO. « Financial Ratios as discriminant predictors of small business failure », the Ohio State University Dissertation, 1970.
17. Fayolle A (1999). *L'ingénieur-entrepreneur français*, L'harmattan, 1999.
18. Gasse Y. *L'entrepreneur moderne : attributs et fonctions*, *Revue Internationale de Gestion*, 1982; 7(4):3-10.
19. Gerstner CR, et DV Day. Meta-Analytic Review of Leader-Member Exchange Theory: Correlates and Construct Issues, *Journal of Applied Psychology*. 1997; 82(6):827-844.
20. Hall G. *Surviving and Prospering in the Small Business Sector*, Londres, Routledge, 1995.
21. Hambrick DC, et PA Mason. The organization as a reflection of its top managers. *Academy of Management Proceedings*, 1982, 12-16.
22. Hambrick DC, et Mason P. Upper echelons: the organization as a reflection of its top managers. *Academy of Management Review*, 1984; 9(2):193-206.
23. Hills GE, Shrader RC, Lumpkin GT. *Opportunity recognition as a creative process*, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College, Wellesley, MA, 1999.
24. Hofstede G. The Usefulness of the Organizational Culture Concept. *Journal of Management Studies* 1986; 23(3):253-258.
25. Hofstede G. « Culture's consequences: international differences in work-related values », Beverly Hills CA: Sage Publication, 1980, 327.
26. Honig B. What determines success? Examining the human, financial, and social capital of Jamaican micro entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*. 1998; 13:371-394.
27. Janssen F. *Les déterminants de la croissance des PME : analyse théorique et étude empirique auprès d'un échantillon d'entreprises belges*, Thèse de Doctorat, Université Jean-Moulin Lyon, 2002.
28. Julien PA, Marchesnay M. *La petite entreprise*, Paris : Vuibert, 1988, 286.
29. Lauffer J. « Comment on devient entrepreneur », *Revue française de gestion*, novembre, 1975, 11-26.
30. Lee SH, Wong PK. An exploratory study of technopreneurial intentions: a career anchor perspective, *Journal of Business Venturing*, 2004; 19:4-28.
31. Le Roux S. « La mise en œuvre d'une approche collaborative comme facteur d'innovation dans les PME-PMI », *Marché et organisations*, 2007; 4:189-208.
32. Le Roy C. « Améliorer ses performances avec le travail collaboratif », *L'Usine Nouvelle*, 2006, 3017.
33. Morris MH, Mihasaki NN, Watters CE, et Coombes SM. The dilemma of growth: understanding venture size choices of women entrepreneurs, *Journal of Small Business Management*. 2006; 44(2):221-244.
34. Mintzberg H. « Une formation flexible nourrie de l'expérience », *L'expansion Management Revue*, 2005, 117 :44-57.
35. Mintzberg H. *Le manager au quotidien : les dix rôles du cadre*, éd. Organisation, Paris, 1990.
36. Omri A, et Frikha M. How entrepreneurs identify opportunities and access to external financing in Tunisian's micro-enterprises? *African Journal of Business Management*, 2012; 6:4635-4647.
37. Omri A, Frikha M. "How small business fail in Tunisia?", *International Journal of Economic and Accounting*, 2014; 5:126-144.
38. Pfeffer J. *Competitive Advantage through People*. Harvard Business School Press, Boston, 1994.
39. Sambo M. « Profils des chefs d'entreprises et performance de leurs entreprises : essai d'une étude portant sur 200 PME camerounaises », Thèse de doctorat en sciences de gestion, Yaoundé II, 1996.
40. Sambo M. *Profil des dirigeants et performances de leurs entreprises*, thèse de Doctorat 3^{ème} cycle en Sciences de Gestion, Université de Yaoundé II, 1993.
41. Sexton Upton NB. The entrepreneur: a capable executive and more. *Journal Business Venturing*. 1985; 1:129-140.
42. Skuras D, Meceheri N, Moreira MB, Rosen J, et Stathopoulou S. Entrepreneurial human capital accumulation and the growth of rural businesses. a four-country survey in mountainous and lagging areas of the European union, *Journal of Rural Studies*. 2005; 21:67-79.
43. Tesfaye B. « Patterns of Formation and Development of High-Technology Entrepreneurs ». In Jones-Evans, D. et M. Klofsten (ed.). *Technology, Innovation and Enterprise - The European Experience*. London, Macmillan, 1997, 61-106.
44. Trice M, Harrison and Janice M. Beyer. *Studying Organizational Cultures Through Rites and Ceremonials*, *Academy of Management Review*, 1984, 4.
45. Vesper KH. *New Venture Strategies* (revised Ed.) Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1990.
46. Weinzimmer L. *Organizational growth of U.S. Corporations: environmental, organizational and managerial determinants*, Thèse de Doctorat, University of Winsconsin-Milwaukee, Ann Arbor, U.M.I, 1993.