



GLOBAL JOURNAL OF MANAGEMENT AND BUSINESS RESEARCH: A
ADMINISTRATION AND MANAGEMENT
Volume 20 Issue 7 Version 1.0 Year 2020
Type: Double Blind Peer Reviewed International Research Journal
Publisher: Global Journals
Online ISSN: 2249-4588 & Print ISSN: 0975-5853

Profil Psychologique Des Propriétaires- Dirigeants Et Innovation Entrepreneuriale Des Petites Et Moyennes Entreprises Au Cameroun

By Abouna Adam Mahamat, Tchingnabe Daniel & Math Mazra

Université de Maroua-Cameroun

Abstract- In a highly competitive environment and competing with large, resource-rich companies, companies of all sizes focus on finding resources for both creating and maintaining competitive advantages. Psychological profile is therefore strategic resource that enables SMEs to establish a sustainable competitive advantage. The purpose of this work is in the context of research that supports the existence of a positive psychological profile and entrepreneurial innovation of SMEs. Specifically, this study aims to evaluate the effect of psychological profile on the entrepreneurial innovation of SMEs. To answer this problem, we started from a theoretical framework to express our hypotheses.

The empirical results of the multiple regression, calculated on the basis of a sample of 253 SMEs, show the existence of a positive influence of the psychological profile on entrepreneurial innovation of SMEs.

Keywords: *entrepreneurial innovation, psychological profile and smes.*

GJMBR-A Classification: *JEL Code: L32*



Strictly as per the compliance and regulations of:



RESEARCH | DIVERSITY | ETHICS

Profil Psychologique Des Propriétaires-Dirigeants Et Innovation Entrepreneuriale Des Petites Et Moyennes Entreprises Au Cameroun

Abouna Adam Mahamat ^α, Tchingnabe Daniel ^σ & Math Mazra ^p

Résumé- Dans un environnement hautement compétitif et en concurrence avec les grandes entreprises dotées des ressources, les entreprises quel que soit leurs tailles, se focalisent sur la recherche des ressources visant à la fois la création et le maintien des avantages compétitifs. L'innovation entrepreneuriale permet aux entreprises de protéger leurs parts de marché et le profil psychologique constitue une ressource stratégique permettant aux PME d'asseoir un avantage concurrentiel durable. L'objectif de ce travail s'inscrit dans le cadre des recherches qui s'appuient sur l'existence d'une relation positive entre le profil psychologique et l'innovation entrepreneuriale des PME. De façon précise, cette recherche vise à évaluer l'effet du profil psychologique sur l'innovation entrepreneuriale des PME. Pour répondre à cette problématique, nous sommes partis d'un cadre théorique pour émettre nos hypothèses.

Les résultats empiriques de la régression multiple, calculés sur la base d'un échantillon de 253 PME, montrent que le profil psychologique influence positivement l'innovation entrepreneuriale des PME.

Mots-clés: innovation entrepreneuriale, profil psychologique et pme.

Abstract- In a highly competitive environment and competing with large, resource-rich companies, companies of all sizes focus on finding resources for both creating and maintaining competitive advantages. Psychological profile is therefore strategic resource that enables SMEs to establish a sustainable competitive advantage. The purpose of this work is in the context of research that supports the existence of a positive psychological profile and entrepreneurial innovation of SMEs. Specifically, this study aims to evaluate the effect of psychological profile on the entrepreneurial innovation of SMEs. To answer this problem, we started from a theoretical framework to express our hypotheses.

The empirical results of the multiple regression, calculated on the basis of a sample of 253 SMEs, show the existence of a positive influence of the psychological profile on entrepreneurial innovation of SMEs.

Keywords: entrepreneurial innovation, psychological profile and smes.

Author α: Ph.D. Assistant, Département de Management, Stratégie et Prospective, Faculté des Sciences Economiques et de Gestion, Université de Maroua-Cameroun. e-mail: adab1307@yahoo.fr

Author σ: Ph. D. Chargé de Cours, Département de Marketing, commerce et ventes, Faculté des Sciences Economiques et de Gestion, Université de Maroua-Cameroun.

Author p: Ph. D Maître de conférences, Département de Management, Stratégie et Prospective, Faculté des Sciences Economiques et de Gestion, Université de Maroua-Cameroun.

I. INTRODUCTION

L'innovation est aujourd'hui une stratégie d'entreprises incontournable et mérite une attention particulière dans un environnement en pleine mutation. En effet, l'augmentation du nombre de concurrents et l'exigence des clients avec la demande individualisée obligent les entreprises et plus particulièrement les PME à innover. L'innovation permet aux petites et moyennes entreprises de maintenir leurs parts de marché, de revitaliser leurs activités existantes et, plus généralement, accroître leur performance (Lumpkin et dess, 1996 ; Zahra, 1993 ; Sahut, Leroux, 2011). Toutefois, Djoutsa et al. (2017) soulignent qu'il existe une différence entre les entreprises des pays développés et les pays en voie de développement en termes de pratiques d'innovation. Au Cameroun très peu des PME s'intéressent à la pratique d'innovation, certaines innoveraient d'autres non.

Plusieurs études ont tenté de comprendre pourquoi certaines entreprises réussissent à innover plus que d'autres en essayant d'identifier les particularités des PME en matière d'innovation afin de mieux cerner les éléments explicatifs. Parmi les facteurs déterminants les auteurs ont identifié la taille (Pavitt et al, 1987), la structure (Gopalakrishnan et Damanpour, 1994 ; Becheikh et al, 2006), la coopération (kouba' asalah, 2014), les compétences (Carrier et Julien, 2005 ; Vinding, 2006 ; St Pierre et Trépanier, 2007), les ressources financières (Becheikh et al. 2006), le leadership (De Jong et Den Hartog, 2003 ; St-Pierre, 2004 ; St-Pierre et Mathieu 2003), les activités de R&D (Becheikh et al, 2006 ; Baldwin et al, 2000 ; Brouwer et Kleinknecht, 1996), la culture (Razafindrazaka. T, et al, 2014), mais le profil psychologique est peu étudié dans le contexte Camerounais (Mazra et al.2019).

Pourtant les aspects psychologiques constituent des ressources stratégiques (Lohmann, 1998) pour la réussite entrepreneuriale des PME (Nkanyou, 2011 ; St-pierre et Cadieux, 2011 ; Baum et Locke, 2004 ; Fonrouge, 1999 ; Grandclaude et Nobre, 2013). Elles permettent d'examiner l'interaction dynamique entre l'individu et l'environnement en expliquant quels processus cognitifs, motivationnels et affectifs sont impliqués dans la décision d'un individu de s'engager dans des activités entrepreneuriales (Shane et Venkata

ramen, 2000). Dans ce sens, plusieurs études ont montré l'effet positif des aspects psychologiques des dirigeants sur la croissance des PME (Price et al., 2013 ; Atalay, et al. 2013; Boubakary et al., 2017 ; Grandclaude et Nobre, 2013). Malgré l'importance et la qualité des études en entrepreneuriat sur le profil psychologique et l'innovation en entrepreneuriat, il faut relever toutefois qu'aucune étude à notre connaissance n'a mis en relation le profil psychologique et l'innovation en entrepreneuriat.

Ainsi, cet article se propose d'analyser l'effet direct du profil psychologique des propriétaires-dirigeants sur l'innovation entrepreneuriale des PME dans le contexte Camerounais.

II. CADRE THÉORIQUE

Le premier élément de cette section portera sur la définition de l'innovation à partir du concept d'orientation entrepreneuriale et le second va s'appesantir sur le lien entre le profil psychologique et l'innovation entrepreneuriale des PME.

a) de l'orientation entrepreneuriale à l'innovation entrepreneuriale des PME

Plusieurs études, les dimensions de l'orientation entrepreneuriale peuvent être agrégées pour définir la stratégie entrepreneuriale des organisations. En prenant en compte l'environnement et le contexte dans lequel évolue l'entreprise, Lumpkin et dess (1996) soulignent que les dimensions de l'orientation entrepreneuriale dont l'objectif est la *nouvelle entrée*.

i. orientation entrepreneuriale

Depuis quelques années, l'orientation entrepreneuriale a fait l'objet d'une littérature féconde (Benezech et al, 2013) et ne cesse de révolutionner les recherches tant en entrepreneuriat (Covin, et al, 2006) qu'en stratégie (Cherchem et Fayolle, 2010). Le concept d'orientation entrepreneuriale verra véritablement le jour avec les travaux de Miller (1983) dont l'objectif était de chercher les corrélations entre l'entrepreneuriat et le type d'organisation (Simple, planificatrice, organique). En effet, Covin et Slevin (1989) en s'appuyant sur la définition de l'entreprise entrepreneuriale définie par Miller(1983) à travers trois variables (innovation prise de risque et proactivité) et, l'utilisation partielle du questionnaire développés par Khandwalla (1977), définissent l'orientation entrepreneuriale est un style de management qualifié d'entrepreneurial ou posture entrepreneuriale (Basso et al. 2009). Cette posture s'applique non seulement au niveau organisationnel mais aussi et surtout au niveau individuel. Dans ce sens, l'analyse de la littérature faites (Basso et al. 2009 ; Cherchem et Fayolle, 2008) montre qu'au cours de son évolution, plusieurs notions ont été attribuées à l'orientation entrepreneuriale. Cette diversité sémantique crée une rupture avec le concept d'origine (Basso et al.

2009 ; Fayolle, 2010) et sur l'utilisation même du construit dans des recherches empiriques (Cherchem & Fayolle, 2008). C'est pourquoi Lumpkin et DESS (1996) apportent un éclairage sur le concept en distinguant l'orientation entrepreneuriale de l'entrepreneuriat. Pour ces auteurs, l'orientation entrepreneuriale est « *l'ensemble des processus, pratiques et activités de prise de décision qui contribuent à une nouvelle entrée* » et l'entrepreneuriat comme la nouvelle entrée dans le nouveau marché ou le marché déjà existant.

En ce qui concerne ses dimensions, plusieurs travaux (Miller, 1983; Wiklund & Shephred, 2003; Covin et Slevin, 1989,1991; Cherchem et Fayolle, 2008; Basso et al.,2009; Randerson& Fayolle, 2011; Cherchem et Fayolle, 2010 ; Randerson et al, 2011; Miller et Le Breton-Miller, 2011; Mighri Zouhayer, 2013)pensent que les trois variables doivent évoluer simultanément au sein d'une structure entrepreneuriale pour exprimer de manière globale le niveau entrepreneurial de l'organisation. Pour d'autres (Lumpkin et DESS, 1996; 2001; Kreiser et al, 2002; Kreiser et al, 2010; et Balambo et Zemzami, 2014) chacune des trois dimensions peuvent contribuer indépendamment en fonction du contexte et de l'environnement dans lequel il est étudié (Lumpkin et dess, 1996) dont l'objectif est la *nouvelle entrée (innovation entrepreneuriale)*.

ii. Innovation entrepreneuriale des PME

Le domaine de l'entrepreneuriat existe avant mais c'est Schumpeter (1934) qui donne l'envol du domaine de l'entrepreneuriat (Fillion, 1997) avec le concept d'innovation via la recombinaison des ressources. Pour Schumpeter (1934) l'innovation est « un processus de destruction créatrice », où la richesse est créée lorsque les structures existantes du marché sont perturbées par l'introduction des biens nouveaux, provoquant ainsi la création d'organisations nouvelles. Le concept d'innovation constitue donc le fondement de l'entrepreneuriat donc Mohiédine et Murat, (2011), pensent qu'il existe plusieurs définitions, logiques et des conceptualisations. Pour Puech, (2014), l'innovation est définie comme un processus, ou encore comme le résultat. Julien et Marchesnay, (1996) en adoptant le processus définissent l'innovation comme étant le processus qui consiste à créer une entreprise différente de ce qu'on connaissait auparavant, c'est découvrir ou transformer un produit, c'est proposer une nouvelle façon de faire, de distribuer ou vendre. concernant, le résultat, Puech,(2014), pense que la définition de Schumpeter et la nouvelle entrée de Lumpkin et dess(1996) reste les plus utilisées en entrepreneuriat.

Dans le cadre de l'entrepreneuriat organisationnel, Miller et Friesen, (1982) définissent l'innovation comme étant le fait pour les dirigeants d'une entreprise d'accorder de l'importance aux activités de recherche et développement (R&D); de rechercher constamment de nouvelles idées (nouveaux processus,

nouveaux produits/services) à travers la créativité et les expériences. Dans le même ordre d'idée, Lumpkin & Dess (1996) définissent l'innovation comme «la nouvelle entrée » (new entry), c'est à dire la création de nouveaux produits/ services, la conquête de nouveaux marchés, la création d'une nouvelle entreprise (start-up, corporate venture, essaimage,...) (Cherchem et Fayolle, 2011). Ainsi Zahra (1993) pense que l'innovation consiste pour les entreprises a introduit de nouveaux produits, des nouveaux procédé, et le renouvellement des nouvelles activités au sein des entreprises existantes. En considérant l'innovation comme une stratégie entrepreneuriale des PME, Etrillard (2004) pense que la stratégie entrepreneuriale est adapté aux structures de petite taille et par conséquent la dynamique entrepreneuriale résulte processus de prise décision faiblement formalisé engageant l'entreprise dans une démarche proactive et dépendant de l'initiative du dirigeant-proprétaire de la PME.

b) Le profil psychologique des propriétaires- dirigeants détermine l'innovation entrepreneuriale des PME

Le profil psychologique des propriétaires-dirigeants est l'ensemble des traits qui prédisposent l'individu à l'acte entrepreneurial. Cependant, tous les traits psychologiques n'influencent pas la dynamique entrepreneuriale de la firme. Pour Tamzini et al. (2016) les traits psychologiques du dirigeant se déclinent selon les logiques propres aux chercheurs. Pour la cohérence de notre recherche, cette étude retient les traits de caractère identifiés par (Cherchem et Fayolle, 2010 ; Randerson et al. 2011 et Zouhayer, 2013) à savoir le besoin d'accomplissement, le lieu de contrôle interne, le sentiment d'efficacité entrepreneuriale auquel cas nous ajoutons la propension à prendre le risque (Tamzini et al. 2016) car l'entrepreneuriat est par définition une prise de risque pour étudier l'innovation entrepreneuriale.

i. Le besoin d'accomplissement personnel et l'innovation entrepreneuriale des PME

Le concept du besoin d'accomplissement est l'une des trois besoins (affiliation, d'indépendance et d'accomplissement). Il se réfère à la perception de l'individu quant à sa capacité à relever les défis pour atteindre un accomplissement personnel (Mc Clelland, 1961). Pour Puech (2014), le besoin est une caractéristique stable qui caractérise un individu et sa façon de réagir aux différentes situations. Plusieurs travaux ont montré son impact sur la dynamique entrepreneuriale des entreprises existantes. Pour Randerson et al. (2011), le besoin d'accomplissement peut se voir associé à une volonté de créer quelque chose de nouveau ou d'appliquer des connaissances acquises antérieurement. L'individu dirigé par ce besoin d'accomplissement sera plus d'avantage susceptible d'exploiter des opportunités entrepreneuriales, qu'un individu ayant un faible désir d'accomplissement

(Randerson et al. 2011). Ces opportunités constituent ce que Schumpeter (1934) appelle la destruction créatrice. Toutefois, Diop, (2012) souligne que le lien de causalité entre le besoin d'achèvement et la dynamique entrepreneuriale des firmes varie en fonction des cultures ou des pays (Diop, 2012). Ainsi notre première hypothèse s'intitule ainsi qu'il suit :

H1 : Le besoin d'accomplissement personnel influence positivement l'innovation entrepreneuriale au sein des PME.

ii. Lieu de contrôle interne et l'innovation entrepreneuriale des PME

Les besoins à l'origine de l'acte entrepreneurial sont stables et dépendent des objectifs de l'individu. Les études en entrepreneuriat ont montré que les sujets internes influencent positivement la dynamique entrepreneuriale des firmes (Cherchem et Fayolle ; 2010). Brockhaus (1980) souligne que les personnes ayant un niveau élevé du lieu de contrôle pensent influencer l'environnement et que le hasard et le destin n'ont pas d'influence sur ces actions entrepreneuriales. Le lieu de contrôle interne détermine la dynamique entrepreneuriale dans les organisations simples (Miller, 1983). Etant une caractéristique psychologique, le lieu de contrôle interne inter agit dans le modèle conceptuel de Lumpkin et Dess (1996). Dans la dimension psycho-managériale de l'approche par les traits, Basso (2006) pense que les personnes qui ont ce traits psychologiques ont un potentiel à agir de manière entrepreneuriale. Selon Randerson et al. (2011), les individus qui possèdent un lieu de contrôle interne croient que leur réussite dans la vie émane de leurs propres actions, de leur capacité à contrôler et de leur habilité. Pour Pandey et Tewary (1979) les individus qui ont un fort niveau du lieu de contrôle interne ont tendance à poursuivre des nouvelles opportunités, initier des nouveaux processus. De ce qui précède nous formulons dont l'hypothèse :

H2 : le lieu de contrôle interne influence positivement l'innovation entrepreneuriale au sein des PME

iii. La prise de risque et l'innovation entrepreneuriale des PME

La recherche permanente des nouvelles opportunités dans un contexte d'incertitude poussent les managers et les entrepreneurs à prendre de risque. Diop (2012) indique que les managers et les entrepreneurs cherchent et développent des opportunités d'affaires dans des contextes incertains. La propension à la prise de risque est un trait de personnalité définit par Miller et Friesen (1982) comme la mesure selon laquelle les dirigeants sont prêts à engager d'importantes ressources dans des projets incertains (Rauch et al. 2009). Cette conception du risque est fonction du contexte d'étude (Naldi et al. 2007), notamment, stratégique, financier et

entrepreneurial (Lumpkin et Dess, 1996). La propension à la prise de risque reste la dimension la plus étudiée en entrepreneuriat comme un trait de personnalité pouvant discriminer les entrepreneurs de non entrepreneur. Les individus qui s'engagent dans l'aventure entrepreneuriale ont des styles cognitifs différents pendant la création d'entreprise. Ces différents styles s'expliquent selon Diop (2012), par le fait que le manager ou entrepreneur ayant un niveau élevé de besoin d'accomplissement et du lieu de contrôle interne perçoit le risque de manière modéré.

Ainsi la propension à la prise de risque tient compte de l'incertitude environnemental et dans ce sens les auteurs (Rauch et al. 2009; Nobile, 2013) pensent qu'il faut tenir compte du risque dans un environnement incertain. Toutefois, si l'entrepreneuriat est par définition une prise de risque et que l'acte essentiel est la nouvelle entrée, il est judicieux de penser que l'innovation et la propension à la prise de risque sont deux réalités inséparables dans l'étude du phénomène entrepreneuriale car innover nécessite d'investir des ressources. Ainsi nous pouvons formuler notre hypothèse

H3: la propension à la prise de risque influence positivement l'innovation entrepreneuriale au sein des PME

iv. *L'auto-efficacité entrepreneuriale et innovation entrepreneuriale des PME*

La notion de l'auto-efficacité entrepreneuriale examine simultanément l'interaction dynamique entre

l'individu et l'environnement en expliquant quels processus cognitifs, motivationnels et affectifs sont impliqués dans la décision d'un individu de s'engager dans des activités entrepreneuriales (Shane et Venkataramen, 2000). Pour Randerson et al. (2011), le sentiment d'efficacité personnelle réfère à la croyance qu'un individu a de sa capacité à réussir des tâches spécifiques (Randerson et al. 2011). Ces croyances sont les déterminants de la façon de penser, d'agir et de percevoir (Bandura, 2012). Ainsi Wood et Bandura (1989) définit le sentiment d'efficacité personnelle comme la croyance d'un individu en ses capacités à mobiliser la motivation, les ressources cognitives et les actions requises pour affronter des exigences situationnelles données. Étant une variable personnelle, le sentiment d'efficacité personnelle prend compte de l'interaction entre la personnalité du dirigeant et le contexte environnemental. Pour St-jean et Mathieu (2011), les personnes disposant des fortes croyances en leurs compétences se montrent les plus persistantes dans leurs efforts et notamment en ce qui concerne la maîtrise des défis. Dans le même ordre d'idée Randerson et al. (2011) pensent que les individus ayant un niveau élevé d'auto-efficacité entrepreneuriale possèdent un haut niveau de croyance en leurs bonnes idées. Ils croient en outre en leurs capacités à relever des challenges, introduire de nouveaux produits. De ce qui précède nous pouvons écrire.

H4: l'auto-efficacité entrepreneuriale influence positivement l'innovation entrepreneuriale des PME.

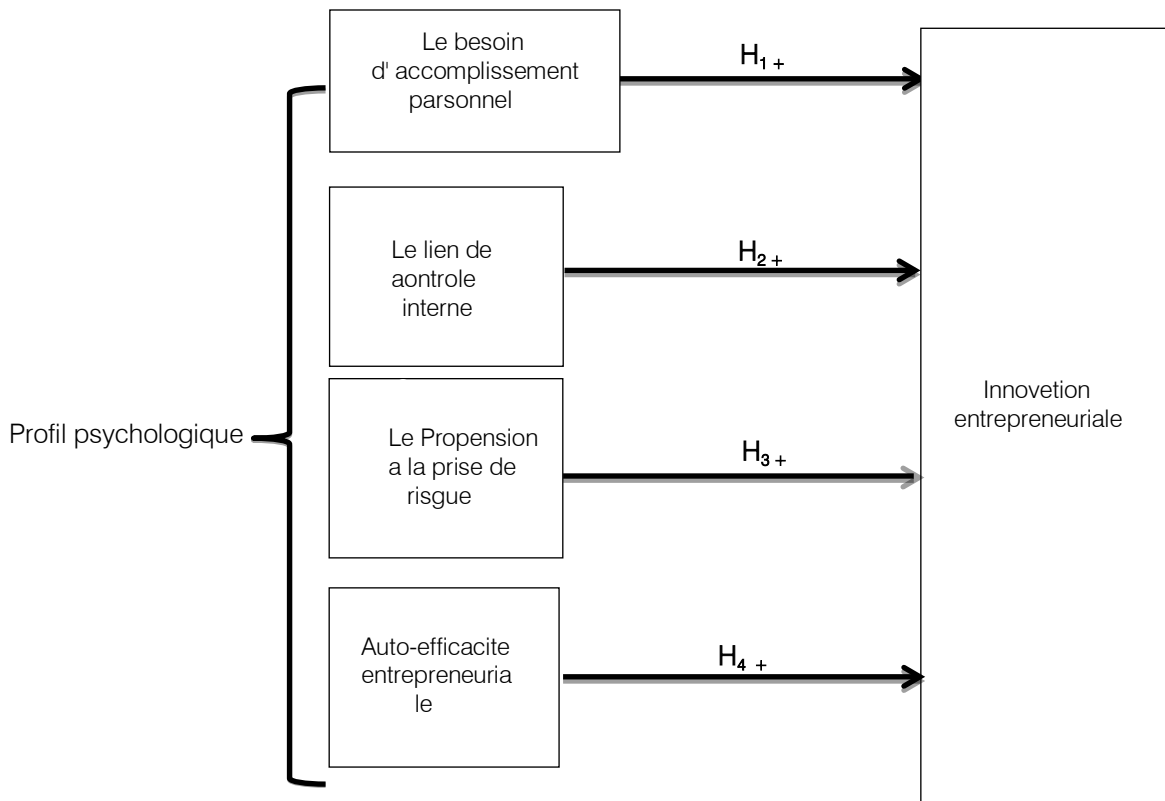


Figure 1: Modèle théorique de la recherche

v. Approche méthodologique et mesure des variables

Nous développerons la démarche méthodologique qui consiste à détailler la démarche et l'outil de collecte de données et éventuellement les outils statistiques utilisées. Pour terminer la sous-section, nous aborderons les items de mesure de variables de l'étude.

c) Méthodologie

Cette recherche étudie l'effet modérateur de l'auto-efficacité dans la relation intention de croissance-croissance des PME. Les variables (besoin d'accomplissement personnel, lieu de contrôle interne, propension à la prise de risque et auto-efficacité) de cette étude sont clairement définies dans la littérature. Par conséquent nous adoptons la démarche hypothético-déductive. Cette démarche permet de

construire des hypothèses qui seront testées à l'épreuve des faits pour valider ou non notre modèle conceptuel. Pour mener à bien cette investigation, nous allons administrer un questionnaire auprès des dirigeants des PME et les données recueillies seront analysées par le logiciel SPSS. Afin de caractériser l'échantillon et de tester les relations, quelques analyse à savoir l'analyse descriptive, l'ACP, et l'analyse des régressions linéaires seront effectuées.

i. L'échantillon

La taille de l'échantillon fait référence au nombre de questionnaire exploitable après dépouillement et au nombre d'individus interviewés respectivement pour les études quantitatives. Le tableau suivant en fait une synthèse.

Tableau 1: La répartition de l'échantillon

Villes	Questionnaires					
	Distribués		Récupérés		Exploitable	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Douala	160	43,25	129	46,57	121	47,83
Yaoundé	140	37,84	103	37,18	98	38,74
Garoua	15	4,05	12	4,34	07	2,76
Ngaoundéré	30	8,10	13	4,69	10	3,95
Maroua	25	6,76	20	7,22	17	6,72
Total	370	100	277	100	253	100

Nous avons administré 160 à Douala (43,25 %), 140 à Yaoundé (37,84 %), 15 à Garoua (4,05 %), 30 à N'Gaoundéré (8,10 %) et 25 à Maroua (6,76 %). Cette répartition suit en quelque sorte la répartition théorique des PME au Cameroun avec la ville de Douala (capitale économique) qui vient en tête avec près de la moitié des PME Camerounaises. Au total, nous avons distribué environ 370 questionnaires et nous avons reçu 277 remplis, soit un taux de réponse de 74,86%. Après vérification, nous avons retenu 253 questionnaires exploitables ce qui atteste que notre questionnaire était compréhensible.

d) Mesure des Variables

Dans cette section nous présentons notre variable expliquée (l'innovation entrepreneuriale), les variables explicatives (le profil psychologique).

Pour la mesure de la variable expliquée (l'innovation entrepreneuriale), nous avons adapté et combinés les items issus des travaux de Covin et Slevin (1991) et Hughes and Morgan (2007). L'innovation entrepreneuriale est mesurée par 7 items sur une échelle de Likert à 5 points, les répondants avaient à choisir l'énoncé qui convient à la situation de leur entreprise eu égard aux items: « 1 » = totalement pas d'accord « 2 » = pas d'accord; « 3 » = neutre; « 4 » = d'accord; « 5 » = totalement d'accord.

Le besoin d'accomplissement : Nous utilisons les items développés par les auteurs (McClelland, 1961 ; et Zeffane, 2013). Pour le lieu de contrôle interne, nous

avons utilisés l'échelle de Robinson et al, (1991). Concernant, la propension à la prise de risque, nous adoptons l'échelle de mesure de Diop (2012) issue du questionnaire GET2 (General measure of Enterprising Tendency Version 2). Enfin, pour opérationnaliser le concept d'auto-efficacité entrepreneuriale, nous avons adopté l'échelle de mesure de De Noble, Jung et Ehrlich (1999).

Chaque trait est mesuré sur une échelle de Likert à 5 points, les répondants avaient à choisir l'énoncé qui convient à la situation de leur entreprise eu égard aux items: « 1 » = totalement pas d'accord « 2 » = pas d'accord; « 3 » = neutre; « 4 » = d'accord; « 5 » = totalement d'accord.

III. RÉSULTATS ET DISCUSSIONS

Avant de tester les relations causales entre les variables, il nous faut au préalable vérifier qu'aucune des variables n'est identique à une autre. Ainsi, nous allons présenter d'abord les statistiques de la corrélation et finir par vérifier le modèle théorique que nous avons construit.

a) Corrélation des variables

Le tableau suivant détaille les statistiques descriptives des corrélations bivariées relatives aux différentes variables de l'étude. En effet, ce test de corrélation est effectué pour vérifier si les dimensions ainsi déterminées par l'ACP sont davantage reliées à leurs propres mesures ou qu'aux autres construits.

D'après le tableau, nous constatons que tous les coefficients des corrélations bivariées sont inférieurs au seuil recommandé par Lind et al. (2007) qui est de 0,8. Les résultats sont présentés dans le tableau suivant:

Tableau 2 : Corrélations entre les variables

Variables	Moyenne	Ecart-type	1	2	3	4	5
BAP	3,62	1,031	1				
LCI	3,80	0,944	,194**	1			
PPR	3,49	1,049	,390**	,293**	1		
AE	4,04	0,730	,283**	,055	,462**	1	
INNOV	3,78	0,958	,279**	,146*	,030	,094	1

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

BAP, LCI, PPR, AE et INNOV reflète respectivement le besoin d'accomplissement personnel, le lieu de contrôle interne, la propension à la prise de risque, l'auto-efficacité entrepreneuriale et innovation entrepreneuriale.

entre une variable à expliquer ou dépendante et plusieurs variables explicatives ou indépendantes en ajustant une équation linéaire aux échantillons de données observés.

Les résultats de la régression sont présentés dans le tableau 3. De manière générale, le modèle est satisfaisant. Le profil psychologique des propriétaires-dirigeants explique pratiquement 28,1% de la variation de l'innovation entrepreneuriale des PME (R-deux ajusté). L'estimation de la qualité de l'ajustement du modèle est confirmée par le coefficient F de Fisher-Snedecor qui est égal à 25,633 (sig. = 0,000).

b) Présentation des résultats et discussions

Pour étudier la relation linéaire entre une variable à expliquer ou dépendante (innovation entrepreneuriale) et plusieurs variables explicatives ou indépendantes déterminer précédemment par l'ACP, nous avons utilisées les modèles de régression linéaire multiples. En effet, les modèles de régression linéaire multiples sont utilisés pour étudier la relation linéaire

Tableau 3 : Résultats des régressions multiples sur l'échantillon complet

VARIABLES	MODELE		
	Bêta	T	Sig.
BAP	,346	6,320	,000
LCI	,255	4,533	,000
PPR	,215	3,813	,000
AE	,219	3,990	,000
Constante		7,968	
R ²		,293	
R ² ajusté		,281	
F de Fisher		25,633	

Note : * $p < 0.1$; ** $p < 0.05$; *** $p < 0.01$

BAP reflète le besoin d'accomplissement personnel, LCI, PPR et AE le lieu de contrôle interne, propension à la prise de risque et auto-efficacité. INNOV reflète l'innovation entrepreneuriale.

A la lecture du tableau et au regard des hypothèses formulées dans ce travail, nous pouvons dire que le besoin d'accomplissement personnel est significativement corrélé à l'innovation entrepreneuriale, validant ainsi l'hypothèse

H1: Le besoin d'accomplissement personnel influence positivement l'innovation entrepreneuriale au sein des PME.

Nous pouvons alors conclure que le besoin d'accomplissement personnel est une fonction linéaire positive de l'innovation entrepreneuriale des PME Camerounaises. C'est dans ce sens que Cherchem et Fayolle (2010), pensent que les propriétaires- dirigeants animés par ce besoin d'accomplissement personnel

sont capables de relever le défi pour atteindre un accomplissement personnel. Ces défis peuvent être associés à une volonté de créer quelque chose de nouveau, de chercher des nouvelles opportunités entrepreneuriales.

La deuxième hypothèse met en relation le lieu de contrôle interne et l'innovation entrepreneuriale de PME. Au regard des résultats on peut dire que l'hypothèse

H2: Le lieu de contrôle interne influence positivement l'innovation entrepreneuriale au sein des PME est vérifiée.

En effet, les résultats de la régression laissent penser que les propriétaires- dirigeants ayant un le lieu de contrôle interne orienté ver soi sont capables d'identifier des nouvelles opportunités entrepreneuriales, d'introduire un nouveau produit ou service au sein des PME. Par contre la perception que

les propriétaires-dirigeants qu'ils ont sur les autres à moins d'influence sur l'innovation entrepreneuriale. Ces résultats viennent donner du crédit aux recherches antérieures sur la relation positive entre le lieu de contrôle interne et la réussite entrepreneuriale (Pandey et Tewary, 1979 ; Randerson et al, 2011). Les propriétaires dirigeants qui possèdent un lieu de contrôle interne, pensent que la réussite d'une stratégie d'innovation entrepreneuriale est fonction de leurs propres actions, de leur capacité à contrôler et de leur habileté. Par contre l'influence de l'environnement à moins d'influence sur l'innovation entrepreneuriale.

Nous pouvons donc conclure en disant que les individus qui ont un fort niveau du lieu de contrôle interne ont tendance à poursuivre des nouvelles opportunités et peuvent initier des nouveaux processus. Quant à la troisième hypothèse de la recherche, les résultats montrent que la propension à la prise de risque influence positivement l'innovation entrepreneuriale des PME. Ces résultats rejoins les travaux de auteurs dans le domaine (Balambo et Zemzami, 2014 ; Miller et Frisen, 1982 ; Nobile, 2013 ; Rauch et al. 2009) sur la relation positive entre la propension à la prise de risque et l'innovation entrepreneuriale. Pour ces derniers, la connaissance de probabilités d'échec ou de réussite, et l'investissement dans l'inconnu permet de caractériser la prise de risque. Ainsi, nous pouvons dire que la stratégie d'innovation entrepreneuriale est fonction de la prise de risque modéré et de l'incertitude environnementale validant ainsi l'hypothèse

H3: la propension à la prise de risque influence positivement l'innovation entrepreneuriale au sein des PME.

Enfin, la quatrième hypothèse relative à l'auto-efficacité entrepreneuriale est significative mais pas sur tous les dimensions. En effet, l'auto-efficacité relative à la capacité à reconnaître les opportunités, à définir la finalité de l'entreprise et la compétence humaine et conceptuelle sont positivement corrélées à l'innovation entrepreneuriale dans les PME. Ces résultats sont conforme avec certains travaux effectués dans le domaine (Diop, 2012; Cherchem et Fayolle, 2010; Randerson et al. 2011 et Mighri Zouhayer, 2013; Tamzini et al. 2016).

De tous ce qui précède nous pouvons conclure que l'hypothèse

H4: l'auto-efficacité entrepreneuriale influence positivement l'innovation entrepreneuriale au sein des PME est vérifiée

IV. CONCLUSION

L'innovation entrepreneuriale a fait l'objet des plusieurs études, aussi bien du point des vues des déterminants que de son effet sur la croissance des entreprises existantes. L'objectif poursuivi dans cet article était d'évaluer en contexte camerounais, les

déterminants de l'innovation entrepreneuriale des PME. Parmi les nombreux déterminants, nous nous sommes penchés sur le profil psychologique. En effet le profil psychologique permet d'examiner l'interaction dynamique entre l'individu et l'environnement en expliquant les facteurs impliqués dans la décision d'un individu de s'engager dans des activités entrepreneuriales (Shane et Venkataramen, 2000). Il constitue en outre une ressource stratégique (Lohmann, 1998) pour la réussite entrepreneuriale des PME (Nkanyou, 2011; St-pierre et Cadieux, 2011; Baum et Locke, 2004; Fonrouge, 1999; Grandclaude et Nobre, 2013). L'exploitation de 253 PME camerounaises permet de conclure que l'innovation entrepreneuriale est positivement influencée par le besoin d'accomplissement, le lieu de contrôle interne, la propension à la prise de risque et l'auto-efficacité entrepreneuriale. Partant de ces résultats, plusieurs mesures sont susceptibles d'être mises en œuvre pour encourager les propriétaires-dirigeants à adopter le comportement entrepreneurial. Ainsi, le premier apport managérial se situe dans l'identification du développement du besoin d'accomplissement personnel par le développement des compétences permettant de fixer les objectifs claires et stimulants, de renforcer l'auto-efficacité entrepreneuriale par la formation car ils permettent d'examiner l'interaction dynamique entre l'individu et l'environnement en expliquant quels facteurs psychologiques sont impliqués dans la décision d'un individu de s'engager dans des activités entrepreneuriales. Enfin, les propriétaires-dirigeants doivent éliminer le comportement averse et de considérer le risque non pas comme un échec mais plutôt comme une opportunité.

Comme aucune recherche n'est parfaite, la nôtre souffre des certains limites : La toute première est liée à l'échantillon. En effet, l'échantillon ne regroupe que quelques PME de la ville de Douala, Yaoundé, Garoua, Ngaoundéré et Maroua, alors nos résultats ne sauraient être généralisés à tous les autres PME, d'une part et, d'autre part tous les secteurs ont été touchés par nos enquêtes or chaque secteur a ses spécificités. Par ailleurs, la même recherche sur un échantillon plus étendu et dans un secteur précis mènerait à des résultats davantage généralisables. Evaluer les perspectives est indispensable pour toute recherche car permettant de renouveler les problématiques et l'avancée du domaine. Afin de pallier à la limite concernant la démarche méthodologique évoquée, les recherches futures gagneront à adopter une étude qualitative car les traits psychologiques ne sont pas observables et il faut donc aller en profondeur pour étudier le phénomène.

L'innovation entrepreneuriale est une stratégie compétitive, par conséquent les études futures pourront évaluer son impact sur la croissance en adoptant une

étude longitudinale sur 3 à 4 ans. Enfin cette relation peut dépendre des variables de contingences telles que l'environnement et la structure et les travaux futurs peuvent mesurer l'effet de ces variables sur la relation entre l'innovation et la croissance.

BIBLIOGRAPHIE

- Atalay, m, anafarta, n, et sarvan, f, (2013). La relation entre l'innovation et la performance des entreprises de l'industrie des fournisseurs automobiles turcs. *procedia- sciences sociales et comportementales*, 75(3), 226- 235.
- Balambo, M. A. et Zemzami, I. (2014). Culture nationale marocaine et prise de risque entrepreneuriale : une étude sur les étudiants en management, *12ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME 29, 30 et 31 Octobre 2014, Agadir*
- Baldwin, J., Hanel, P., & Sabourin, O. (2000). Les déterminants des activités d'innovation dans les entreprises de fabrication canadiennes: Le rôle des droits de propriété intellectuelle. Direction des études analytiques. Documents de recherche. Statistique Canada, N°122.
- Bandura, A. (1989). Human agency in social cognitive theory. *American psychologist*, 44(9), 1175.
- Bandura, A. (2012). On the Functional Properties of Perceived Self-Efficacy Revisited, *Journal of Management*, vol. 38, n°1, p. 9-44.
- Basso, O. (2006). Peut-on manager les intrapreneurs? *Revue française de gestion*, (9), 225-242.
- Basso, O., Fayolle, A. et Bouchard, V. (2009). L'orientation Entrepreneuriale: Histoire de la formation d'un concept. *Revue Française de Gestion* 195 : 175-192.
- Baum J. R. et Locke E. A. (2004). The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth, *Journal of Applied Psychology*, Vol. 89, n°4, p. 587-598.
- Becheikh, N., Landry, R., & Amara, N. (2006). Les facteurs stratégiques affectant l'innovation technologique dans les PME manufacturières. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 23 (4) ,275-300.
- Bénézech, D., Karcher, T., & Garcia, C. (2013). Dans quelle mesure l'orientation entrepreneuriale se traduit-elle en activités d'innovation dans les PME? *Revue de l'Entrepreneuriat*, 12(4), 35-58.
- Boubakary, B. Boukar, H, etTsapi, V. (2017). L'impact du profil psychologique sur la croissance des PME au Cameroun. *Question (S) de management*, (3), 47-62.
- Brockhaus, R. H. (1980). Risk taking propensity of entrepreneur, *Academy of Management Journal*, 23(3), 509-520.
- Brouwer et Kleinknecht, (1996). Mesurer l'Inmesurable: les dépenses d'un pays hors R et d pour l'innovation de produits et services. *Politique et recherche*, 25(8), 1235-1242.
- Carrier, C., & Julien, P.-A., (2005). Innovation et PME. Dans Julien, P.-A., & al. (2005). Les PME: Bilan et perspectives. 3e édition (pp291-314), Cap-Rouge: Presses Interuniversitaires.
- Cherchem, N. & Fayolle, A. (2008). Evolution du concept d'orientation entrepreneuriale : enjeux et perspectives, *journée de recherche « Entrepreneuriat et Stratégie » Bordeaux, 1er juillet*.
- Cherchem, N. et Fayolle, A. (2010). Culture d'entreprise, profil du dirigeant et orientation entrepreneuriale des PME: Un modèle théorique, *3èmes Journées Georges Doriot, « L'Intrapreneuriat : Au-delà des discours, quelles pratiques ? » Caen 4 et 5 Mars*.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategie Management of Small Firms in Hostile And Benign Environments, *Strategic Management Journal*, 10, 75 -87.113
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior, *Entrepreneurship theory and practice*, 16 (1),7-25.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior, *Entrepreneurship theory and practice*, 16 (1),7-25.
- Covin, J. G., Green, K. M., & Slevin, D. P. (2006). Strategic process effets on the entrepreneurial orientation- sales growth rate relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 57-81.
- De Jong J. P et Vermeulen P.A, (2007). Determinants of product innovation in small firms: A comparison across industries. *International Small Business Journal*, N°24 (6), 2007.
- De Jong, J., et Den Hartog, D., (2003). Leadership as a determinant of innovative behaviour. A conceptual framework», Research Report SCALES (Scientific Analysis of Entrepreneurship and SMEs).
- DE NOBLE, A. F., JUNG, D., EHRLICH, S. B. (1999). Entrepreneurial self-efficacy: the development of a measure and its relationship to entrepreneurial action. in P. Reynolds et al. (Eds.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson Park, MA, Babson College.
- Diop, M. P. (2012). La motivation entrepreneuriale dans le contexte sub-saharien francophone, *Business administration. Conservatoire national des arts et métiers - CNAM, 2012. French*.
- Djoutsa et al. (2017). La capacité d'innovation : facteurs déterminants et effet sur la performance

- des grandes entreprises au Cameroun. *Revue gestion* 2000 vol 34.
26. Etrillard, C. (2004). Stratégie et PME: peut-on parler de "stratégies entrepreneuriales"? In *XIIIème Conférence de l'AIMS. Normandie Vallée de seine-2* (Vol. 3).
 27. Fayolle, A. (2010). Organisation entrepreneuriale et orientation vers les opportunités, *Revue française de gestion*, vol. 7, n° 206, Pages : 198.
 28. Fillion, L. J. (1997). Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances, *Revue internationale PME*, vol. 10, no 2, p. 129-172.
 29. Fonrouge, C. (2012). De l'entrepreneur à l'entreprise : exploration de l'influence des facteurs cognitifs sur la formation de la stratégie des entreprises nouvellement créées, Thèse de doctorat en science de gestion, Université Montesquieu - Bordeaux IV.
 30. Gopalakrishnan, S., & Damanpour, F. (1994). Patterns of generation and adoption of innovation in organisations: Contingency models of innovation attributes. *Journal Engineering and Technology Management*, 11, 95-116.
 31. Grandclaude, D. et Nobre, T. (2013). Caractéristiques du propriétaire-dirigeant de PME: entre l'être et le faire, où en sommes-nous?, *XXII Conférence Internationale de Management Stratégique. Clermont-Ferrand, 10-12 juin*
 32. Grandclaude, D., Nobre, T. (2015). Le comportement du dirigeant de PME français face au seuil des 50 salariés. *Revue internationale PME*, vol. 28, n° 3-4, pp. 225-256.
 33. Hughes M and Morgan R (2007). Deconstructing the relationship between entrepreneurial orientation and business performance at the embryonic stage of firm growth. *Industrial Marketing Management*, 36(5): 651-661.
 34. Julien P. A., Marchesnay M. (1996). L'entrepreneuriat, *Paris, Economica*.
 35. Koubaa Salah, (2008). La coopération inter organisationnelle et l'innovation en PME: une analyse par le concept de la capacité d'absorption des connaissances. Thèse de doctorat en science de gestion, L'Université de Mohamed premier de Oujda.
 36. Kreiser P. M., Marino L. D., et Weaver K. M. (2002). Assessing the psychometric properties of the entrepreneurial orientation scale: A multi-country analysis, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 26, n°4, p.71-94.
 37. Kreiser P. M., Marino L. D., Dickson P., Weaver M. K. (2010). Cultural Influences on Entrepreneurial Orientation: The Impact of National Culture on Risk Taking and Proactiveness in SMEs, *Entrepreneurship: Theory & Practice*, vol. 34, n° 5, p. 959-983.
 38. Lohmann, D. (1998). Strategies of high growth firms in adverse public policy and economic environments, *Babson Entrepreneurship Research Conference, Gand*.
 39. Lumpkin, G. T. & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance, *Academy of Management Review*, 21, pp. 135-172.
 40. Lumpkin, G. T. & Dess, G. G. (2001). Linking two dimensions of entrepreneurial orientation: The moderating role of environment and industry life cycle, *Journal of business venturing*, 16(5): 429-45.
 41. Mazra, M., Braune, E, et Teufon, F. (2019). Capital psychologique, capital social de l'entrepreneur et performance des entreprises nouvellement créées : quelques particularités de l'hyper croissance. *Revue de l'entrepreneuriat*, 18(2), 119-145.
 42. Mc Clelland, D. C. (1961). *The achieving society, Princeton, NJ: Van Nostrand*
 43. Mighri Zouhayer (2013). Entrepreneurial culture, profile of the leader and entrepreneurial orientation: Empirical application in the case of the Tunisian companies. *International Journal of Managing Value and Supply Chains (SIJMVSC)* Vol.4, No. 3.
 44. Miller, D. (1983), the correlates of entrepreneurship in three types of firms, *Management Science*, 29, pp. 770-791.
 45. Miller, D., Friesen, P. H. (1982). Innovation in conservative and entrepreneurial firms: two models of strategic momentum, *Strategic Management Journal* 3 (1): 1-25.
 46. Mohiedline et Murat (2011). Motivations et déterminants de l'innovation technologique: Un survol des théories modernes. *Cahiers du GRETh A*, <http://ideas.repec.org/p/grt/wpegrt/>
 47. Naldi, L., Nordqvist, M., Sjöberg, K., & Wiklund, J. (2007). Entrepreneurial orientation, risk taking, and performance in family firms, *Family business review*, 20(1), 33-47.
 48. Nkanyou B. (2011). L'impact des objectifs du propriétaire dirigeant et de l'orientation entrepreneuriale sur la performance de la PME: le cas des entrepreneurs forestiers du Québec, Mémoire de la maîtrise en administration des affaires, université du Québec à Trois-Rivières, Québec.
 49. Nobile. D. (2013). Application du concept d'orientation entrepreneuriale au champ des collectivités territoriales: Mise en place d'un dispositif d'accompagnement de l' élu entrepreneur, Thèse de doctorat, l'université de lorraine.
 50. Pandey, J., & Tewary, N. B. (1979). Locus of control and achievement of values of entrepreneurs, *Journal of Occupational Psychology*, 43: 107-111.
 51. Pavitt, K, Robson, M, Townsend, J, (1987). The size distribution of innovating firms in the UK: 1945-1983. *The Journal of Industrial Economics*, p. 297-316.
 52. Price, DP, stoica, M. et boncella, RJ, (2013). La relation entre l'innovation, la croissance et la

- performance dans les entreprises familiales et non familiales : une analyse des PME. *Journal of innovation and entrepreneurship*, 2 (1), 14.
53. Puech, L. (2014). Processus entrepreneurial : entre temps alloué et temps autosaisi, Thèse de doctorat soutenue à paris, CNAM, dans le cadre de l'école doctorale Abbé Grégoire en partenariat avec LIRSA.
 54. Randerson. K., Fayolle A., Cherchem N., EtCasagrande A., (2011). Orientation entrepreneuriale: une approche par les configurations, 7ème Congrès de l'Académie de L'Entrepreneuriat et de l'Innovation, Paris, 12-15 octobre.
 55. Rauch A., Wiklund J., Lumpkin G. T., & Frese M., (2009). Entrepreneurial Orientation and Business Performance: An Assessment of Past Research and Suggestions for the Future, *Entrepreneurship Theory & Practice*, vol. 33, n° 3, p 761-787.
 56. Razafindrazaka. T, St-Pierre. j et Trepanier. M. (2014). Influence de la culture entrepreneuriale régionale sur l'innovation des PME : Analyse de deux région contrasté du Québec. 12ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Agadir du 29, 30 et 31 Octobre.
 57. Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C., and Hunt, H. K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(1):13–31.
 58. Sahut, Jm, Leroux, E., (2011). Innovation, TIC & Entrepreneuriat. *Management & Avenir*, vol. 2, n° 42, p. 183-186.
 59. Schumpeter, J. A. (1934). The Theory Of Economic Development, *Harvard university Press, Cambridge, MA*.
 60. Shane S. et Venkataraman S., (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, vol. 25, n°1, p. 217-226.
 61. St pierre et Cadieux., (2011), « La conception de la performance : Quels liens avec le profil entrepreneurial des propriétaires dirigeants de PME ? » *Revue de l'Entrepreneuriat*, N° 1, vol. 11, 2011.
 62. St Pierre J. et Trépanier M. (2007). Innover, une garantie de succès pour les PME », *Le Nouvelliste*, jeudi 15 Mars.
 63. St-Jean, É. et Mathieu, C. (2012). Les déterminants du développement de l'auto-efficacité entrepreneuriale dans un contexte de mentorat, *Revue de l'entrepreneuriat*, 10(3), 13-31.
 64. St-Jean, É. et Mathieu, C. (2012). Les déterminants du développement de l'auto-efficacité entrepreneuriale dans un contexte de mentorat, *Revue de l'entrepreneuriat*, 10(3), 13-31.
 65. Tamzini, K. Mehrez Et Lazhar Ayed. (2016). le profil du dirigeant dans un environnement hyper-turbulent (EHT) : le cas du dirigeant tunisien dans un environnement post révolution, XXVème conférence internationale de management stratégique Hammamet, 30 mai-1er juin.
 66. Wiklund, J., & Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial Orientation and Small Business Performance: a Configurational Approach, *Journal of Business Venturing*, 20(1), 71-91.
 67. Wood, R.E. & Bandura, A. (1989). Impact of Conceptions of Ability on Self-regulatory Mechanisms and Complex Decision Making, *Journal of Personality and Social Psychology* 56 (3): 407-415.
 68. Zahra, S. A. (1993), "A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior: A Critique
 69. Zeffane. R. (2013). Need For Achievement, Personality And Entrepreneurial Potential: A Study Of Young Adults In The United Arab Emirates, *Journal Of Enterprising Culture*, Vol. 21, No. 1 Pp 75–105.
 70. Zouhayer, M. (2013). Entrepreneurial culture, profile of the leader and entrepreneurial orientation: Empirical application in the case of the Tunisian companies, *International Journal of Managing Value and Supply Chains (SIJMVSC)* Vol.4, No. 3.