

**UNIVERSITÉ DU QUÉBEC**

**MÉMOIRE PRÉSENTÉ À  
L'UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES**

**COMME EXIGENCE PARTIELLE DE LA  
MAÎTRISE EN GESTION DES PME ET DE LEUR  
ENVIRONNEMENT**

**PAR  
OUMÂARIR HANANE**

**IMPORTANCE DU RÉSEAU DE CONTACTS POUR  
LES TRAVAILLEURS AUTONOMES**

**JUIN 2001**

Université du Québec à Trois-Rivières

Service de la bibliothèque

Avertissement

L'auteur de ce mémoire ou de cette thèse a autorisé l'Université du Québec à Trois-Rivières à diffuser, à des fins non lucratives, une copie de son mémoire ou de sa thèse.

Cette diffusion n'entraîne pas une renonciation de la part de l'auteur à ses droits de propriété intellectuelle, incluant le droit d'auteur, sur ce mémoire ou cette thèse. Notamment, la reproduction ou la publication de la totalité ou d'une partie importante de ce mémoire ou de cette thèse requiert son autorisation.

## RÉSUMÉ

La présente étude tente de mettre en exergue l'importance du réseau de contacts pour le travailleur autonome pour faire face aux problèmes de pré-démarrage et/ou de démarrage inhérents à son projet d'affaire. Plus particulièrement, nous avons essayé d'identifier l'ensemble des dimensions susceptibles d'affecter l'efficacité d'un réseau. À cet effet, nous avons décrit la conception du réseau de contacts par le TA, les acteurs qui le constituent, son fonctionnement, la procédure de gestion de ce réseau de contacts, les caractéristiques, l'utilisation et la procédure d'évaluation de son réseau de contacts. Nous abordons également les principales catégories de problèmes qu'affronte le travailleur autonome que ça soit en phase de pré-démarrage et/ou de démarrage, ainsi que le degré d'effectivité de l'aide reçue de son réseau de contacts.

Pour atteindre les objectifs ci-haut mentionnés, une enquête a été menée auprès de 182 travailleurs autonomes aussi bien en phase de pré-démarrage qu'en phase de démarrage, grâce à un questionnaire auto-administré.

Les résultats de notre étude montrent que le travailleur autonome n'accorde pas assez d'importance à son réseau de contacts d'où la non pertinence du soutien reçu de la part des membres qui constituent son réseau. Par conséquent, la minorité qui accorde beaucoup d'attention à son réseau, a pu surpasser ses difficultés de pré-démarrage et/ou de démarrage grâce à cet outil.

## **REMERCIEMENTS**

Je tiens ici à remercier, tout particulièrement, les personnes qui m'ont aidée et encouragée et sans lesquelles je n'aurais pu terminer ce mémoire. En particulier à mes parents et aux membres de ma famille. Sans leur soutien, la réalisation de ce mémoire aurait été impossible..

Tout d'abord, je tiens à remercier mon directeur de recherche pour ce mémoire, M. Jocelyn Perrault, Professeur à l'Université du Québec à Trois-Rivières. Sa très grande disponibilité, son support et ses encouragements furent appréciés à leur juste valeur. Je tiens également à remercier, Mme Sylvie Laferté, pour sa disponibilité, pour ses judicieux commentaires , ses fines observations ainsi que sa participation au comité d'évaluation.

La réalisation de ce travail de recherche aurait été très difficile sans la collaboration des responsables des centres locaux de développements ( CLD) et le centre de formation de l'entrepreneuriat de Québec. Je les remercie beaucoup pour m'avoir consacré du temps et pour leur participation à l'administration du questionnaire.

Mes remerciements vont aussi à mes amis qui mon soutenue tout au long de la réalisation de ce mémoire. Plus particulièrement à Melle Doloress Grossemy qui a consacrée beaucoup de son temps à me relire et à m'encourager.

Que tous ceux qui ont cru en ma capacité à mener ce projet à terme et m'ont soutenue trouvent ici l'expression de ma gratitude

**MERCI ..**

# LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Pistes de solution des problèmes des travailleurs autonomes	4
Tableau 2 : Principaux critères de différenciation entre TA Solo indépendant, TA Solo dépendant, micro-entreprise ou TA employeur et PME	13
Tableau 3 : L'utilisation du réseau selon trois niveaux	33
Tableau 4 : Les problèmes surgissant en phase de prè-démarrage	45
Tableau 5 : Les problèmes surgissant en phase de démarrage	53
Tableau 6 : Le taux de réponse par chaque organisme	91
Tableau 7 : Synthèse de la méthodologie	94
Tableau 8 : Répartition par durée d'exercice	96
Tableau 9 : Répartition du nombre d'employés par durée d'exercice des activités	96
Tableau 10 Répartition par l'âge	97
Tableau 11 : Répartition par le sexe	97
Tableau 13 : Répartition par niveau de scolarité	98
Tableau 14 : Répartition par appartenance de la famille au monde des affaires	98
Tableau 15 : Répartition par l'ancien emploi des TA	99
Tableau 17 : La définition du RC par le TA	100
Tableau 19 : Degré d'importance des problèmes de démarrage par le TA	102
Tableau 21 : Répartition par la participation aux activités para-professionnelles	106
Tableau 31 : La taille du RC du TA	109
Tableau 32 : Répartition du sexe des membres du réseau de contacts du TA	109
Tableau 33 : Le temps alloué aux membres du «noyau dur» du RC par le TA	110
Tableau 34 : La force des liens entre les membres du RC du TA	110
Tableau 35 : Durée de connaissance des membres du RC par le TA	110
Tableau 37: Les motivations inhérentes à la participation à des activités para-professionnelles en fonction de la durée du projet d'affaire	114

Tableau 38 : Répartition de la pertinence des informations reçus des membres du réseau	115
Tableau 39 : Mise à jour du RC par le TA en fonction de la durée de son projet d'affaire	116
Tableau 40 : Synthèse des deux profils de TA	120
Tableau 41 : Analyse factorielle de la dimension « Problèmes de démarrage»	125
Tableau 42: Analyse factorielle de la dimension « Fonctionnement du RC»	125
Tableau 43 : Analyse factorielle de la dimension «Gestion du RC»	126
Tableau 44 : Analyse factorielle de la dimension « Acteurs du RC»	126
Tableau 45 : Analyse factorielle de la dimension « Caractéristiques du RC»	126
Tableau 46 : Analyse factorielle de la dimension « Utilisation du RC»	126
Tableau 47: Analyse factorielle de la dimension «Évaluation du RC»	127

## LISTE DES TABLEAUX DE L'ANNEXE 1

Tableau 12 : Répartition par statut sociale	1
Tableau 16 : Répartition par secteur d'activités	1
Tableau 18 : Définition du RC par le TA en fonction de la durée du projet d'affaire	1
Tableau 20 : Les solutions adoptées par le TA en fonction de la durée d'exercice	2
Tableau 22 : Participation du TA aux associations en fonction de la durée d'exercice	2
Tableau 23 : Participation du TA aux clubs en fonction de la durée d'exercice	2
Tableau 24 : Participation du TA aux forums, séminaire et conférences en fonction de la durée d'exercice	2
Tableau 25 : Préparation des listes de catégories de contact par le TA	3
Tableau 26 : Fixation des objectifs pour les membres du réseau par le TA	3
Tableau 27 : Fixation des moyens adéquats pour communiquer avec le RC	3
Tableau 28 : Attribution d'un budget au RC par le TA	3
Tableau 29 : Le temps consacré par le TA pour le développement de son RC	3
Tableau 30 : Le temps consacré par le TA pour le maintien de son RC	4
Tableau 36: L'étendu du RC du TA	4

## LISTE DES FIGURES

Figure 1 : Un réseau	16
Figure 2 : Cadre conceptuel générale du processus de création d'entreprise	61
Figure 3 : Cadre conceptuel spécifique	65
Figure 4 : Distributions des 182 en fonction des variables socio-démographiques	121
Figure 5 : Répartition des deux groupes en fonction de la durée du projet	124



# TABLE DES MATIERES

Résumé	ii
Remerciements	iii
Liste des tableaux	iv
Liste des tableaux de l'annexe 1	vi
Liste des figures	vii
Introduction	1
i) Problématique de la recherche	4
ii) Questions de recherche	5
iii) Justification du choix des sources bibliographiques	6
 <b>1. LA REVUE DE LITTÉRATURE</b>	 8
1.1. La définition du travailleur autonome (TA)	9
1.2. le Réseau de contacts	14
1.2.1. La définition du réseau de contacts	14
1.2.2. Les types de réseaux	17
1.2.3. Les recherches sur les réseaux et les méthodes adoptées	19
1.2.4. Les acteurs du réseau de contacts	21
1.2.5. Le fonctionnement du réseau de contacts	26
1.2.6. Les caractéristiques du réseau de contacts	28
1.2.7. L'utilisation du réseau de contacts	30
1.2.8. L'évaluation et la gestion du réseau de contacts	34
1.2.8.1. Les réseaux satisfaisants et non satisfaisants	34
1.2.8.2. La mise à jour des réseaux satisfaisants	37
1.2.8.3. La réévaluation des réseaux non satisfaisants	38
1.3. Les problèmes de pré-démarrage et de démarrage	39
1.3.1. Les problèmes de pré-démarrage	40
1.3.2. Les problèmes de démarrage	46
 <b>2. LA PRÉSENTATION DU CADRE CONCEPTUEL</b>	 56
2.3. Le cadre conceptuel général	56

2.4. Le cadre conceptuel spécifique	62
<b>3. LA METHODOLOGIE</b>	66
3.1. Le choix de l'étude	66
3.2. Les objectifs de recherche	69
3.3. L'échantillon	69
3.4. La procédure d'échantillonnage	70
3.5. L'instrument de mesure	71
3.5.1. <i>La première version du questionnaire</i>	72
3.5.2. <i>Le pré-test du questionnaire</i>	74
3.5.3. <i>Le questionnaire final</i>	75
3.5.3.1. Mesure des critères distinctifs du travailleur autonome en phase de démarrage	76
3.5.3.2. Mesure de la conception du réseau de contacts	77
3.5.3.3. Mesure des problèmes de démarrage	77
3.5.3.4. Mesure du fonctionnement du réseau de contacts	79
3.5.3.5. Mesure de la gestion du réseau de contacts	80
3.5.3.6. Mesure des acteurs du réseau de contacts	81
3.5.3.7. Mesure des caractéristiques du réseau de contacts	83
3.5.3.8. Mesure de l'utilisation du réseau de contacts	85
3.5.3.9. Mesure de l'évaluation du réseau de contacts	86
3.5.3.10. Mesure des variables socio-démographiques	87
3.6. La collecte des données	89
3.7. Le traitement des données	92
<b>4. LA PRÉSENTATION ET L'INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS</b>	95
4.1. La description de l'échantillon	96
4.2. La conception du réseau de contacts	99
4.2.1. <i>Discussion de la conception du réseau de contacts des TA</i>	100
4.3. Les problèmes de démarrage	101
4.3.1. <i>Discussion sur les problèmes de démarrage</i>	103
4.4. Le fonctionnement du réseau de contacts du TA	105
4.4.1. <i>Discussion du fonctionnement du réseau de contacts des TA</i>	106

<b>4.5. La gestion du réseau de contacts par le TA</b>	107
<i>4.5.1. Discussion de la gestion du réseau de contacts chez les TA</i>	107
<b>4.6. Les caractéristiques et les acteurs du réseau du TA</b>	109
<i>4.6.1. Discussion des caractéristiques du réseau de contacts du TA</i>	111
<b>4.7. L'utilisation du réseau de contacts</b>	113
<i>4.7.1. Discussion sur l'utilisation du réseau de contacts par le TA.</i>	114
<b>4.8. L'évaluation du réseau de contacts par le TA</b>	115
<i>4.8.1. Discussion de l'évaluation du réseau de contacts par le TA</i>	116
<b>4.9. Les divers profils de TA</b>	117
<b>4.10. La fiabilité et la validité du modèle</b>	125
<b>Conclusion</b>	129
<b>Bibliographie</b>	134
<b>Annexes</b>	147

# INTRODUCTION

Le présent mémoire de recherche porte sur le concept de réseau de contacts chez le travailleur autonome (TA) et sur son importance dans la résolution des problèmes inhérents au pré démarrage et/ou démarrage de son projet d'affaire.

Les motivations inhérentes au choix de ce sujet peuvent s'expliquer par la prise en considération de plusieurs facteurs. Depuis quelques années, dans les pays industrialisés, la structure du marché du travail a subi d'importantes transformations, touchant à la fois les entreprises et les travailleurs. Sous l'influence d'une pluralité de facteurs comme la mondialisation des marchés ou encore l'émergence de nouveaux pays industrialisés, les entreprises se sont vues confrontées à des exigences accrues en matière de flexibilité et d'efficacité. Face à ce nouveau contexte international, de nombreuses entreprises ont réaménagé leur processus de travail : nouveaux modes de gestion, diminution d'effectif, augmentation d'emplois contractuels à durée déterminée et des emplois dits « atypiques » (travail autonome, travail à temps partiel, travail intermittent).

Force est de constater que ces nouvelles règles du marché ont fortement atténué l'emploi salarié traditionnel, favorisant par conséquent, l'émergence des emplois atypiques parmi lesquels figurent le travail autonome dont la croissance au début des années 1990, a été fulgurante. Celle-ci est d'ailleurs corroborée par l'ensemble des études statistiques qui ont été réalisées. Ainsi, par exemple, dans la province de Québec, pour l'année 1996, le nombre de TA, employeurs ou non, étaient de 361,250 pour

Statistique Canada (CIRETA, 1999:5) ou de 476,000 pour l'enquête sur la population active (CIRETA, 1999:5). De même, selon le Ministère de l'Industrie et du Commerce du Québec (1998) le nombre de travailleurs autonomes est passé de 376,000 à 472,000 entre 1989 et 1996 et à 500,000 en 1997.

Enfin, l'enquête sur la population active de septembre 2000, semblerait indiquer, si nous la confrontons aux statistiques de 1996, que durant une certaine période il y a eu un accroissement des TA, celui-ci semble stabiliser en 2000 (Statistique Canada, 2000). En effet, selon cette enquête, au Canada il y avait 2,4 millions de travailleurs autonomes, dont 512,100 au Québec en 2000, comparativement à 509,000 en septembre 1999.

L'analyse de ces statistiques ne peut que susciter notre enthousiasme dans la recherche des causes de la fortune de ce concept du TA au début des années 1990 ainsi que celles inhérentes à sa stabilisation à l'aube de l'an 2000.

D'autre part, le concept de travailleur autonome n'est pas nouveau en soi, il demeure mal cerné par la littérature qui a recourt, le plus souvent, à un ensemble de stéréotypes, de stylisations (précarité du travail, absence de protection sociale, isolement...). Ce constat ne peut qu'entériner le choix du TA comme sujet d'étude et la corrélatrice volonté d'essayer d'aboutir à une compréhension plus profonde du phénomène du travailleur autonome.

De plus, selon un entretien avec Mme Rachel Papin du Centre local de développement (CLD) de Sainte Foy, la probabilité, pour un projet de création d'entreprise de réussir, sera plus forte chez le travailleur autonome qui, outre les contacts effectués au sein du CLD, disposera d'un bon réseau de contacts que chez le travailleur autonome qui aura un réseau de contacts faible, voire inexistant. De ce constat, émerge une autre motivation inhérente au choix de notre sujet d'étude.

Enfin, plusieurs études, notamment celle effectuée par Roy (1998-08), corroborent le constat que le réseau de contacts constitue pour le travailleur autonome un excellent moyen en vue de faire face aux problèmes de pré-démarrage et/ou de démarrage de son projet d'affaire. Cette étude a révélé que 21% des répondants affirment que le réseautage est la solution la plus appropriée à la résolution des problèmes des travailleurs autonomes. Sachant que le pourcentage des autres solutions proposées varie de 1% à 7% comme le montre, ceci corrobore une fois de plus l'importance du réseau de contacts pour le TA. (tableau : 1 )

Ceci nous a amené à nous poser la question suivante : si le réseau de contacts est très important dans la résolution des problèmes de démarrage, existe-il certaines particularités au sein de celui du travailleur autonome permettant d'expliquer quel rôle il joue dans la résolution des problèmes de pré-démarrage et de démarrage?

**Tableau 1 : Pistes de solution des problèmes des travailleurs autonomes**

AUTEUR	MÉTHODOLOGIE	RÉSULTATS		
		Solutions aux problèmes	Nombre	%
Roy (1998)	Sondage téléphonique Échantillon aléatoire N: 2242 n: 250 Montréal Travailleur autonome	Réseautage	84	21
		Sous-traitants	28	7
		Information	21	5
		Financement	17	4
		Subvention	7	1
		Redorer image TA	5	1
		Marketing	3	1
		Réglementation spéciale	61	15
		Déréglementation	12	3
		Formation	14	4
		Soutien technique	5	1
		Relancer l'économie	15	4
		Développement personnel	10	3
		Changement d'emploi	29	7
		Autres	7	1
		Ne sait pas	14	4
		Aucun	74	18
		<b>Total</b>	<b>406</b>	<b>100</b>

***i) Problématique de recherche***

Comme nous l'avons indiqué précédemment, nous avons choisi de nous intéresser au concept de réseau de contacts et plus particulièrement de voir son utilisation au sein d'une population particulière à savoir celle des TA. Nous nous proposons de répondre à la question suivante laquelle servira de point de départ au questionnement et à l'argumentation subséquente de notre étude :

**Quel est le rôle joué par le réseau de contacts dans le projet de pré-démarrage et/ou démarrage d'une entreprise par un travailleur autonome?**

Plus précisément, notre projet d'étude vise à répondre à la problématique suivante :

**Comment le réseau de contacts peut-il participer efficacement ou non à la résolution des problèmes de pré-démarrage et/ou démarrage des projets d'affaire des travailleurs autonomes?**

Pour répondre à cette problématique, nous allons nous efforcer de cerner le contenu, la signification de la notion de réseau de contacts chez les travailleurs autonomes, le fonctionnement, l'utilisation, la gestion et les caractéristiques de leurs réseaux.

L'objectif de notre projet d'étude est en fait de porter un regard critique et objectif sur l'opportunité, l'intérêt et l'efficacité du réseau de contacts chez les travailleurs autonomes lors du processus de démarrage d'entreprise.

## **ii) Questions de recherche**

Pour parvenir à notre dessein, nous avons identifié un certain nombre de questions de recherche qui nous permettront de guider de manière pertinente la rédaction de notre projet d'étude. Ces questions sont :

- Quelle conception les travailleurs autonomes ont-ils du réseau de contacts?
- Quelles sont les caractéristiques du réseau de contacts?
- Quels sont les acteurs qui constituent les réseaux de contacts?



- Comment les travailleurs autonomes développent-ils et gèrent-ils leurs relations avec les membres constituant leur réseau de contacts?
- Quelle est l'utilité du réseau de contacts chez les travailleurs autonomes? (Le réseau de contacts chez les travailleurs autonomes est-il inhérent à leur projet de créer une entreprise ou survient-il lorsqu'il émerge « une crise » dans la phase de pré-démarrage ou de démarrage de son entreprise ?)
- Comment fonctionne le réseau de contacts chez les travailleurs autonomes? (Quels sont les moyens adoptés par le travailleur autonome pour créer et ou entretenir des relations avec les membres constituant son réseau ?)
- Quelles sont les grandes catégories de problèmes de pré-démarrage et/ou de démarrage auxquels fait face un travailleur autonome?
- Le réseau de contacts contribue-t-il, selon le TA à résoudre efficacement les problèmes de pré-démarrage et/ou de démarrage de son projet d'affaire ?

### ***iii) Justification du choix des sources bibliographiques***

Pour l'étude de la notion de réseau de contacts chez les TA, nous avons dû, dans un premier temps, recourir à la littérature pertinente qui a été développée sur ce concept chez les entrepreneurs. Cette référence à la littérature existante sur la notion de réseau de contacts chez les entrepreneurs n'est pas exempte de signification. En effet, la littérature semble entériner le fait qu'il est souvent difficile d'établir une frontière entre les concepts d'entrepreneur et de travailleur autonome étant donné qu'il s'agit de deux concepts englobant des équivoques sémantiques. Cela ne signifie pas pour autant qu'il s'agisse de concepts interchangeables. Ainsi, pour certains (Bygrave, 1995; Timmons,

1989) le travailleur autonome n'est pas de l'entrepreneuriat étant donné qu'il n'est pas relié aux entreprises à fort potentiel de croissance. Selon ces auteurs, il s'agirait plutôt d'une forme atypique de travail tout comme le travail à temps partiel, le télétravail et le cumul d'emplois. Pour d'autres (Julien, 1997; Filion, 1997; Katz, 1984) le travail autonome est une forme ou un stade de l'entrepreneuriat, soit précurseur d'une croissance vers une plus grande entreprise, soit un type d'entreprise à part entière. Pour d'autres comme Gartner (1986), Low (1987) et Macmillan (1987) l'entrepreneuriat peut être défini de la manière suivante : « the process of creating a new business » .

Selon notre point de vue, il est loisible d'analyser le travail autonome dans la perspective de l'entrepreneuriat, étant donné qu'il se différencie du travail salarié, du télétravail, du travail à temps partiel et du cumul d'emplois de part l'absence de rémunération fixe (salaire) et la présence de risques lors de l'exploitation de l'entreprise, même si celle-ci est de très petite taille. Autrement dit, nous considérons que la définition de l'entrepreneuriat peut englober dans un certain sens la notion de travail autonome.

## 1. LA REVUE DE LA LITTÉRATURE

Dans cette première partie, nous allons concentrer notre attention sur le recensement des sources littéraires relativement à notre sujet d'étude à savoir : le réseau de contacts chez le travailleur autonome. Pour ce faire, nous allons, tout d'abord, colliger les études appropriées en vue de cerner ce que recoupe l'expression travailleur autonome. Nous verrons alors que la littérature consacrée aux travailleurs autonomes est très éparse.

Dans un deuxième temps, nous concentrerons notre attention sur la notion de réseau de contacts. Pour l'étude de celle-ci, nous procéderons tout d'abord à la définition du concept de réseau de contacts et nous essayerons d'établir une typologie des réseaux de contact. Ensuite, nous analyserons les acteurs, le fonctionnement, les caractéristiques et l'utilisation du réseau de contacts. Enfin, nous nous interrogerons sur l'efficacité du réseau de contacts. Plus précisément, nous rechercherons qu'est-ce qui distingue un réseau de contacts satisfaisant d'un réseau de contacts non-satisfaisant.

Dans un troisième temps, nous porterons notre attention sur les problèmes de pré-démarrage et de démarrage auxquels le projet du travailleur autonome pourrait être confrontés. Plus spécifiquement, nous définirons, tout d'abord, ce que nous entendons par phase de pré-démarrage et de démarrage. Ensuite, nous procéderons à l'énumération des problèmes rencontrés par le travailleur autonome au cours de ces deux phases.

### **1.1. La définition du travailleur autonome (TA)**

La revue littéraire effectuée nous permet de mettre en exergue certaines définitions du TA. Ainsi, selon Louis-Jacques Filion (1996), « un travailleur autonome est une personne jouissant d'une autonomie complète en ce qui a trait à l'organisation de son travail. Cette personne travaille pour elle-même essentiellement seule, bien qu'elle puisse interagir avec plusieurs autres dans l'exercice de son travail. En effet, le travailleur autonome jouit de la pleine autonomie en ce qui a trait au recrutement et à la sélection des clients ainsi qu'en ce qui a trait à la façon de s'organiser pour satisfaire leurs attentes ».

Selon ce même auteur, les travailleurs autonomes sont formés de deux catégories : les volontaires et les involontaires. Les travailleurs involontaires sont des professionnels et des cadres de tous âges qui ont été mis à pied suite à des fermetures ou à des restructurations d'entreprises. Ce sont également des diplômés de tous niveaux qui n'ont pas trouvé d'emploi. À l'inverse, le travailleur volontaire est une personne qui a le goût de travailler à son compte. Ce goût pour le travail seul peut être stimulé par la présence d'un membre de son entourage qui travaille à son compte (un entrepreneur, un propriétaire dirigeant d'une PME ou un travailleur autonome). Lesquelles sont préparées depuis longtemps et ce processus de préparation peut durer plus de cinq années.

Une autre définition nous a été fournie par le Comité de travail sur le travail autonome (CTTA) : « un travailleur qui exerce une profession ou des activités commerciales, seul ou avec d'autres, avec ou sans aides rémunérés. Il possède le libre choix des moyens d'exécution et d'organisation de son travail, fournit les outils et équipements requis, assume la majeure partie des tâches spécialisées et supporte les risques de profits et de pertes de son travail. Il peut exercer ses activités à son propre

compte ou par le biais d'une société incorporée. Il se caractérise par un besoin d'autonomie élevée et par un besoin modéré de pouvoir, d'enrichissement monétaire et de reconnaissance sociale » (CIRETA, 1999, 4). Il est à noter que cette définition a fait l'objet d'un consensus au sein du Comité de travail sur le travail autonome (CTTA).

Cette définition à l'inverse de la première ne fait aucune dichotomie entre le TA volontaire et le TA involontaire. En outre, eu égard au caractère extensif qu'elle donne à la notion de TA, les propriétaires dirigeants des PME pourraient y être englobés alors qu'il existe entre ces deux notions une différence significative. Enfin, les éléments mis en exergue dans cette définition<sup>1</sup> sont, selon notre point de vue, peu opérationnels pour distinguer de façon adéquate un travailleur d'une PME d'un TA.

Une autre définition nous est fournie par le ministère de l'Industrie du Commerce du Québec qui qualifie les TA de « travailleurs pour leur propre compte pouvant exercer ou non leur activité au moyen du véhicule corporatif. Dans l'un et l'autre cas, ces travailleurs peuvent avoir des employés » (MIC, 1998). Cette définition, ne met pas non plus en lumière les caractéristiques essentielles d'un TA. Tout comme la deuxième définition, elle n'indique pas le nombre d'employés, ce qui peut laisser croire que des propriétaires de grandes entreprises pourraient s'y retrouver.

Statistique Canada, indique quant à elle, que le TA est une personne à son propre compte, constituée en société ou non, qu'elle ait des employés (quel qu'en soit leur nombre) ou qu'elle soit sans employé. Elle incorpore même les travailleurs dans une entreprise familiale sans rémunération (Gouvernement du Canada, 1997, b 5). Là encore,

---

<sup>1</sup> À l'exception de deux éléments qui sont : «fournit les éléments requis», «supporte les risques de profit et de perte découlant de son travail» et « peut exercer ses activités à son propre compte».

il nous est possible de réitérer, face à cette définition, les mêmes critiques que celles précédemment mentionnées.

Roy (1998 ), quant à lui, énonce une pluralité de critères permettant de distinguer le TA des propriétaires d'entreprises. Il s'agit : des critères de taille, fonctionnels, économiques et psychologiques. Les premiers critères font référence aux notions suivantes : petit nombre d'employés, chiffre d'affaire peu élevé et niveau d'actif peu élevé. Les critères fonctionnels renvoient aux notions suivantes : faible exercice du pouvoir hiérarchique, exécution personnelle des tâches et proximité de l'expertise. Les critères économiques font référence aux notions de petit nombre de clients, de forte dépendance face à un client principal, de faible contenu innovateur, de faible niveau de risque, de faible objectif de croissance, d'absence de plan marketing et de faible valeur de revente. Enfin, les critères psychologiques renvoient quant à eux, aux notions de besoin d'autonomie élevé, de besoin de pouvoir modéré, de besoin d'enrichissement monétaire modéré et de besoin de reconnaissance sociale modéré.

À la lecture de ces différentes définitions, nous pouvons formuler le constat suivant. Il n'existe pas selon notre point de vue, une définition claire et précise de la notion de TA. Par conséquent, nous avons essayé d'extraire, d'après chaque définition, les éléments qui nous paraissent les plus pertinents pour cerner de manière adéquate un TA. Ainsi, parmi ces éléments nous avons retenu :

- Le nombre d'employés afin de discerner le TA des autres entrepreneurs.
- Les critères fonctionnels mis en exergue par Roy (1998) à savoir le faible exercice de pouvoir hiérarchique, l'exécution personnelle des tâches et la proximité de l'expertise.

→ Les critères économiques sont relatifs au petit nombre de clients, la forte dépendance face à un client principal, au faible contenu innovateur, au faible niveau de risque et au faible objectif de croissance.

→ Le TA se caractérise essentiellement par son faible désir de participer au développement de son entreprise. De même, à la différence de l'entrepreneur, le TA n'a jamais – ou quasiment jamais- comme objectif la recherche de la croissance et de l'innovation.

→ Un autre critère pertinent est que le TA va souvent être en interrelation avec un seul donneur d'ordre et non plusieurs.

→ Un dernier critère peut être énoncé ainsi : le TA a-t-il fait un choix quant au fait de travailler seul ou cette situation résulte-t-elle de pressions endogènes? (Volontaire/Involontaire).

Pour la mise en exergue des différents critères de comparaison pertinents - pour l'entrepreneur et le TA- nous nous sommes inspirés des travaux de Laferté (2000) et Roy (1998). Dès lors, nous pouvons dresser à titre de synthèse le tableau suivant :

**Tableau 2 : Principaux critères de différenciation entre TA Solo indépendant, TA Solo dépendant, micro-entreprise ou TA employeur et PME ( Laferté,2000)**

<b>Critères</b>	<b>TA Solo indépendant</b>	<b>TA Solo dépendant</b>	<b>Micro-entreprise ou TA employeur</b>	<b>PME</b>
<b>Nombre d'employés excluant le propriétaire</b>	Aucun	Aucun	1 à 4 et faible pouvoir hiérarchique	5 et plus et pouvoir hiérarchique grandissant
<b>Volonté de croissance</b>	Nulle ou très faible	Nulle ou très faible	Jusqu'à un niveau confortable	D'un niveau confortable à élevée
<b>Tâche opérationnelles</b>	Toutes	Toutes	Certaines mais délégation	De moins en moins. tâche plutôt orienté vers la gestion
<b>Expertise</b>	Centrale à la base de l'entreprise	Centrale à la base de l'entreprise	Centrale à moyenne car peut être partagée	Plus au moins éloignée
<b>Nombre de clients</b>	Faible mais pas un seul	Un seul donneur d'ordres	Faible à moyen	Moyen à élevé
<b>Innovation</b>	Faible	Faible voir nulle	Faible à moyen	Moyen à élevé
<b>Niveau de risque</b>	Faible	Faible	Moyen	Moyen à élevé
<b>Déclencheur</b>	Volontaire ou non	Plus souvent involontaire	Volontaire ou non	Plus souvent volontaire



## **1.2. Le réseau de contacts**

### ***1.2.1. La définition du réseau de contacts***

Il existe une multitude de définitions du terme « réseau » selon les auteurs et leur intérêt de recherche. La littérature décrit et explique le réseau de différentes façons. Cependant, l'ensemble des chercheurs sont d'accord sur le fait que le réseau est un système organisé de relations. Le réseau est généralement défini comme une relation spécifique qui relie un ensemble défini de personnes, d'objets et d'événements (Nelson, 1988; Szarka, 1990). Ces relations peuvent prendre différentes formes, d'où la multitude des variables pour analyser un réseau (Paache, Pettersen et Solem, 1993).

Parmi la diversité des définitions auxquelles nous avons accès, nous avons retenu, parce que pertinentes eu égard à la problématique que nous avons posée, la définition donnée par le dictionnaire (Larousse, 1998) du terme réseau. Ce dernier est défini comme « un ensemble de personnes qui sont en liaison les unes avec les autres, ou encore un ensemble de personnel, d'établissement, etc. qui concourent au même but et qui sont en relation pour agir ensemble ».

Ensuite, nous ne saurions rester indifférents aux différentes définitions qui ont été données par les auteurs qui ont étudié le réseautage. Pour Aldrich et Zimmer (1987), un réseau représente l'ensemble des personnes qui entretiennent une relation. Cette dernière peut consister en un échange d'information, de biens et services ou de compétences. Ils décrivent aussi le réseau comme un ensemble de relations directes et indirectes qu'entreprend une personne centrale (l'entrepreneur) avec les autres membres du réseau.

Woodward (1988) le définit comme un groupe de personnes liées par une relation spécifique. Cette relation peut être par rapport à la proximité géographique ou à l'existence de caractéristiques communes ou partagées entre les membres.

Pour Knoke et Kuklinski (1982, cités par Szarka, 1990), un réseau fait référence à un type spécifique de liens relationnels qui définit un ensemble de personnes, d'objectifs et d'événements. Ceci nécessite deux conditions : d'une part, le réseau est un « cercle », et d'autre part, à l'intérieur de ce « cercle », des relations particulières se créent.

Aldrich et Rosen (1993) utilisent plus le terme « réseautage » et le considèrent comme étant un processus de recherche de contacts et de collecte des ressources et qui permet aux entrepreneurs de réussir.

Pour Cromie et Birley (1992), le réseautage est une activité sociale primaire. Ils affirment que le réseautage implique le développement de la relation qui se crée entre deux personnes, d'une part, par l'augmentation de la confiance mutuelle et d'autre part, par l'échange d'expériences et de connaissances communes.

Bernard Planque (1991) a avancé une métaphore des réseaux en les comparant à « toutes formes d'indépendance entre des éléments, unités ou sous-système en relation les uns avec les autres ». Selon Planque, le réseau correspond à toute activité sociale et par conséquent, toute activité économique pouvant faire l'objet d'une représentation « réticulaire » dans laquelle quelques liens rattachent des individus ou des organisations entre elles-mêmes structurées en « réseau ».

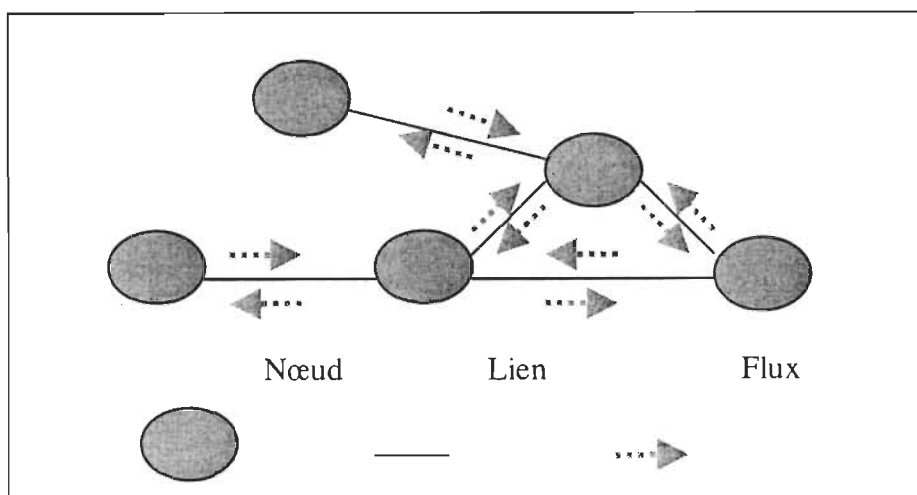
De même, nous pouvons aussi citer la métaphore de Assens (1997), pour qui un réseau peut être comparé à un réseau de neurones. En effet, un réseau de neurones est un tissu de cellules organiques reliées entre elles par des terminaisons. Les neurones sont les éléments de base du réseau. Elles représentent des unités nerveuses, composées

d'une cellule et d'un noyau. Elles possèdent les propriétés de toutes les cellules vivantes. Elles sont notamment capables de se régénérer de manière autonome dans leur milieu biologique. Cette faculté d'adaptation leur permet de puiser les ressources énergétiques nécessaires à leur développement dans l'organisme. Ces ressources sont ensuite métabolisées, autrement dit transformées en une autre quantité d'énergie avant d'être restituées à l'organisme par les neurones. L'autosuffisance n'est pas la seule particularité des neurones. Elles se distinguent des autres cellules par leur faculté de communication à travers des connexions nerveuses : les synapses. L'influx nerveux qui circule à travers les synapses relie chaque neurone aux autres pour former un réseau.

Enfin, Poulin, Gauvin et Montreuil (1995) retiennent la définition suivante : « un réseau est formé d'un ensemble de nœuds reliés entre eux par des liens, lesquels permettent à des flux de circuler entre les branches d'une trame dont le cadre est défini par des relations qui caractérisent le réseau ».

Cette définition nous semble très complète, elle regroupe tous les types de réseaux qui peuvent exister (voir Figure 1). Pour notre projet d'étude, comme nous étudions les réseaux de contact, nous identifierons les nœuds comme des individus.

**Figure1 : Un réseau**



En tout état de fait, l'ensemble des chercheurs sont d'accord pour définir le réseau comme des relations spécifiques entre différents groupes ou acteurs.

La lecture de ces différentes définitions nous permet, comme pour ce qui a été fait pour le travailleur autonome, de retenir les critères qui nous paraissent les plus pertinents pour l'application de cette notion aux TA. Ces critères sont :

- Un ensemble de personnes qui sont en liaison les unes avec les autres
- Un processus de recherche de contacts et de collecte de ressources
- Le développement de la relation entre les différentes personnes par l'instauration d'une confiance mutuelle.
- L'échange d'expériences, d'informations, de ressources et de connaissances communes.

### *1.2.2. Les types de réseaux*

Plusieurs auteurs ont tenté de faire une typologie des formes de réseaux existants. Entreprise de longue haleine en ce sens où la structure d'un réseau demeure mouvante et jouit d'une flexibilité qui la rend difficile à identifier. Néanmoins, nous allons essayer de présenter l'ensemble des différents types de réseaux développés par les auteurs.

Özcan (1995) a catégorisé les réseaux en quatre types : réseau économique, réseau technologique et management, réseau entrepreneurial et réseau local. Le réseau économique est un réseau qui permet aux PME de survivre. Pour ce faire, elles doivent se regrouper à l'intérieur de réseaux flexibles qui leur permettront d'être plus

compétitives et innovantes. Le réseau technologique est un ensemble de petites entreprises qui se sont regroupées afin d'offrir une plus large gamme de services et grâce à leur structure en réseau, augmenter leur degré de flexibilité. Le réseau entrepreneurial est crucial dans le processus de l'entrepreneurship car il permet au propriétaire/dirigeant d'obtenir de l'information, notamment lors du démarrage d'entreprise. Le réseau local permet de concentrer l'information et ainsi encourager la création de nouveaux marchés. Dans ce contexte, les entrepreneurs ont plus de facilités pour créer leur entreprise.

Le travail effectué par Özcan est assez général. Il inclut toutes les formes de réseau. Ici, nous n'allons retenir que le réseau entrepreneurial parce qu'il est plus adapté à la réalité du TA.

Sarka (1990) quant à lui, fait une catégorisation à trois niveaux : les réseaux d'échange, les réseaux de communication et les réseaux sociaux. Les réseaux d'échange sont définis par les transactions commerciales que peuvent avoir les organisations et les compagnies avec des petites entreprises. Ce type de réseau est influencé par les interactions avec les réseaux de communication et les réseaux sociaux. Les réseaux de communication sont des rassemblements d'organisations et d'individus qui n'ont pas de liens commerciaux entre eux. Il s'agit généralement d'activités de support qui entourent l'entreprise comme les activités fournies par les banques, les consultants ou les agents de gouvernement. Le réseau social est formé par la famille, les amis et les connaissances.

Butler et Hansen (1991) estiment qu'il y a trois niveaux dans le développement d'un réseau : le réseau social, le réseau d'affaires, et le réseau stratégique. Le premier type de réseau fournit des idées à l'entrepreneur. Le second se développe graduellement et est influencé par la nature du réseau social de l'entrepreneur. Enfin, le réseau

stratégique ne réduit pas seulement les risques et les échecs que peut subir une firme mais apporte aussi des avantages.

Une autre typologie a été développée par Julien (1999) en se basant sur les besoins des PME et le rôle du réseau dans le développement de l'entrepreneuriat. Selon cet auteur, il existe quatre types de réseau à savoir le réseau d'affaire, le réseau institutionnel, le réseau informationnel et le réseau personnel ou affectif. Le réseau d'affaire représente les entreprises avec lesquelles la PME entreprend les relations d'affaires. Le réseau institutionnel comporte les relations de la PME avec les organismes gouvernementaux qui l'aident. Le troisième type est le réseau informationnel. Il a comme objectif principal de fournir des informations à la PME. Ce réseau comprend aussi bien les entreprises que les organisations que nous venons de citer dans les deux premiers types de réseau. En outre, ce réseau inclut d'autres organisations (associations d'affaires et associations professionnelles), les amis, les collègues de l'entrepreneur et d'autres personnes de la PME. Les réseaux personnels ou affectifs comportent des personnes proches qui donnent, en plus des informations, des appuis, des avis et un support affectif important lors d'une prise de décision.

Nous avons présenté ces types de réseau dans le but de bien distinguer le réseau entrepreneurial que nous développerons dans le présent travail par rapport aux autres réseaux.

### ***1.2.3. Les recherches sur les réseaux et les méthodes adoptées***

La littérature sur les réseaux fait ressortir deux approches différentes. La première approche considère le réseau comme un regroupement d'organisations et un ensemble d'interactions. L'unité d'analyse est le réseau (Borch et Arthur, 1995; Burt,

1992, 1997; Grandori et Soda 1995; Gray, 1985; Lazerson, 1995; Powell, 1990; Hakansson et Johanson, 1993; Powell et al., 1996; Saxenian, 1994; Walker et al., 1997). La deuxième approche se focalise sur l'entreprise comme unité d'analyse et elle cherche à comprendre comment l'entreprise crée et gère son réseau ainsi que les résultats qui en découlent (Birely, 1985; Aldrich et Zimmer, 1986; Aldrich et al., 1987; Dubini et Aldrich, 1991; Larson, 1991, 1992; Larson et Starr, 1993; Venkataraman, 1989; Steier, 2000; Redding, 1990, 1991; Wong, 1992). Cette approche base l'analyse du réseau sur les relations qu'entretiennent les entrepreneurs avec les membres de leurs réseaux et qui sont la base du succès et de la survie des entreprises

Aldrich et Zimmer (1986) et Johannisson (1986) ont apporté les premières perceptions théoriques sur le rôle du réseau de contacts. Ensuite, Birley (1985), Aldrich, Rosean et Woodward (1986) ont développé des études statistiques sur le sujet. Les résultats de ces études constituent la base pour le développement de la perception du réseau de contacts dans l'entrepreneuriat.

Bien que les recherches aient montré l'importance du réseau dans le succès des entrepreneurs (Granovetter, 1992; Burt, 1992), le développement théorique de cet aspect reste incomplet. Ainsi, il y a peu de spécification quant aux dimensions du réseau ou de son impact sur le développement des entreprises

Grandori et Soda (1995) accordent une place importante au réseau dans leur théorie. Cependant, nous estimons que leur théorie reste incomplète et cela surtout concernant la compréhension du premier stade de développement du réseau.

Waco (1995) et Gray (1985) avancent que la plupart des recherches se sont focalisées sur les réseaux existant et ont omis de s'intéresser aux organisations lorsqu'il n'existe pas de réseau.

De même, différentes études sur le réseau (Johannisson et Peterson, 1984; Boissevain, 1974; Weik, 1976) montrent un manque d'intérêt sur l'investigation des réseaux dans le processus de création d'entreprise. La plupart des auteurs se sont focalisés dans l'exploration du phénomène après la création (phase de croissance, après cinq années d'exercice) et ont accordé moins d'importance à la phase de pré-démarrage et de démarrage.

Les méthodes de recherche utilisées pour explorer le phénomène de réseau de contacts sont aussi bien de nature quantitative que qualitative bien que l'aspect qualitatif prédomine.

Pour les besoins de notre recherche, nous allons nous inspirer de l'étude de Aldrich, Rosen et Woodward (1986) qui ont réalisé une étude de nature « égocentrique », impliquant un entrepreneur et les membres qui constituent son réseau d'affaire. Dans leur étude, ils ont essayé de faire ressortir les interrelations entre l'entrepreneur, son réseau et la création de son entreprise. Nous estimons que la méthodologie adoptée par ces auteurs est compatible avec l'objectif de notre recherche.

#### ***1.2.4. Les acteurs du réseau de contacts***

Les études traitant le thème du réseau ont révélé que les acteurs du réseau ont une influence dans la prise de décision de l'entrepreneur. En effet, le travailleur autonome se trouve souvent face à une situation d'incertitude et doit alors procéder à une recherche d'informations et de ressources. Ainsi, il peut alors se référer à des acteurs du réseau.



Certaines études ont démontré que les entrepreneurs ou les dirigeants sont influencés par plusieurs acteurs dans un réseau.

Comme nous l'avons mentionné, nous avons choisi pour des raisons explicitées plus haut de recourir à la littérature pertinente qui a été développée sur le concept de réseau de contacts chez les entrepreneurs d'une part et, d'autre part, nous avons choisi d'analyser le travailleur autonome sous l'angle de l'entrepreneuriat. Par conséquent, la revue littéraire qui suit fera référence essentiellement à la notion d'entrepreneur. Cependant, nous estimons que l'analyse qui en découlera sera valable pour notre sujet d'étude, à savoir le travailleur autonome.

Shah (1998) distingue deux types d'acteurs en se basant sur le concept de référence au sein de l'organisation : les acteurs cohésifs et les acteurs à structure équivalente. Les acteurs cohésifs sont les personnes ayant des relations interpersonnelles très fortes avec l'entrepreneur. Ces personnes sont souvent issues de l'entourage proche comme les amis et la famille. Les relations entre l'entrepreneur et ces acteurs se caractérisent essentiellement par la fréquence de contacts, l'intensité de la relation, la proximité des acteurs et enfin la confiance mutuelle, très forte, qui les unit. L'entrepreneur va collecter des informations auprès de ces acteurs cohésifs qui peuvent fournir diverses informations et opinions. Il faut noter que les acteurs cohésifs peuvent ne pas appartenir au milieu professionnel de l'entrepreneur. Par conséquent, ils peuvent offrir des informations et des conseils susceptibles d'influencer grandement la vision de l'entrepreneur étant donné la très grande cohésion au sein de ce groupe. Shah (1998) indique que les acteurs cohésifs sont surtout une source d'informations générales de type organisationnel et social (e.g., normes, culture de l'organisation ou sensibilisation des employés). Les acteurs à structure équivalente sont les personnes appartenant au milieu

professionnel de l'entrepreneur. Nous pouvons retrouver les employés, les partenaires, les fournisseurs, les comptables, les avocats, etc. Les acteurs à structure équivalente ont aussi une grande influence et sont sources d'informations. Cependant, en tant que professionnels, ils offrent des informations beaucoup plus détaillées et pertinentes à l'entrepreneur. Ainsi, les informations fournies aident l'entrepreneur dans les définitions, les responsabilités et les rôles de chacun (employés compris) au sein de l'organisation.

L'entrepreneur se trouve face à deux sources d'informations, c'est-à-dire deux acteurs de réseau. Mais chacun semble offrir différents types d'informations : l'un plus informel (i.e., opinions subjectives) pour les acteurs cohésifs et l'autre plus formel (i.e., opinions objectives) pour les acteurs à structure équivalente. De plus, leurs mécanismes d'influence ne sont pas les mêmes auprès de l'entrepreneur car il semble que les acteurs cohésifs (amis et famille) ont plus de crédibilité. Cela étant, l'entrepreneur aura aussi besoin des acteurs à structure équivalente pour rendre les informations plus pertinentes et réalistes.

De même, l'étude de Birley (1985) distingue deux types de réseau : le réseau informel et le réseau formel. Selon cet auteur, le réseau formel regroupe toutes les organisations locales et publiques notamment les banques, les comptables, la chambre de commerce, le Small business administration (SBA), les assureurs et les fournisseurs. Ces organismes offrent le soutien aux entreprises mais en répondant à des questions bien particulières. Le réseau informel, par contre, regroupe les membres de la famille, les amis, les anciens collègues et les anciens employeurs. Les membres qui constituent ce réseau sont très proches de l'entrepreneur, ils sont très à l'écoute et ils sont prêts à lui offrir les conseils et le soutien dont il a besoin.

Bien que ces deux types de réseaux fournissent de l'aide à l'entrepreneur, ils peuvent présenter certaines contraintes, à savoir, le réseau formel risque d'être moins utile étant donné la bureaucratie inhérente à ces organisations, tandis que le réseau informel risque de donner un duplicat de l'ancien emploi donc pas de nouveauté. Autrement dit, les conseils d'un ancien employeur ou d'un membre de la famille donneront naissance à une entreprise similaire à celle de l'ancien emploi occupé par l'entrepreneur ou par l'entourage. Par conséquent, il y aura absence d'esprit novateur, créatif, ce qui risque ultérieurement d'entraver l'activité de l'entrepreneur. Néanmoins ces deux réseaux restent très utiles pour l'entrepreneur.

De plus, ce même auteur ajoute que dans les réseaux informels, les contacts d'affaires sont très utiles pour assembler les éléments nécessaires à la création de l'entreprise. La famille et les amis sont très utiles notamment lorsqu'il s'agit d'une implantation locale particulièrement pour le choix des employés et la vente des produits ou des services. Le recours au réseau formel se fait lorsque les éléments de l'entreprise sont constitués et que l'entrepreneur a besoin de financement (banques) tandis que les autres membres du réseau formel sont peu ou pas utilisés par les entrepreneurs.

Il souligne aussi que les deux réseaux sont liés d'une façon indirecte en ce sens où parfois des membres de la famille peuvent faire partie aussi bien du réseau formel qu'informel.

Deux autres types d'acteurs de réseaux ont été mis en exergue par Kramann et Strijker (1989). En se basant sur le concept du marché, ces auteurs distinguent : les «market actors» et les «non-market actors».

Les « market actors » ou les acteurs du marché sont les entrepreneurs et les entreprises (avec leurs filiales si elles existent) et les centres de profits ou les unités de travail appartenant à un réseau organisationnel.

Les « non-market actors » ou les acteurs hors marché, sont les journalistes, les politiciens ou les organismes n'ayant pas de lien ou d'influence directe sur le secteur d'activités de l'entreprise.

Une autre étude réalisée par Kamann (1988) énumère quatre catégories d'acteurs intervenants dans un réseau :

- La famille et les amis;
- Les acteurs reliés à l'emplacement ou le positionnement de l'entreprise;
- Les acteurs institutionnels (par exemple ceux reliés à l'infrastructure et à l'énergie);
- Les acteurs ayant un lien direct avec le produit/marché de l'entreprise, c'est-à-dire les concurrents, les fournisseurs, les consommateurs, les producteurs de produits substituts, etc.

Cet auteur ne conçoit pas la stylisation réalisée par Birley (1995), néanmoins la catégorisation effectuée entérine en fait la distinction « réseau informel » versus « réseau formel ».

Pour notre étude, nous allons nous baser sur le caractère formel ou informel des membres qui constituent le réseau de contacts du travailleur autonome. Autrement dit, nous allons voir s'il a recours de façon équitable à ces deux types d'acteurs à savoir informels (la famille et les amis) et formels (banques, comptables, conseiller juridique) ou établit-il une hiérarchie d'utilisation entre ces deux types d'acteurs.

Ce qu'il faut retenir des acteurs du réseau de contacts, c'est que le réseau peut être constitué soit d'un entourage proche «réseau informel», soit des professionnels «réseau formel». Mais pour que le réseau soit riche, il faut avoir des membres aussi bien du *réseau informel que du réseau formel*.

#### ***1.2.5. Le fonctionnement du réseau***

Le fonctionnement du réseau fait référence aux moyens adoptés par l'entrepreneur ou le travailleur autonome pour créer et/ou entretenir des relations avec les membres qui constituent son réseau de contacts. Nombreux sont les moyens qui aident les entrepreneurs à former des réseaux de contact. Pour Raye-Johnson (1997), les opportunités de création de relations peuvent être sous forme de:

- Programmes associant mentors et protégés,
- Unions politiques,
- Groupes ayant un intérêt commun,
- Cercles de qualité,
- Clubs,
- Déjeuners d'affaires,
- Groupements d'anciens collègues de travail ou d'employés,
- Forums,
- Séminaires, débats et conférences.

Aldrich et Zimmer (1987) ont ajouté que les associations bénévoles, les organismes publiques et autres organismes sociaux sont également de bons moyens pour établir des contacts. Dans le même sens, d'autres auteurs font référence aux associations à but non lucratif notamment les clubs de sports, les associations avec les voisins. Ces

associations peuvent être un moyen pour créer un nouveau réseau et établir des connexions avec les membres de communauté. Elles peuvent aussi dans certains cas constituer une opportunité pour interagir avec une panoplie de personnes possédant des compétences différentes.

Être membre de la chambre de commerce est aussi un excellent moyen pour bâtir son réseau social, ainsi que la participation à des clubs constitués par des entrepreneurs de la même région et qui ne sont pas des concurrents directs. Coulombe (1997) a donné l'exemple de certains clubs qui organisent des soupers mensuels sous un thème particulier afin de réunir les adhérents pour qu'ils discutent des difficultés de chaque entrepreneur par rapport au thème et essayent de proposer des solutions.

La littérature n'a pas soulevé le point « du bouche à oreille » en tant que tel, bien que les témoignages des entrepreneurs le fassent ressortir comme un outil de contact. Ainsi, nous n'avons jugé intéressant de citer le témoignage d'un de ces entrepreneurs (Courtemanche, propriétaire d'une entreprise d'organisation d'événements) : « Si je recommande une personne en qui j'ai confiance, son professionnalisme ne peut que rejaillir sur moi. Le client satisfait de ma recommandation n'hésitera pas à son tour à vanter mes services à ses connaissances. C'est une chaîne sans fin... » (cité par Pierrette, 1998).

Ce qu'il faut retenir du fonctionnement du réseau de contacts, c'est que la participation à des activités para-professionnelles, est un excellent moyen pour entrer en contact avec le monde professionnel

### *1.2.6. Les caractéristiques du réseau*

Les caractéristiques des réseaux ont fait l'objet de plusieurs études, notamment celles de Johannisson (1987, 1994), Birley et Ostgaard (1994), Aldrich et Rosen (1993), Aldrich et Zimmer (1987) et Woodward (1988). Ces études ont fait ressortir plusieurs caractéristiques communes, bien que la terminologie diffère :

- **La taille** : soit le nombre de personnes auxquelles l'entrepreneur peut accéder directement ou indirectement (Aldrich et Rosen, 1993; Johannisson, 1987, 1994; Boisovin, 1974, cités par Birley, 1994).
- **L'activité** : elle peut être définie comme les ressources potentielles du réseau de contacts de l'entrepreneur calculées selon le nombre de personnes avec qui il parle et entretient des relations d'affaires mais aussi, l'activité peut être le temps à développer et à maintenir des relations d'affaires par l'entrepreneur (Aldrich, Rosen et Woodward, 1987; Birley, Cromie et Myers, 1990, cités par Birley et al., 1994).
- **L'intensité** : c'est l'effort fourni (en terme de temps ou de contact) pour activer un composant du réseau et le niveau d'échange d'information entre les membres du réseau (Aldrich et Zimmer, 1987). Pour Birley (1994), l'intensité est la force des liens entre les membres et elle est mesurée par le nombre d'années et la fréquence des interrelations entre les acteurs du réseau.
- **Le contenu** : il peut être défini comme le contenu de la relation entre les membres du réseau, il détermine aussi la qualité de la relation.
- **La densité** : elle fait référence au nombre des liens entre les membres qui constituent le réseau que ce soit des amis ou des professionnels (Aldrich et Zimmer, 1987, Aldrich et Reese, 1993).

- **La diversité** : elle reflète la richesse du réseau en terme de variétés de sources d'information auxquelles l'entrepreneur peut avoir accès (Aldrich et Zimmer, 1987; Johannisson, 1987);
- **L'accessibilité**: appelé «reachability», est la relation entre l'entrepreneur et un des acteurs de réseau, quelque soit la distance et les liens qui les unissent (Aldrich, Rosen et Woodward, 1987; Aldrich et Zimmer, 1987). Par exemple, un entrepreneur qui vaudrait une information, va s'informer auprès d'un tiers qui va réagir et répondre à cette requête quelque soit la localisation et la nature des relations entre les deux parties.
- **La centralisation** : renforce le concept d'accessibilité par la préférence à un des acteurs de réseau qui peut offrir des garanties, des produits ou services plus favorables et ce, quelque soit la distance. L'entrepreneur peut privilégier cet acteur et le placer dans son organisation comme un des contacts les plus importants.
- **La propension** : définie par le nombre d'organisations commerciales, professionnelles et sociales où adhèrent l'entrepreneur (Ostgaard et Birley, 1994).
- **La force des liens** : fait référence aux liens entre les membres. Plus particulièrement, cette caractéristique nous permet de voir la diversité des ressources au sein du réseau. Ainsi les membres qui entretiennent des liens faibles sont plus aptes à avoir des informations et des ressources diversifiées parce que les membres ne partagent pas forcément les mêmes idées ce qui rend l'échange plus riche (Granovetter, 1982).
- **Age et sexe des membres du réseau** : sont également des caractéristiques du réseau (Campbell, 1985).



- **Le statut des membres** : fait référence aux acteurs qui constituent le réseau. Cette caractéristique catégorise les membres qui font partie de la famille de ceux qui font partie du domaine d'affaire (Woodward, 1988).

### ***1.2.7. L'utilisation du réseau***

L'utilisation du réseau de contacts fait référence aux motivations qui incitent le travailleur autonome à avoir recours à un réseau de contacts.

L'étude d'Aldrich et Dubini (1991, cités par Ostgaard et Birley, 1994) a montré que les entrepreneurs selon leurs besoins, ont recours à des personnes bien particulières au sein de leur réseau. Ce soutien peut revêtir différentes formes comme d'assistance juridique, financière ou comptable (telles que les taxes, capital, etc.), d'assistance pour obtenir des crédits ou attirer des investisseurs et d'assistance de la part des personnes qui ont de l'expérience dans le domaine.

Falemo (1989) a affirmé qu'il existe une relation entre la stratégie de l'entreprise et le réseau. Cette relation peut concerner la production, la distribution, le financement, etc. Ainsi, les entrepreneurs ont recours à des personnes externes qui jouent un rôle important pour l'entreprise, par exemple au niveau marketing et de développement des produits. Ce transfert de compétences permet au propriétaire dirigeant d'une part, d'avoir un service marketing et de développement de produit plus efficace et, d'autre part, d'augmenter les compétences de sa propre firme. Cette affirmation a été également confirmée par l'étude de Birley et al. (1994) qui ont mis en exergue les membres actifs du réseau que l'entrepreneur consulte selon la stratégie à adopter:

- 1- **La stratégie marketing de différenciation** : le propriétaire dirigeant participe à un large réseau et recherche de l'assistance pour obtenir des emprunts ou recruter des

investisseurs parmi les membres de son réseau. Ces membres sont moins impliqués dans les organisations sociales, consacrent beaucoup de temps à la prospection de nouveaux clients, de nouveaux fournisseurs et de nouveaux investisseurs et prennent l'initiative pour établir des contacts.

- 2- **La stratégie d'innovation des produits** : le propriétaire dirigeant cherche plus à avoir accès à des canaux de distribution et à avoir des sources d'idées nouvelles pour le développement de ces produits à travers son réseau de contacts. De même, il peut faire partie des organisations professionnelles pour atteindre le même but. Par contre, les entreprises qui adoptent ce type de stratégie ont consacré peu de temps aux anciens fournisseurs.
- 3- **La stratégie de segmentation du marché** : les entrepreneurs cherchent de nouveaux contacts à partir de leur réseau et consacrent beaucoup de temps pour le développement et le maintien des relations avec les fournisseurs. Ces relations sont particulièrement importantes lorsque l'entreprise cible plusieurs segments du marché avec plusieurs produits ce qui nécessite le recours à différents fournisseurs.
- 4- **La stratégie de distribution** : les entrepreneurs qui se basent sur la distribution comme stratégie tendent à rechercher l'accès à des canaux de distribution et à l'assistance financière de la part de leur réseau et développent d'autres contacts.
- 5- **La croissance par des capitaux externes** : les propriétaires dirigeants qui poursuivent ce type de stratégie recherchent des conseils et de l'assistance auprès des acteurs du réseau pour obtenir ces capitaux. Ils consacrent aussi beaucoup de temps au développement d'autres types contacts.

**6- La stratégie de différenciation par la qualité :** les entreprises utilisent leur réseau pour rechercher une nouvelle clientèle. Dans ce cas, l'entrepreneur consacre beaucoup de temps pour maintenir les contacts déjà existants.

Pour Cromie et Birley (1992), il est évident qu'en plus de ces besoins, les expériences vécues par l'entrepreneur influencent le choix du type de réseau que celui-ci consultera pour la recherche de ressources, de conseils et d'informations.

Julien (1998) quant à lui fait ressortir trois niveaux du réseau selon les acteurs et le soutien qu'ils apportent à l'entrepreneur, le tableau suivant illustre ces trois niveaux:

**Tableau 3 : L'utilisation du réseau selon trois niveaux**

	<b>Niveau I</b>	<b>Niveau II</b>	<b>Niveau III</b>
<b>Acteurs</b>	Entre huit et neuf personnes: membres clefs du personnel ou membres du conseil d'administration; clients; banquiers; fournisseurs; sous-traitants.	Experts; intervenants; fonctionnaires(connus dans des événements informationnels importants)	Experts et personnes connus par les deux autres niveaux
<b>Fréquence de consultation</b>	Régulièrement (au moins une fois par mois)	Moins souvent	En cas de besoin
<b>La raison de la consultation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Avant de se lancer en affaire;</li> <li>• Aide au choix de la technologie à adopter ;</li> <li>• Conseil du type de stratégie à retenir;</li> <li>• Informations sur la concurrence.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recherche d'information importante.</li> </ul>	Avoir des analyses particulières, telles que le lancement d'un nouveau produit/service ou desservir un nouveau marché.

Ce qu'il faut retenir de l'utilisation du réseau de contacts, c'est que le réseau de contacts doit être considéré comme un outil stratégique. Autrement dit, il faut utiliser le

réseau pour tous les types de besoins même au niveau des stratégies interne de l'entreprise.

### ***1.2.8. L'évaluation et la gestion du réseau***

#### ***1.2.8.1. Les réseaux satisfaisants et non satisfaisants***

Après avoir effectué un tour d'horizon sur la notion du réseau de contacts, son fonctionnement, son utilisation, ses acteurs et ses caractéristiques, nous avons voulu vérifier la satisfaction que le travailleur autonome pourrait tirer d'un tel processus quant à la résolution de ses problèmes de pré-démarrage et/ou démarrage

Les recherches portant sur les réseaux ont mis en exergue plusieurs facteurs déterminant dans la satisfaction d'un réseau. Ces facteurs touchent la gestion du réseau et plus particulièrement les relations, le respect de l'éthique morale au sein du réseau et les habilités personnelles de l'entrepreneur ou du TA

Un réseau satisfaisant doit être diversifié afin d'avoir accès à plusieurs sources d'informations (Aldrich, et Zimmer, 1986) et d'avoir des points de vue différents d'une part et, d'autre part, l'entrepreneur ou le TA doit développer des liens forts avec les membres du réseau et ne pas se contenter uniquement de liens faibles afin d'être plus privilégié quant à l'accès aux données pertinentes (Aldrich et Zimmer, 1987). De même, pour utiliser un réseau de façon satisfaisante, l'entrepreneur ou le TA doit élaborer de façon claire ses objectifs et voir comment son réseau peut l'aider à les atteindre. Pour ce faire, il doit consacrer du temps et de l'énergie pour la gestion de son réseau et ce, en assistant à un certain nombre de réunions ou de rencontres, sans oublier de prévoir un budget mensuel pour la bonne marche du réseau.

La satisfaction envers un réseau dépend également de sa densité, c'est-à-dire une forte interconnexion entre les membres facilite la circulation de l'information et, par conséquent la satisfaction envers le réseau.

Dans la recherche de Tjosvold et Weicker (1993), nous avons constaté une forte corrélation entre les objectifs communs, l'interaction entre les membres et le degré de satisfaction d'un réseau, c'est-à-dire lorsque les membres d'un réseau fixent les objectifs de leur union ensemble et travaillent ensemble à résoudre les problèmes, le réseau est plus fort et plus actif. Le réseau doit être également facilement accessible à l'entrepreneur ou au TA. En plus, les besoins au sein du réseau doivent être diagnostiqués de telle façon que les membres puissent accéder aux informations ou aux conseillers les plus appropriés à la situation. Pour ce faire, les services offerts par chaque membre doivent être clairement définis (Birley, 1985).

Le respect des normes relationnelles constitue un facteur important dans la réussite des réseaux. McNeil (1980) a distingué trois normes relationnelles importantes pour la réussite d'un réseau à savoir le maintien de la relation, le rôle de l'honnêteté, l'harmonisation des conflits relationnels et « supracontract normes ». (Borch et Huse, 1993).

La confiance est une norme non négligeable que les membres doivent respecter lors du processus d'échange (Borch, 1993; Pettigrew, 1992; Zahra et Pearce, 1989). Cette confiance assure une certaine stabilité au réseau, c'est-à-dire que même s'il y a des changements dans l'environnement les membres n'auront pas tendance à écarter les anciennes relations.

De même, la satisfaction envers un réseau nécessite une forte coopération entre les acteurs. Par coopération, Szarka (1990) entend l'absence de relations de force et l'existence de confiance et de complémentarité des compétences plutôt que le contrôle des résultats ou des processus de fonctionnement du réseau.

Un réseau satisfaisant dépend de plusieurs facteurs notamment, la qualité des relations qu'entretient le propriétaire dirigeant avec les membres des réseaux externes et internes, de la bonne communication, de la supervision du réseau et des habilités personnelles de l'entrepreneur (Szilagyi et Schweiger, 1984). Ces habilités ont été identifiées dans l'étude de Peterson et Ronstadt (1986). Il s'agit des habilités suivantes :

- 1- L'entrepreneur doit dresser la liste des forces et des faiblesses chez les personnes ou les organisations qui lui fournissent l'aide approprié;
- 1- L'utilisation de la diplomatie;
- 2- La discrétion et la réciprocité dans les transactions avec les membres;
- 3- Le développement des habilités nécessaires pour mieux gérer les conflits;
- 4- La vérification de l'exactitude de l'information en utilisant plus qu'une source;
- 5- L'utilisation régulière du réseau afin de mieux cerner son fonctionnement;
- 6- La mise à jour du réseau selon les changements qui peuvent arriver, c'est-à-dire l'entrepreneur doit ajouter ou éliminer certains membres selon les besoins de l'entreprise.

Suite à notre revue littéraire, nous avons remarqué que de nombreux auteurs se sont intéressés uniquement aux caractéristiques des réseaux satisfaisants sans pour autant analyser les réseaux non satisfaisants. Cela nous incite à conclure que si un réseau ne remplit pas les critères de satisfaction dégagés par les études ci-dessus mentionnées, le réseau est non satisfaisant.

### *1.2.8.2. La mise à jour des réseaux satisfaisants*

Un réseau est jugé satisfaisant s'il fait l'objet d'un suivi continu et d'une mise à jour de la part de l'entrepreneur ou du TA. En effet, ces derniers ne doivent pas se contenter des contacts existants mais aussi rechercher de nouvelles personnes afin d'actualiser leurs connaissances (Peterson, Ronstadt et Wallot, 1990) et d'élargir le cercle de leurs réseaux d'affaires. L'actualisation de leurs réseaux se fait en fonction des objectifs et de la stratégie future de l'entreprise.

Selon Peterson, Ronstadt et Wallot (1990), l'entrepreneur ou le TA doit se poser un certain nombre de questions relatives à son réseau même s'il estime que les contacts actuels sont satisfaisants. Ces questions aident l'entrepreneur à garder un équilibre adéquat dans les relations qu'il entretient avec les membres de son réseau:

- Que valent ces contacts en terme d'aide à l'identification des occasions d'affaires, avant même que ces occasions lui apparaissent comme évidentes?
- Y-a-t-il dans son réseau assez de pères gestionnaires de risque, c'est-à-dire d'autres entrepreneurs?
- Sont-ils des individus suffisamment informés et assez solides pour lui dire s'il est dans l'erreur ou si une idée est réalisable?
- Y a-t-il suffisamment d'objectifs susceptibles de relativiser son enthousiasme?
- Avec combien de personnes de ce réseau l'entrepreneur a-t-il des liens uniquement opérationnels (affaires), des liens uniquement affectifs (amitié), et des liens uniquement moraux (engagement ferme)?



### ***1.2.8.3. La réévaluation des réseaux non-satisfaisants***

L'amélioration d'un réseau non satisfaisant exige que l'entrepreneur ou TA avant tout évalue son réseau en fonction du type particulier d'entreprise qu'il envisage de démarrer (Peterson, Ronstadt et Wallot, 1990). Ensuite il élabore un diagnostic de l'état de son réseau. Cette analyse concernera la méthode de gestion du réseau, des acteurs qui le constituent, ainsi qu'une comparaison entre les objectifs de l'entreprise et les ressources disponibles qu'offre le réseau. Perreault et Lavoie ( 1999) ont proposé un processus de développement d'un réseau en trois étapes :

- **Le constat** : c'est-à-dire, dresser le bilan du réseau actuel, indiquer le nombre de contacts effectifs pour chaque catégorie d'acteurs du réseau, le moyen de contact le plus utilisé, ce qu'on recherche de ces contacts et les ressources qu'on doit allouer pour ce genre d'activités. Cette première étape permet d'avoir une idée de l'état du réseau actuel.
- **La construction** : Soit intégrer dans le réseau des intervenants potentiels susceptibles d'aider l'entrepreneur dans ses affaires en se fixant des objectifs à atteindre.
- **Le raffinement** : Consiste à identifier des individus et des organismes qui peuvent avoir une contribution exceptionnelle à la bonne marche des affaires de l'entrepreneur.

Pour bien travailler en réseau, l'entrepreneur doit être audacieux. Autrement dit, éviter certains réflexes comme: « *on ne dérange pas les gens avec nos besoins* », au contraire les gens se sentent appréciés et heureux de partager leurs expériences. Il suffit d'être convaincu qu'il est intelligent de demander conseil et qu'il ne s'agit pas d'un signe de faiblesse (Paradis, 1994).

Le développement d'un réseau satisfaisant nécessite de la part du propriétaire dirigeant de suivre un certain nombre d'étapes. Tout d'abord, le propriétaire dirigeant ou le TA doit dresser un bilan de son réseau en classant les membres qui le constituent, par exemple, selon des catégories. Cette première étape permet à l'entrepreneur ou au TA d'avoir une idée sur les composantes de son réseau. Ensuite, il doit poursuivre l'exercice en inscrivant la fréquence des contacts ainsi que l'apport de chaque personne. Cette deuxième étape permettra à l'entrepreneur de déceler si son réseau lui facilite la tâche au travail, les lacunes de son réseau actuel et si ses contacts sont assez diversifiés.

La bonne gestion d'un réseau de contacts n'est pas la seule solution pour maintenir la satisfaction du réseau. En plus de la réévaluation des méthodes de gestion du réseau et des objectifs à atteindre, il ne faudrait pas omettre d'évaluer les capacités ou les habiletés relationnelles de l'entrepreneur ou TA – acteur principal du réseau. Johnson (1997) a ressorti les principales règles ou *les règles d'or* que doit suivre tout entrepreneur pour améliorer son réseau, soit:

- Être amical, souriant et avoir le contact facile;
- Exprimer clairement ses besoins;
- Ne pas dilapider ses connaissances professionnelles, refuser de donner un avis pour lequel vous facturez habituellement;
- Ne pas chercher à côtoyer uniquement des gens influents.

### **1.3. Les problèmes de pré-démarrage et de démarrage**

L'objectif de cette section est d'identifier les problèmes qu'un travailleur autonome pourrait rencontrer lors de la phase de pré-démarrage et de démarrage de son projet d'affaire. Pour ce faire, nous allons tout d'abord, définir ce que nous entendons par

« phase de pré-démarrage » et « phase de démarrage ». Nous procéderons, ensuite, à l'énumération des problèmes rencontrés par le travailleur autonome au cours de ces deux phases.

### ***1.3.1. Les problèmes de pré-démarrage***

La définition des éléments descriptifs de la phase de démarrage des PME se heurte en tout premier lieu à une littérature lacunaire (Kazanijan 1988; Lorrain 1990).

D'une façon générale, lorsque le chercheur essaye de sonder ce que renferme l'expression « phase de pré-démarrage », plusieurs vocables lui viennent à l'esprit : période difficile ou confuse, période d'interrogations, période de planification du plan d'affaire (Fortin, 1986; Belley, Dussault, Lorrain, Lachance, 1993), période d'initiation (Kazanijan 1988), période d'évaluation des risques, période d'accumulation des ressources (Kazanijan 1988; Kuratko et Hodgetts, 1989 ; Dodge et Robbins, 1992), période d'expectative. En somme, la phase de pré-démarrage peut être définie comme une période teintée d'aléas divers auxquels l'entrepreneur doit faire face en vue de la survie de son projet.

Selon Archer (1990), la période de pré-démarrage est une période qui précède le stade de création et d'installation. C'est une période exploratoire qui précède la mise en train des opérations où les idées sont encore au stade de projet et où l'entrepreneur potentiel s'attèle à prendre des actions préventives visant à bien connaître son marché, son produit, ses concurrents avant toute décision importante engageant sa responsabilité.

De même, selon Kazanijan (1988), la phase de pré-démarrage est une période de conception avant la constitution formelle de l'entreprise.

À partir de ces éléments descriptifs de la phase de pré-démarrage, nous sommes désormais en mesure de procéder à l'identification des divers problèmes que le travailleur autonome pourrait rencontrer lors de cette phase. Pour ce faire, nous avons décidé de catégoriser à l'instar de l'étude de Laferté (2000) les différents problèmes. Ainsi, nous avons distingué grâce à cette étude sept obstacles généraux pouvant émerger lors de la phase de pré-démarrage. Il s'agit de :

- Problèmes généraux de gestion et d'accès à l'information
- Problèmes de gestion du personnel
- Problèmes de comptabilité
- Problèmes de financement
- Problèmes reliés au marketing et à la vente
- Problèmes reliés à la production et aux opérations
- Problèmes reliés au métier de travailleur autonome

➤ ***Problèmes de gestion, d'accès à l'information***

S'agissant de la première catégorie de problème généraux de gestion et d'accès à l'information, Lussier (1996) énonce que lorsque le travailleur autonome choisit un mauvais moment pour entrer sur le marché, ce dernier se trouve par conséquent confronté à des problèmes comme ceux liés aux fonds de roulement, à des difficultés pour se faire payer ou encore à une pénurie de clientèle.

De même Lussier (1996) évoque que des problèmes de gestion lors de la phase de pré-démarrage peuvent surgir lorsque le travailleur autonome n'est pas entouré de conseillers professionnels ou de parents en affaires. En outre, le faible niveau d'éducation, le jeune âge du travailleur autonome et l'inexpérience dans le secteur

d'activités (Filion 1996) contribueront eux aussi à des difficultés de gestion. Cromie (1991), quant à lui, soulève le problème de la pluralité des tâches que le travailleur autonome doit accomplir.

Stearns et al. (1997), avancent quant à eux qu'un manque de préparation du projet exposera le travailleur autonome à des difficultés de gestion dues à l'incapacité d'établir des buts et des plans stratégiques pertinents.

Roy (1998,b) montre que certains problèmes de gestion et d'accès à l'information puisent leurs sources dans le fait, par exemple, que dans de nombreux cas le travailleur autonome n'est pas convaincu de l'utilité du plan d'affaire. Sur ce dernier point, Lorrain, (1990) évoque que nombreux sont les entrepreneurs qui éprouvent des difficultés pour la réalisation d'un plan d'affaire efficace.

Pour terminer, la définition donnée par Belley (1998) sur les problèmes de gestion et d'accès à l'information auxquels l'entrepreneur pourrait être confronté, semble corroborer les différentes positions émises par les auteurs susmentionnées. Ainsi, selon Belley (1998):

«En général, il est fréquent que la décision de démarrer une entreprise surgit quant une opportunité d'affaire est détectée, soit à cause d'une lacune dans le marché, soit grâce à une connaissance technique antérieure ou des contacts avec des anciens employeurs, des clients ou des fournisseurs. Néanmoins, il existe une carence d'orientation et d'information dans tout le processus du pré-démarrage. Ce en incluant les renseignements sur le marché, le choix du secteur d'activité, le choix de la localisation et la procédure d'opérationnalisation de l'idée d'affaire».

➤ ***Problèmes de gestion du personnel***

Dans cette catégorie de problème la littérature est assez sommaire puisque étant donné que le projet du travailleur autonome n'est pas encore opérationnel, ce dernier ne s'entoure guère d'employés. Néanmoins, dans son étude Kazanijan (1988) évoque la difficulté pour l'entrepreneur d'attirer des employés qualifiés. Lorrain (1990), quant à lui, avance celle du recrutement.

➤ ***Problèmes de comptabilité***

Aucune littérature sur les problèmes de comptabilité lors de la phase de pré-démarrage n'a été recensée.

➤ ***Problèmes de marketing et de vente***

Dans l'explication des problèmes de marketing, Cromie (1991), Lussier (1996) et Roy (1998) ont mis en exergue le fait que de nombreux travailleurs autonomes soient inexpérimentés dans ce domaine.

Dans leurs études respectives, Kazanijan (1988) et Lorrain (1990) évoquent les difficultés inhérentes à la détermination et à la localisation du marché. Dodge et Robbins (1992) soulèvent la difficulté pour identifier la clientèle à l'avance.

Enfin, Julien et Marchesnay (1996) ont mis en lumière l'étroite corrélation entre les problèmes liés au marketing et la détermination des unités de vente. Dans le même ordre d'idées, Durand (1996) soulève les problèmes liés à la fixation des prix de vente.

➤ ***Problèmes de financement***

En ce qui à trait à ce problème, Kazanijan (1988) a, dans son étude, énoncé la difficulté de trouver -dans de nombreux cas- les sources de financement adéquates pour l'entrepreneur. De même, Lorrain (1990) évoque le manque de bonnes connaissances des travailleurs autonomes des conditions d'obtention de crédits. Enfin, Dodge et Robbin (1992), Julien et Marchesnay (1996) énoncent -dans les problèmes reliés au financement- la sous-estimation du capital de départ.

➤ ***Problèmes de production et des opérations***

Dans son étude, Kazanijan (1988) montre les difficultés pour trouver des locaux de production adéquats. Lorrain (1990), quant à lui évoque celles liées à l'identification des fournisseurs. Enfin, Dodge et Robbin (1992) mettent en relief la corrélation entre les problèmes de production, d'opération et d'approvisionnement.

➤ ***Problèmes liés au métier du travailleur autonome***

Dans cette catégorie, l'article de Perreault (1998) énonce que de nombreux travailleurs autonomes éprouvent de la difficulté pour s'adapter à leur nouveau statut. De même, il nous est loisible d'identifier d'autres problèmes en corrélation avec le métier du travailleur autonome comme ceux liés à la génération de nouvelles idées et au manque d'habilités interpersonnelles (Markman et Baron, 1998).

Le tableau suivant regroupe les principaux problèmes reliés à la phase de pré-démarrage, qui ont été identifiés dans la littérature consultée. Ce tableau s'inspire du travail de Laferté (2000) qui regroupe les principaux problèmes et causes d'échec en fonction des compétences nécessaires aux entrepreneurs.

**Tableau 4 : Les Problèmes surgissant en phase de pré-démarrage**

Type de problème	Nature du problème	Auteurs
<b>Problème de gestion et d'accès à l'information</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Mauvais moment d'entrée dans le marché</li> <li>* Absence de conseiller professionnelles</li> <li>* Établir des buts et des plans stratégiques</li> <li>* Trouver et gérer l'information</li> <li>* Pluralité des tâches à accomplir</li> <li>* Absence de parents en affaire</li> <li>* Niveau d'éducation et âge</li> <li>* Inexpérience de la gestion et du secteur</li> <li>* Plan d'affaire</li> <li>* Manque d'expérience</li> <li>* Doute du succès</li> <li>* Manque de soutien moral</li> </ul>	<p>Lussier (1996)</p> <p>Stearns et al. (1997); Lussier (1996)</p> <p>Roy (1998,e,b); Laferté (1999)</p> <p>Cromie (1991)</p> <p>Lussier (1996)</p> <p>Lussier (1996)</p> <p>Lussier (1996); Filion (1996,b)</p> <p>Roy (1998,e); Filion (1996,b); Lorrain (1990)</p> <p>Kroeger (1974)</p> <p>Kazanjian (1988)</p> <p>Dodge et Robbins (1992)</p>
<b>Problème de financement*</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Obtenir du financement</li> <li>* Prix et condition de crédit</li> <li>* Sous-estimation du capital de départ</li> <li>* Taux d'intérêt très élevé</li> </ul>	<p>Roy (1998); Laferté (1999); Kazanjian (1988)</p> <p>Lorrain (1990)</p> <p>Dodge et Robbins (1992)</p> <p>Julien et Marchesnay (1996), FCEI (1998)</p>
<b>Problème de gestion du personnel</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Recrutement</li> <li>* Attirer des employés qualifiés</li> </ul>	<p>Lorrain (1990)</p> <p>Kazanjian (1988)</p>
<b>Problème marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Manque de connaissance dans le domaine marketing</li> <li>* Déterminer et localiser le marché</li> <li>* Identifier la clientèle à l'avance</li> <li>* Déterminer la vente</li> <li>* Détermination des prix de vente</li> </ul>	<p>Cromie (1991), Lussier (1996); Roy (1998,a)</p> <p>Kazanjian (1988); Lorrain (1990)</p> <p>Dodge et Robbins (1992)</p> <p>Julien et Marchesnay (1996)</p> <p>Durand (1996)</p>
<b>Problème relié à la production et aux opérations</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Locaux de production</li> <li>* Identifier les fournisseurs</li> <li>* Approvisionnement</li> <li>* Recherche de ressources de base</li> </ul>	<p>Kazanjian (1988)</p> <p>Lorrain (1990)</p> <p>Dodge et Robbins (1992)</p> <p>Julien et Marchesnay (1996)</p>
<b>Problème relié au métier de TA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* S'adapter à leur nouveau statut et mentalité de salarié</li> </ul>	<p>Perreault (1998)</p>



Examinons maintenant, les problèmes que le travailleur autonome pourrait rencontrer lors de la phase de démarrage de son projet. Pour ce faire, nous utiliserons la même procédure que celle utilisée dans la phase de pré-démarrage.

### *1.3.2. Les problèmes de démarrage*

La phase de démarrage d'un projet évoque un ensemble de vocables présents dans la littérature pertinente en ces termes: concrétisation du projet, du plan d'affaire (Fourcade 1986), opérationnalisation du projet, mise en action de l'idée d'affaire par l'entrepreneur ou le TA.

Dans le même ordre d'idées, mais de façon moins stylisé, Diouf et Wade (1992) énoncent que le projet de démarrage de l'entreprise «est l'instant où l'entrepreneur qui a mûri une idée la traduit en réalité».

Pour Julien et Marchesnay (1996) le démarrage de l'entreprise est «l'étape où le marché commence à imposer sa loi, que les clients font les premiers essais, que les concurrents peuvent se rendre compte de l'arrivée de la nouvelle firme et qu'ils peuvent vouloir contrer l'entrée de cet intrus, que les financiers qui ont avancé de l'argent semblent un peu pressés de voir les premiers résultats positifs, en somme au moment où l'entrepreneur doute encore de sa réussite».

Ces éléments en main, nous sommes maintenant plus à même d'identifier les problèmes auxquels le travailleur autonome peut être confronté lors de cette phase. La littérature pertinente nous a permis de recenser certains problèmes que nous avons catégorisés comme suit:

- Problèmes de gestion, d'accès à l'information
- Problèmes de gestion du personnel
- Problèmes de comptabilité
- Problèmes de financement
- Problèmes reliés au marketing et à la vente
- Problèmes reliés à la production et aux opérations
- Problèmes reliés au métier de travailleur autonome

➤ ***Problèmes de gestion, d'accès à l'information***

Dans son étude, Roy (1998 e) a mis en exergue deux problèmes de gestion et d'accès à l'information que le travailleur autonome pourrait rencontrer qui sont : le manque de formation et de support et les difficultés liées à la segmentation du marché.

Stearns et al. (1997), quant à eux, rattachent ce premier problème à la difficulté de trouver des comptables et des avocats.

Vosikis et Gliack (1980), comme Roy (1998-e), établissent une corrélation entre ce problème et l'inexpérience dans le marché. De même, Fourcade (1986) évoque l'inexpérience en gestion. Enfin, Cromie (1991), Alpander et al. (1990), Lorrain (1990), Dodge et Robbins (1992) expliquent ces premières difficultés de gestion et d'accès à l'information par le manque d'aptitudes entrepreneuriales.

### ➤ Problèmes de gestion du personnel

Les problèmes de gestion du personnel que le travailleur autonome pourrait rencontrer lors de la phase de démarrage, Cromie (1991), Stearns et al. (1997), Young (1996) Alpander et al (1990) et Lorrain (1990) puisent leur argumentation dans la difficulté qu'a le travailleur autonome pour trouver un personnel qualifié avec de bonnes aptitudes. Dans le même ordre d'idées, Fortin (1996) avance le problème de recrutement du personnel. Quant à Fourcade (1986), elle établit une corrélation avec la difficulté de sélectionner un personnel qualifié.

D'autres auteurs puisent leurs sources explicatives dans les problèmes liés aux relations avec les syndicats (Julien et Marchesnay; 1996). Ces auteurs, évoquent aussi les problèmes liés à l'amoindrissement des conflits au sein de l'équipe entrepreneuriale en phase de démarrage. Dans la même logique, Kazanjian (1988) Lorrain (1990) et Dussault (1988) mettent en exergue dans leurs études respectives les charges sociales et fiscales élevées.

Enfin Stearns et al (1997) expliquent les problèmes de gestion du personnel par la mauvaise coordination, motivation et compensation du personnel.

### ➤ *Problèmes de financement*

Dans les études consacrées aux problèmes de financement auxquels le travailleur autonome pourrait être confrontés, les auteurs évoquent différentes sources explicatives comme:

→ Trouver du financement (Roy; 1998- e, Laferté; 1999, Vosikis et Glueck; 1980, Fourcade; 1986).

→ Obtenir une marge de crédit, des emprunts et du financement (Kazanjian; 1988, Kuratko et Hodgetts; 1989, Alpander et al; 1990).

→ Manque de capital (Lorrain (1990))

→ Manque de liquidités (Julien et Marchesnay (1990))

→ Fonds de roulements insuffisants (Dodge et Robbins (1992))

De même, l'étude de la F.C.E.I. (1998) a montré que les petites entreprises (moins de cinq employés) n'avaient pas suffisamment de capitaux propres pour exercer leurs activités efficacement. Ces entreprises payent un taux d'intérêt de 1,5 % supérieur à celui des plus grandes. Enfin, elles se voient refuser leurs prêts plus souvent que les grandes entreprises.

### ➤ ***Problèmes de marketing***

Dans l'explication des problèmes de marketing auxquels le travailleur autonome pourrait être confronté en phase de démarrage nous avons recensé les sources littéraires suivantes: Roy (1998 a), Cromie (1991), Filion (1996 b) et Laferté (1999) ont affirmé que les problèmes de marketing se rattachent à l'inflexibilité des prix. De même, selon ces auteurs, de nombreux travailleurs autonomes semblent avoir des difficultés pour déterminer les prix de vente adéquats pour leurs produits ou services.

Filion (1996 b), Laferté (1999), Jurik (1998), Lussier (1996), Young (1996), Vosikis et Glueck (1980), Fourcade (1986) et Lorrain (1990) ont soulevé que, lors de la phase de démarrage, les travailleurs autonomes (entrepreneurs pour d'autres auteurs) semblent être aux prises avec des difficultés de prospection, de maintien et de suivi de clientèle.

Laferté (1999), Cromie (1991), Young (1996), Kazanjian (1988), Kuratko et Hodgetts (1989), Dagenais (1995) ont recensé, dans leurs études respectives, les problèmes reliés à la commercialisation des produits ou services, à la réalisation d'un niveau de vente suffisant et à l'accession à une bonne part de marché.

D'autres auteurs, comme Dagenais (1995), Julien et Marchesnay (1996) et Lorrain (1990) établissent une corrélation directe entre les problèmes de marketing et le mauvais choix quant au créneau à cibler, la forte concurrence, la méconnaissance du marché et la planification de l'extension du marché.

Cromie (1991), Dodge et Robbins (1992) ont soulevé également le problème de la distribution et de la promotion.

### ➤ ***Problèmes de comptabilité***

Dans les différentes études relatant les problèmes de comptabilité auxquels le travailleur autonome pourrait être confrontés, certains auteurs évoquent, en premier lieu des problèmes d'ordre général, comme l'absence d'habilités nécessaires à la conduite de leur comptabilité (Roy, 1998- b, Jurik, 1998).

Roy (1998,b), a précisé que les travailleurs autonomes rencontrent des difficultés pour la tenue de leurs livres comptables. De même, Lussier (1996) évoque le mauvais

contrôle par le travailleur autonome des coûts ainsi que la sous-capitalisation et les frais fixes élevés.

Cromie (1991) et Lussier (1996) avancent dans leur études relatives aux problèmes comptables, les difficultés que le travailleur autonome peut rencontrer pour le recouvrement des impayés.

Enfin, Young (1996) met en exergue le fait, qu'étant donné que de nombreux travailleurs autonomes tiennent «mal» leur comptabilité, il leur est, par conséquent, difficile de mesurer la profitabilité de leurs activités.

➤ ***Problèmes liés au métier du travailleur autonome***

Dans l'évocation des problèmes liés au métier du travailleur autonome, Roy (1998 e), Fillion (1996,b) et Jurik (1998) évoquent l'insécurité financière du travailleur autonome, la précarité et l'absence de filet de sécurité. Ainsi, Dagenais (1995) a affirmé que : «les travailleurs autonomes, étant considérés, comme des entrepreneurs ne sont pas admissibles aux prestations d'assurances emplois, quoique dans les cas les plus difficiles, ils sont admissibles aux prestations de la sécurité du revenu».

D'autres auteurs, comme Roy (1998-e), Fillion (1996-a-b) mettent en lumière le problème d'isolement des travailleurs autonomes.

Dans une de ses études Fillion (1996,e) a affirmé que: «plus de la moitié des travailleurs autonomes ont confié être tellement occupés qu'ils avaient de la difficulté à trouver du temps pour leurs loisirs». Cette affirmation des répondants, notamment en ce qui a trait au facteur temps, semble être corroborée par Cromie (1991) qui lui évoque

explicitement la notion de manque de temps. Dans le même ordre d'idées, Roy (1998) évoquent les horaires chargés et la mauvaise gestion de l'emploi du temps par les travailleurs autonomes.

Certains auteurs, comme Fillion (1996) et Jurik (1998) citent le problème de la conciliation vie professionnelle / famille.

Enfin, pour d'autres, (Soldressen et al, 1998, Cromie, 1991, Roy, 1998-e et Fillion, 1996-a) la personnalité du travailleur autonome semble pouvoir expliquer certains problèmes comme le stress associé à leur rôle ou encore le manque de confiance.

Le tableau suivant regroupe les principaux problèmes reliés à la phase de démarrage, qui ont été identifiés dans la littérature consultée. Ce tableau s'inspire aussi du travail de Laferté (2000).

**Tableau 5 : Les Problèmes surgissant en phase de démarrage**

Type de problème	Nature du problème	Auteurs
<b><i>Problème de gestion et d'accès à l'information</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Manque de formation et de support technique</li> <li>* Trouver des comptables et des avocats</li> <li>* Inexpérience dans le marché</li> <li>* Inexpérience en gestion</li> <li>* Manque d'aptitude et des habilités entrepreneuriales</li> <li>* Bas niveau scolaire</li> <li>* Mauvais choix du comptable</li> <li>* Gestion en général</li> </ul>	<p>Roy (1998,e)</p> <p>Stearns et al (1997)</p> <p>Vosikis et Glueck (1980)</p> <p>Fourcade (1986); Kazanjian (1988)</p> <p>Terpstra et Olson (1993)</p> <p>Cromie (1991), Alpander et al. (1990)</p> <p>Lorrain (1990); Dodge et Robbins (1992)</p> <p>Terpstra et Olson (1993)</p> <p>Julien et Marchesnay (1996)</p> <p>Vosikis et Glueck (1980)</p>
<b><i>Problème de financement</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Trouver du financement</li> <li>* Obtention de marge de crédit des emprunts et du financement</li> <li>* Manque de capital</li> <li>* Fond de roulement insuffisant</li> <li>* Manque de liquidité</li> </ul>	<p>Vosikis et Glueck (1980), Fourcade (1986); Roy (1998,b); Laferté (1999)</p> <p>Kazanjian (1988); Kuratko et Hodgetts (1989); Alpander et al. (1990)</p> <p>Lorrain (1990)</p> <p>Dodge et Robbins (1992)</p> <p>Terpstra et Olson (1993)</p> <p>Julien et Marchesnay (1996)</p>
<b><i>Problème de gestion du personnel</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Trouver du personnel qualifié</li> <li>* Relation avec les syndicats</li> <li>* Coordonner, motiver et compenser le personnel</li> <li>* Recrutement</li> <li>* Sélection</li> <li>* Charges sociales et fiscales élevées</li> <li>* Relation avec les employés</li> </ul>	<p>Young (1996); Cromie (1991)</p> <p>Stearns et al. (1997)</p> <p>Stearns et al. (1997)</p> <p>Fillion (1996,b)</p> <p>Fortin (1986)</p> <p>Fourcade (1986)</p> <p>Kazanjian (1988)</p> <p>Lorrain et Dussault (1988)</p> <p>Julien et Marchesnay (1996)</p>



Type de problème	Nature du problème	Auteurs
<i>Problème marketing</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Fixation des prix de vente</li> <li>* Prospection, fidélisation et suivi de la clientèle</li> <li>* Dépendance d'un seul client</li> <li>* Commercialisation des produits ou services</li> <li>* Segmentation du marché</li> <li>* Distribution</li> </ul>	<p>Fillion (1996,b), Laferté (1999) Cromie (1991)</p> <p>Fillion (1996,b), Laferté (1999); Jurik (1998) Fourcade (1986); Vosikis et Glueck (1980)</p> <p>Lussier (1996); Lorrain (1990) Laferté (1999); Dagenais (1995)</p> <p>Dagenais (1995)</p> <p>Cromie (1991)</p>
<i>Problème relié à la production et aux opérations</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Promotion</li> <li>* Atteindre un niveau de vente suffisant</li> <li>* Planifier l'expansion du marché</li> <li>* Forte concurrence</li> </ul>	<p>Cromie (1991) Doddge et Robbins (1992)</p> <p>Young (1996); Cromie (1991) Kazanjian (1988)</p> <p>Alpander et al. (1990) Julien et Marchesnay (1996) Cromie (1991)</p>
<i>Problème relié à la production et aux opérations</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Locaux inadéquats</li> <li>* Approvisionnement et fournisseurs</li> <li>* Contrôle de la qualité</li> <li>* Recherche et développemnt</li> <li>* Contrôle des coûts</li> <li>* Contrôle de la production</li> <li>* Conception et développement des nouveaux produits</li> </ul>	<p>Cromie (1991)</p> <p>Cromie (1991); Kemelgor (1985); Cromie (1991); Kazanjian (1988)</p> <p>Lorrain et Dussault (1988)</p> <p>Dodge et Robbins (1992)</p> <p>Terpstra et Olson (1993) Alpander et al. (1990) Lorrain (1990)</p>
<i>Problème relié au métier de TA</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* L'insécurité financière et la précarité</li> <li>* L'isolement</li> <li>* Conciliation entre vie familiale et vie professionnelle</li> <li>* Manque de temps</li> <li>* Le stress associé au rôle du TA</li> <li>* Se vendre soi-même</li> <li>* Non accès aux mesures de protection sociale, non reconnaissance du statut et absence de représentation de groupe</li> <li>* Conflits dans l'équipe entrepreneuriale</li> <li>* S'adapter à leur nouveau statut et mentalité de salarié</li> </ul>	<p>Roy (1998,e); Fillion (1996,b) Dagenais (1995); Jurik (1998) Roy (1998,e); Fillion (1996,a,b); Perreault (1998) Jurik (1998); Fillion (1996,b)</p> <p>Cromie (1991)</p> <p>Cromie (1991) Cromie (1991)</p> <p>Roy (1998,e)</p> <p>Stearns et al. (1997) Perreault (1998)</p>

Type de problème	Nature du problème	Auteurs
<i>Problème de comptabilité</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Tenue de livre comptable</li> <li>* Manque de connaissances en comptabilité</li> <li>* Absence ou mauvais contrôle financier</li> <li>* Trésorerie et recouvrement</li> <li>* Sous-capitalisation des frais fixes</li> <li>* Profitabilité de l'activité</li> </ul>	Roy (1998,b) Jurik (1998)  Lussier (1996) Cromie (1991); Lussier (1996) Lussier (1996) Young (1996)

Ce qu'il faut retenir de l'ensemble des problèmes mentionnés dans la littérature, que ça soit en phase de pré-démarrage ou de démarrage, c'est qu'il semble que les deux principales préoccupations des TA, employeurs ou non, et des propriétaires de PME sont reliées aux problèmes financiers et marketing.

## **2. LA PRÉSENTATION DU CADRE CONCEPTUEL**

L'objectif de cette deuxième partie est de présenter le cadre conceptuel retenu pour notre étude. Nous établirons une distinction entre notre cadre conceptuel général et notre cadre conceptuel spécifique.

L'objectif de notre cadre conceptuel général sera de déterminer l'approche scientifique la plus pertinente pour expliquer l'entrepreneuship. Plus précisément, nous adopterons le modèle de André Belley (1994) et nous l'adapterons aux travailleurs autonomes étant donné que nous considérons cette forme de travail comme de l'entrepreneuship. Néanmoins, si ce modèle représentera notre cadre conceptuel général, nous verrons que la pertinence de notre étude résidera dans le développement d'un seul des facteurs de faisabilité identifié dans la modèle de Belley (1994) à savoir le réseau de contacts chez le travailleur autonome.

L'objectif de notre cadre conceptuel spécifique sera de voir comment le travailleur autonome réagit lorsqu'un problème surgit. Plus précisément, nous explorerons les acteurs qui constituent le réseau de contacts chez les travailleurs autonomes. En outre, nous analyserons les caractéristiques spécifiques de leurs réseaux de contacts, les moyens qu'ils utilisent pour développer des contacts, ce qu'ils recherchent d'un réseau et la procédure qu'ils adoptent pour gérer leurs réseaux. Nous finirons en établissant un schéma de notre cadre conceptuel spécifique.

### **2.1. Le cadre conceptuel général**

L'entrepreneuship a fait l'objet de plusieurs études. Les auteurs qui ont exploré ce phénomène ont adopté des approches différentes pour expliquer l'entrepreneuship.

Ces approches peuvent être catégorisées en trois types, à savoir l'approche individuelle, l'approche contingentielle et l'approche multidimensionnelle. Le premier courant de pensée, celui de l'approche individuelle, stipule que si l'on devient entrepreneur, c'est grâce à la possession d'un certain nombre de traits et de caractéristiques de personnalité. Dans cette perspective de recherche, on se base sur l'entrepreneur comme principale « cause » de création d'entreprise. Cette perspective individuelle cherche à découvrir ses traits de personnalité, caractéristiques psychologiques et expériences qui pourraient faire la différence entre les individus qui lancent des entreprises de ceux qui ne le font pas (Cooper et Dunkelberg, 1987).

D'après Gartner (1988), cette vision peut être relevée dans toute recherche qui tente d'identifier les caractéristiques qui différencient les entrepreneurs des non-entrepreneurs à savoir : le besoin d'accomplissement (McClelland, 1961), locus de contrôle interne (Hull, Bosley et Udell, 1982 ; Durand, 1975), propension à la prise de risque (Brockhaus, 1980), valeurs personnelles (Hornaday et Aboud, 1971), âge (Cooper, 1973), occupation des parents, attitudes sociales (Collins et Moore, 1970), ethnicité, sexe (Gomolka, 1977), classe sociale (Gould, 1969), persévérance, désir de réussir et énergie (Hismich et O'Brien, 1981), autonomie et recherche de pouvoir (Hornaday et Aboud, 1971), intelligence, créativité, prise d'initiative, désir de richesse, désir de reconnaissance, tolérance de l'ambiguïté (Hornaday et Bunker, 1970 ; Hull, Bosley et Udell, 1980), immigrants (Cooper et Dunkelberg, 1981), religion et éducation (Davids, 1963).

Ainsi dans cette approche, l'entrepreneur est l'unité d'analyse de base et les traits et caractéristiques entrepreneuriales représentent les indicateurs pour expliquer le

phénomène entrepreneurial. De même dans cette approche, on crée une relation de cause à effet entre les caractéristiques individuelles et le comportement de création d'entreprise.

Le deuxième courant celui de l'approche contingentielle. Elle évoque que l'approche des traits ne peut expliquer le phénomène de l'entrepreneurship puisque la création d'une entreprise est un phénomène contingentiel qui se fait en fonction d'un environnement. Ainsi c'est le contexte, la situation ou l'environnement favorable et non certaines caractéristiques individuelles, qui constituent les facteurs déterminants à la création d'entreprise. Selon cette approche, il faut abandonner l'étude des caractéristiques personnelles et se focaliser sur l'analyse de l'environnement, le contexte ou situation susceptible de favoriser la création d'entreprise (Shapero et Sokol, 1982; Brockhaus et Horwitz, 1986; Aldrich et Zimmer, 1986).

En outre, cette approche conçoit la création d'entreprise comme un événement contextuel, le résultat de l'influence des composantes de l'environnement. L'entrepreneur n'est qu'une unité du processus complexe de création d'entreprise. Cette perspective de recherche traite l'organisation comme le premier niveau d'analyse et l'individu n'est considéré qu'en terme des activités qu'il accomplit pour mener à bien son projet.

Enfin, l'approche multidimensionnelle pour expliquer l'entrepreneurship considère la création d'entreprise comme le résultat de l'interaction de plusieurs facteurs à savoir l'individu, l'environnement, l'organisation et le processus. En outre, ce troisième courant semble englober les deux premiers. Il combine l'approche individuelle (caractéristiques et traits personnels), l'approche contingentielle (environnement, contexte et situation) et y ajoute deux autres dimensions à savoir le processus qui fait

référence aux actions accomplies par l'entrepreneur pour créer une entreprise (Gartner, 1985), et l'organisation qui fait référence quant à elle aux stratégies compétitives et au type d'entreprise créée (Porter, 1982; Vesper, 1980). Selon cette approche, la création d'entreprise est un phénomène multidimensionnel complexe. Il ne faut pas le percevoir sous un angle exclusivement individuel ou environnemental mais plutôt comme une structure, un tout formé de parties indissociables et en interaction continue. C'est à travers l'étude de ces interactions que nous serons en mesure de comprendre l'entrepreneurship (Mitchell et Vesper, 1989; Johnson, 1990).

Au vu des concepts développés dans les deux premières approches de l'entrepreneurship, nous pourrions être amené à les considérer comme des approches unidimensionnelles. Dans la mesure qu'une préconise d'orienter la recherche en entrepreneurship vers les caractéristiques personnelles de l'individu et l'autre vers une recherche situationnelle.

Il nous semble que l'approche multidimensionnelle est la plus appropriée pour étudier le phénomène de l'entrepreneurship. D'un part, elle englobe les deux premières approches (individuelle et contingentielle) et d'autre part, elle permet d'analyser le phénomène de l'entrepreneurship selon plusieurs facettes et donc de mieux le comprendre. Nous nous contenterons de présenter un modèle multidimensionnel reconnu.

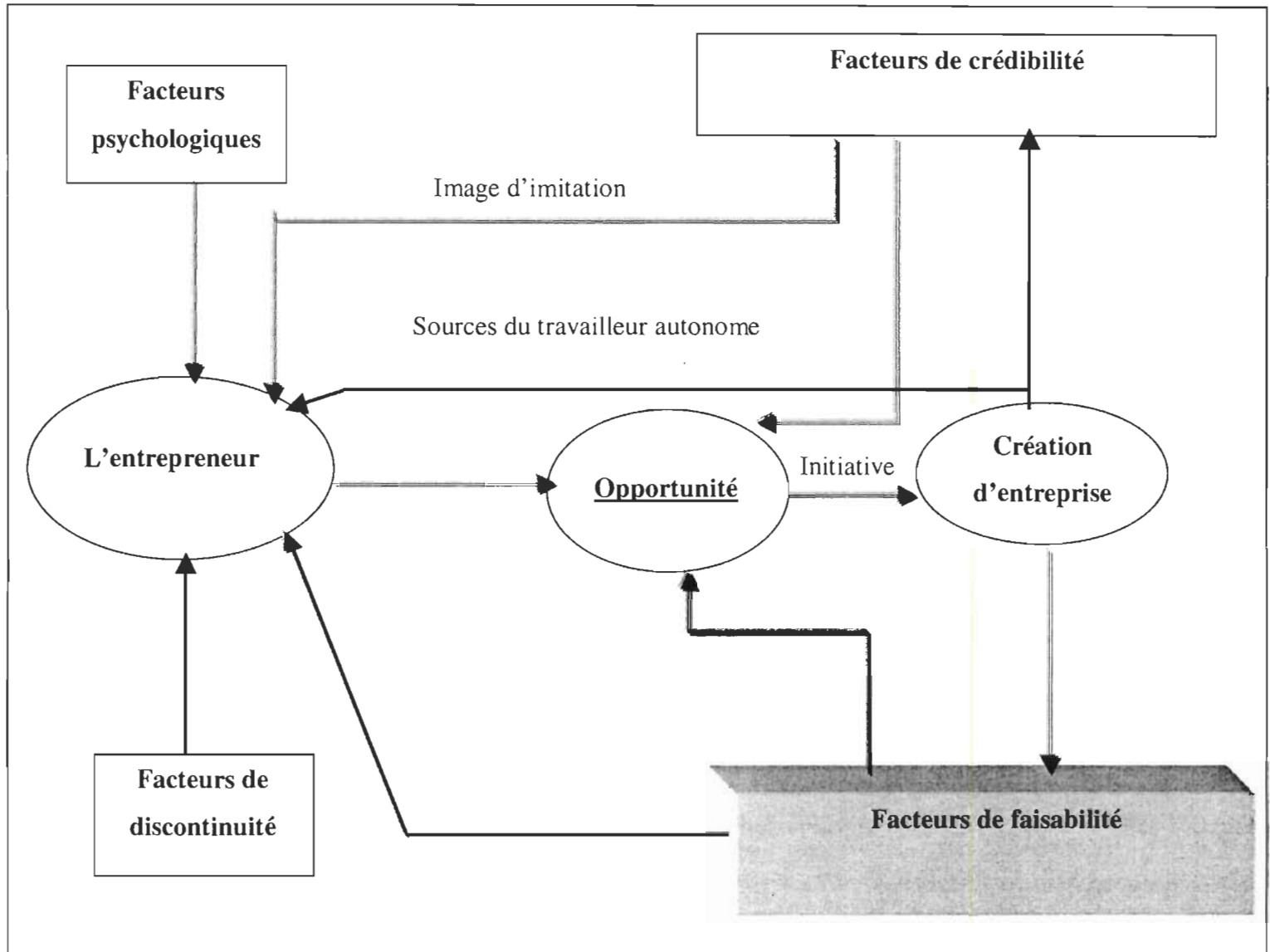
Pour en arriver à notre propre modèle, nous nous sommes référé à un modèle multidimensionnel qui intègre les diverses facettes du processus de création d'entreprise. Le modèle que nous avons choisi c'est le modèle de Belley (1994). Ce modèle stipule que la création d'entreprise passe par plusieurs phases où l'on doit retrouver dans les premières d'entre elles les facteurs de discontinuité, de crédibilité, de faisabilité, les

opportunités et les caractéristiques de l'entrepreneur. Chacun de ces facteurs a une influence certaine sur le démarrage éventuel du projet de création d'entreprise. Or, récemment, des chercheurs (Birley et Cromie, 1992) ont remarqué que le réseau de contacts personnel du propriétaire dirigeant, partie intégrante des facteurs de faisabilité, procure une aide précieuse pour le développement de son projet. Certains auteurs ont en outre trouvé une relation significative entre la création de nouvelle entreprise et le degré d'efficacité du réseau de contacts (Aldrich, Rosean et Woodward, 1987).

Par conséquent, pour notre projet d'étude, nous allons nous inspirer du modèle de Belley (voir figure 2) et l'adapter pour le TA étant donné que nous considérons cette forme d'entreprise comme de l'entrepreneuriat. Si ce modèle représente notre cadre conceptuel général, la pertinence de notre recherche réside, cependant, dans le développement d'un seul des facteurs de faisabilité identifié dans ce modèle, à savoir le réseau de contacts chez les travailleurs autonomes.

De cette attention sur le rôle particulier du réseau de contacts chez les travailleurs autonomes pour la résolution des problèmes qui peuvent surgir en phase de pré-démarrage ou de démarrage de leur projet, découlera le cadre conceptuel particulier que nous développerons ultérieurement (voir figure 3).

*Figure 2 : Cadre conceptuel général du processus de création d'entreprise  
(Belley,1994)*





## **2.2. Le cadre conceptuel spécifique**

Le travailleur autonome lors du démarrage fait face à plusieurs problèmes. Certains de ces problèmes sont liés aux aspects fondamentaux de l'exploitation de toute entreprise, comme le processus de démarrage, le financement global et les répercussions de la technologie. Ces dernières s'inscrivent dans le contexte plus vaste des circonstances extérieures qui influencent aussi les entreprises, comme la conjoncture économique et les marchés particuliers.

Le démarrage d'une nouvelle entreprise représente un défi pour beaucoup de travailleurs autonomes. Ainsi pour faire face à ces difficultés le réseau de contacts constitue une solution adéquate à la résolution de leurs problèmes. La question qui se pose est « Est-ce que tous les réseaux peuvent être considérés comme un outil stratégique pour faire face aux problèmes de démarrage? ».

Dans la partie de la revue de la littérature nous avons essayé de faire un tour d'horizon sur les points suivants :

- La définition du réseau de contacts
- Les principaux problèmes rencontrés lors de la phase de pré-démarrage et/ou de démarrage
- Les acteurs du réseau de contacts
- Le fonctionnement du réseau de contacts
- L'utilisation du réseau de contacts
- Les caractéristiques du réseau de contacts
- La gestion du réseau de contacts
- L'évaluation du réseau de contacts

L'ensemble de ces dimensions comme nous l'avons mentionné précédemment, nous les avons empruntées à la littérature relative à l'entrepreneuriat. Cependant dans notre cadre conceptuel spécifique nous allons décrire ces aspects par rapport au TA. Autrement dit, nous allons explorer les principales catégories de problèmes que le TA affronte en phase de pré-démarrage et/ou de démarrage. De même, comme nous l'avons présenté précédemment, le réseau de contacts est un outil adéquat pour affronter ces difficultés. A cet effet, le TA a recours à cet outil mais la question qui se pose est la suivante :

Est-ce que le TA est conscient de l'ensemble des facteurs qui lui permettent de mieux exploiter son réseau de contacts?.

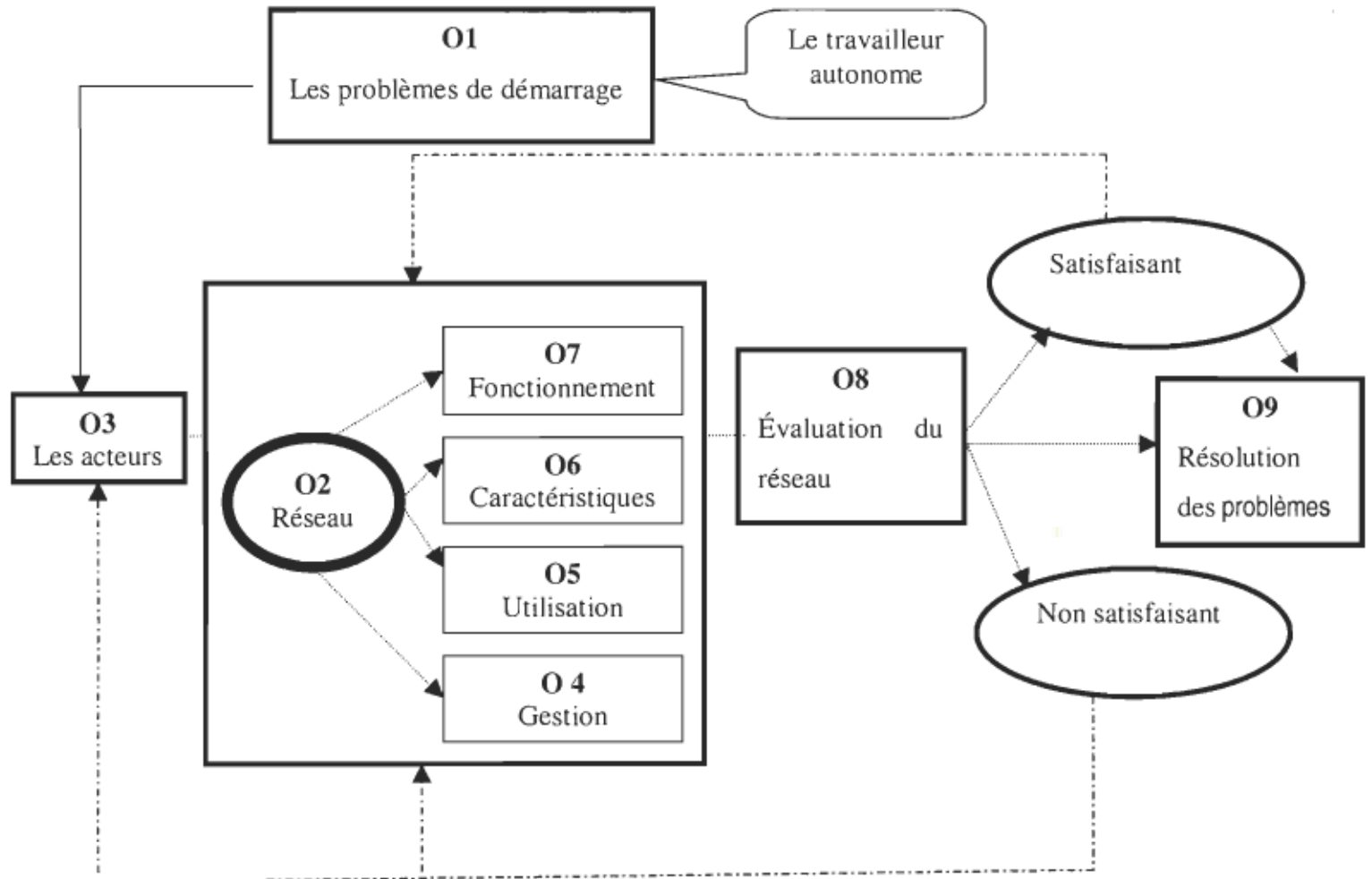
Pour répondre à cette question, nous allons essayer tout d'abord de cerner la conception qu'il a du réseau de contacts. Ensuite, nous allons explorer les acteurs qui le constituent. Nous allons voir aussi les caractéristiques spécifiques de son réseau, les moyens qu'il utilise pour développer des contacts, c'est à dire son fonctionnement, ce qu'il recherche d'un réseau et la procédure qu'il adopte pour gérer ce réseau.

Après avoir exploré ces quatre dimensions à savoir, la conception, le fonctionnement, la gestion, l'utilisation et les caractéristiques du réseau, nous allons voir si les travailleurs autonomes sont satisfaits de leur réseau, autrement dit si le réseau leur procure les solutions et le soutien nécessaires pour faire faces aux difficultés auxquelles ils vont face. Dans le cas contraire, nous essayerons de voir si le travailleur autonome procède à une réévaluation de son réseau afin qu'il soit plus opérationnel.

Enfin, nous avons choisi d'explorer ces dimensions parce que la littérature a révélé que la pertinence du soutien que procure le réseau dépende du degré d'implication de l'individu envers son réseau de contacts. Cette implication, se manifeste par

l'importance accorder à chacune des dimensions à savoir la gestion, l'utilisation, le fonctionnement, les acteurs, les caractéristiques et l'évaluation du réseau de contacts

Figure 3 : Le cadre conceptuel spécifique



### **3. LA METHODOLOGIE RETENUE**

L'objectif de cette troisième partie est d'établir la méthodologie qui guidera notre réflexion et nous permettra d'atteindre nos objectifs. Autrement dit, dans cette troisième partie, nous allons expliquer la méthode d'échantillonnage, les objectifs de recherche, la collecte des données ainsi que leur traitement, le pré-test du questionnaire, le questionnaire final, les méthodes d'analyse et enfin la définition opérationnelle des variables.

#### **3.1. Le choix de l'étude**

Face à un problème de gestion donné, le chercheur peut décider soit de l'explorer, de le décrire ou de l'expliquer en vue de le résoudre (Murdick, 1969; Forcese et Richer, 1973; Selltiz et al., 1977; Mason et Bramble, 1978; Babbie, 1979; Emory, 1980; Ouellet, 1981). Ainsi, nous nous retrouvons face à trois objectifs différents qui ont une incidence sur le choix de la méthodologie la plus adéquate pour l'élaboration de l'analyse souhaitée (Bordeleau, 1993).

Les études sur le réseau de contacts sont axées sur l'exploration de ce phénomène auprès des entrepreneurs. Mais à notre connaissance et suite à nos recherches, le phénomène de réseau de contacts auprès des travailleurs autonomes n'a pas bénéficié d'autant d'attention, bien que beaucoup d'études aient démontré l'importance du réseau de contacts pour résoudre les problèmes de démarrage d'entreprise (Roy, 1998-08)

Les études portant sur les travailleurs autonomes se limitent davantage à la description des motivations qui les poussent à se lancer en affaires ou à l'établissement

d'une dichotomie entre les travailleurs autonomes et les entrepreneurs bien qu'elle ne soit pas souvent très clair.

L'état actuel de la recherche sur le réseau de contacts nous amène à procéder à une étude exploratoire. En effet, nous visons à avoir un aperçu du réseau de contacts des travailleurs autonomes et à vérifier si ces derniers qui possèdent un réseau de contacts avec des caractéristiques bien particulières, peuvent mieux affronter les problèmes de démarrage que les autres. Néanmoins, le but de cette étude ne vise pas à contribuer directement à la résolution des problèmes de démarrage mais à identifier une alternative pour les travailleurs autonomes d'où la nature exploratoire de notre étude.

De même, nous irons au-delà de l'identification du phénomène du réseau de contacts chez le travailleur autonome pour essayer de décrire ses caractéristiques et son fonctionnement ainsi que le but qui le pousse à adhérer à un réseau, d'où le deuxième aspect de notre recherche qui sera descriptive (Brisoux, 1997).

Selon Bordeleau (1993), l'approche descriptive offre une panoplie d'activités qui cherchent particulièrement à tracer un portrait d'une réalité par l'énumération détaillée des différentes caractéristiques d'une situation ou d'un problème. Les choix méthodologiques sont basés sur la nature de la recherche descriptive (Aktouf, 1990), puisqu'elle vise une meilleure connaissance du phénomène de réseau de contacts chez une cible bien particulière, à savoir ici, les travailleurs autonomes. En effet, l'utilisation de cette approche nous permet de ressortir les différentes caractéristiques qui entourent cette problématique.

Le choix du type d'étude peut être défini comme étant la stratégie de recherche (Yin, 1994). Eisenhardt (1989) a distingué cinq grands types de stratégie de recherche à

savoir la recherche action, l'enquête, l'analyse d'archives et de documents, l'analyse historique et les études de cas.

Le problème auquel fait face tout chercheur est de choisir l'une des stratégies qui soit la plus appropriée pour son étude. Ainsi, Yin (1994) postule que le choix de l'étude doit être effectué en fonction du type de questions de recherche, du niveau de contrôle exercé par le chercheur et en fonction de l'aspect temporel du phénomène à étudier.

Le sujet que nous avons choisi d'explorer, à savoir le réseau de contacts chez les travailleurs autonomes en phase de démarrage d'entreprise, est tout récent. Cependant, peu de chercheurs ont exploré ce phénomène. En ce sens, les stratégies de recherches basées sur l'analyse d'archives et de document historique ne nous fourniront pas l'aide nécessaire pour la compréhension de ce phénomène. De même, la recherche action ne nous sera pas d'une grande utilité, étant donné que nous ne contrôlons pas toutes les variables à étudier.

Après avoir écarté la recherche action et l'analyse d'archives et de documents, nous avons opté pour une méthodologie au regard de notre objet de recherche, le rôle du réseau de contacts dans la résolutions des problèmes inhérents au démarrage d'une entreprise chez un travailleur autonome.

Ainsi, comme notre recherche est de nature exploratoire et descriptive, nous avons alors opté pour la stratégie d'enquête, à l'aide d'un questionnaire auto-administré par opposition aux autres stratégies comme le «focus group», l'entrevue en profondeur structurée ou semi-structurée ou l'étude de cas. Ce choix peut être justifié par le fait que la tactique de l'enquête nous donnera un aperçu sur les réseaux de contact d'un nombre important de travailleurs autonomes par rapport aux autres méthodes. De même, cette stratégie nous permettra d'avoir une idée plus éclairée sur les profils des TA surtout que

nous avons ciblé 182 TA ce qui n'est pas le cas pour les autres stratégies. En outre, la stratégie d'enquête nous paraît totalement en adéquation avec nos objectifs de recherche.

### **3.2. Les objectifs de recherche**

En ce qui concerne l'identification du rôle que joue le réseau de contacts dans la résolution des problèmes de pré-démarrage et/ou démarrage nous nous sommes fixés les objectifs suivants qui répondent aux questions de recherche :

- *Objectif 1* : Identifier les catégories des problèmes de pré-démarrage et/ou de démarrage auxquels fait face le TA
- *Objectif 2* : Décrire la conception qu'a le TA du réseau de contacts
- *Objectif 3* : Décrire les acteurs qui constituent le réseau de contacts du TA
- *Objectif 4* : Décrire la gestion du réseau de contacts par le TA
- *Objectif 5* : Décrire les motivations inhérentes à l'utilisation du réseau de contacts par le TA
- *Objectif 6* : Décrire les caractéristiques du réseau de contacts du TA
- *Objectif 7* : Décrire le fonctionnement du réseau de contacts du TA
- *Objectif 8* : Décrire l'évaluation du réseau de contacts par le TA
- *Objectif 9* : Identifier la contribution du réseau de contacts dans la résolution des problèmes de pré-démarrage et/ou démarrage auxquels le TA est confronté.

### **3.3. L'échantillon**

La population que nous ciblons dans notre étude est celles des travailleurs autonomes. Notre cible concerne particulièrement les travailleurs autonomes qui envisagent de lancer leurs affaires ou qui sont en exercice depuis moins d'une année.

Ces travailleurs autonomes peuvent appartenir à des secteurs d'activités différents. Nous laisserons de côté l'examen des dissimilarités dans les réseaux de contacts selon le secteur d'activités.



Idéalement, l'étude devrait porter sur tous les travailleurs autonomes du Québec. Néanmoins, pour des questions d'ordre pratique, nous nous limiterons aux travailleurs autonomes situés dans la ville de Québec et dans la région de la Mauricie. Le choix de la ville de Québec, comme cadre géographique de l'étude, est motivé par le fait que c'est une ville où nous retrouvons une forte concentration de centres locaux de développement et de centre de formation en entrepreneuriat, organismes qui sont très en contact avec notre cible.

En ce qui concerne la taille de l'échantillon, 182 travailleurs autonomes était prévu car c'est un nombre à partir duquel on peut statiquement faire ressortir des tendances pertinentes. De même, il est à noter que des difficultés pour administrer le questionnaire pouvaient émerger du fait que les associations des travailleurs autonomes ne disposent pas de base de données susceptibles d'identifier cette population. Par conséquent, nous nous visée un échantillon de cette taille.

### **3.4. La procédure d'échantillonnage**

Le choix de la technique de sélection de l'échantillon dépend très largement du questionnement qui est à l'origine de la recherche, de la population étudiée ainsi que de diverses contraintes matérielles et financières. Ainsi des contraintes logistiques (possibilité réduite de déplacement) et financières (budget réduit) de la part du chercheur confortent le choix méthodologique.

Lors de nos recherches, nous avons eu de la difficulté pour atteindre notre cible. En effet, il n'existe pas de liste exhaustive précisant les coordonnées de la population québécoise des travailleurs autonomes.

Pour ce faire, nous avons décidé d'avoir recours à la technique d'échantillonnage de commodité ou dit de « convenance ». Selon cette approche, le chercheur sélectionne les unités d'échantillonnage en fonction de leur disponibilité. De même, cette technique est fortement conseillée lors d'études préliminaires ou exploratoires ou en cours du pré-test d'un questionnaire d'enquête (Deslaurier, 1991).

Nous avons donc conclu des ententes avec les organismes tel que les centres locaux de développements (CLD) et un centre de formation en entrepreneuriat (CFEE).

### **3.5. L'instrument de mesure**

L'objectif de cette section est d'expliquer comment nous sommes parvenus à établir une première version du questionnaire, comment nous avons effectué un pré-test du questionnaire auprès de quelques TA désireux de se lancer en affaires, quels constats nous avons pu tirer de ce pré-test et quels furent les ajustements qui ont été apportés au questionnaire initiale à la suite du pré-test.

Ensuite, après avoir présenté la version finale de notre questionnaire nous expliquerons sur quels critères nous avons sélectionné les TA en phase de démarrage. Nous exposerons enfin, quelles sont les questions que nous avons retenues pour mesurer :

- La conception qu'a le TA du réseau de contacts
- Les problèmes de pré-démarrage et ou de démarrage
- Le fonctionnement du réseau de contacts
- La gestion du réseau de contacts
- Les acteurs du réseau de contacts

→ Les caractéristiques du réseau de contacts

→ L'utilisation du réseau de contacts

→ L'évaluation du réseau de contacts

### **3.5.1. La première version du questionnaire**

Après les recherches préliminaires, basées sur une consultation documentaire approfondie (revues professionnelles, magazines, journaux d'affaires, revues scientifiques, communications scientifiques, actes des colloques et séminaires, publications gouvernementales et sites Web), qui nous ont permis de mieux cerner notre problématique de recherche, l'étape suivante a consisté en l'élaboration d'un questionnaire. Cette partie représente, en quelque sorte, la charnière dans le travail de notre recherche. La théorie bascule ici à la pratique. C'est la phase d'opérationnalisation de la recherche qui se réalise à travers la construction d'un outil de recherche.

Notre instrument de mesure est un questionnaire élaboré de façon à répondre aux objectifs de l'étude tout en tenant compte du fait qu'il sera auto-administré. Il s'inspire de deux questionnaires. Le premier est celui de Woodward.(1988) dans son étude empirique « *A social network theory of entrepreneurship : an empirical study* ». Dans son étude, l'auteur a essayé de mettre en exergue la relation entre le réseau de contacts et l'entrepreneurship. En d'autres termes, il a essayé de donner un éclaircissement sur l'importance du réseau de contacts dans le développement et le dynamisme de l'activité de l'entrepreneuriat. Le deuxième questionnaire que nous avons utilisé, s'inspire de l'étude de Laferté (2000) qui porte sur « *Le diagnostic des besoins de soutien des travailleurs autonomes : Problèmes managériaux et pistes de solution* ». Dans son étude, nous avons surtout repris la partie portant sur les problèmes de démarrage pour les

travailleurs autonomes. Le questionnaire que nous avons élaboré, en s'inspirant des deux études citées ci-dessus, fut toutefois adapté pour les besoins spécifiques de notre recherche.

Le premier choix dans la construction du questionnaire concerne l'organisation générale. Une approche « technique » dans le questionnement a donc été choisie. Ainsi, nous avons élaboré un premier questionnaire composé de quatre sections.

La première section du questionnaire regroupe des questions en vue d'obtenir des informations sur le réseau de contacts chez les travailleurs autonomes, à savoir le nombre d'acteurs qui constitue leur réseau, les caractéristiques dominantes dans leur réseau ainsi que le temps consacré pour maintenir et développer des liens.

La deuxième section présente des informations personnelles sur les répondants à savoir les indications socio-démographiques, leur niveau scolaire et leur degré d'implication dans les associations.

La troisième section porte sur le milieu familial des répondants notamment le milieu dans lequel ils ont vécu. Nous avons voulu savoir si l'appartenance à une famille en affaires peut avoir un impact ou non sur l'efficacité du réseau du travailleur autonome.

La dernière partie du questionnaire met en relief les expériences personnelles de notre cible afin d'avoir une idée si l'ancienne profession des répondants a eu un impact sur les caractéristiques de leur réseau. De même, nous avons souhaité rechercher les motivations inhérentes à leurs participations à des activités afin de savoir ce qu'ils recherchent d'un réseau.

Le deuxième choix concerne la nature des questions posées, à savoir s'il faut présenter des questions fermées, semi-fermées (ou semi-ouvertes) ou ouvertes. Notre choix a été de proposer un questionnaire avec des questions fermées afin de mieux cerner les données recueillies et faciliter le codage pour l'analyse statistique.

### **3.5.2. Le pré-test du questionnaire.**

Ainsi, une première version du questionnaire a été soumise à dix travailleurs autonomes désireux de se lancer en affaires. Ceci nous a permis d'évaluer le degré de compréhension des questions, le temps nécessaire pour y répondre (10 à 15 minutes), d'éliminer les sources possibles d'ambiguïté, d'améliorer la formulation de nos questions et d'ajouter des nouvelles questions

En effet, ce pré-test du questionnaire, bien qu'il ait été effectué sur un petit échantillon, nous a été très utile et nous a permis d'insérer de nouvelles questions afin de mieux exploiter les résultats de notre étude. Suite aux remarques recueillies auprès de ce petit échantillon, nous avons procédé aux modifications suivantes et construit un deuxième questionnaire.

Tout d'abord, le questionnaire que nous avons présenté plus haut contient quatre sections avec 1) l'utilisation du réseau de contacts, 2) les informations personnelles des répondants, 3) leur famille et 4) leur expérience professionnelle. Au regard des commentaires des 10 répondants, nous avons jugé plus pertinent de réorganiser et d'inclure des nouvelles sections plus en rapport avec notre étude.

Ces modifications ont pour résultat de faciliter aux répondants la compréhension de l'objet de notre étude et d'offrir une suite logique de question pour les répondants. De même, elles nous permettront de faciliter l'exploitation de nos résultats et de survoler l'ensemble des aspects de notre étude.

### ***3.5.3. Le questionnaire final***

Compte-tenu des résultats du pré-test et de l'objet de notre étude, nous avons construit une nouvelle version du questionnaire ( voir annexe 2).

Le nouveau questionnaire est constitué de dix sections à savoir :

1. Des informations sur le répondant afin de mieux situer le travailleur autonome en phase de démarrage.
2. Des informations relatives aux principales catégories de problèmes auxquels fait face le travailleur autonome.
3. Des informations sur la conception ou la définition que le travailleur autonome a du réseau de contacts.
4. Des informations sur le fonctionnement du réseau de contacts et plus particulièrement, les moyens utilisés pour créer et/ou entretenir des relations.
5. Des informations sur la manière selon laquelle le travailleur autonome procède ou gère son réseau de contacts.
6. Des informations sur les acteurs ou les membres qui constituent son réseau de contacts.
7. Des informations sur les caractéristiques de son réseau de contacts.
8. Des informations sur l'utilisation du réseau de contacts, plus particulièrement quand un travailleur autonome aura-t-il recours à un réseau.
9. Des informations sur la méthode entreprise par le travailleur autonome pour évaluer son réseau, autrement dit, de savoir si le réseau arrive à satisfaire ses besoins et résoudre ses problèmes inhérents au démarrage de son projet.
10. Des informations d'ordre socio-démographique sur le TA.

### ***3.5.3.1. Mesure des critères distinctifs du travailleur autonome en phase de démarrage***

La sélection des travailleurs autonomes en phase de démarrage sera mesurée par deux questions. Les deux questions sont fermées, la première (Q n°1) propose quatre choix et la deuxième (Q n°2) trois choix.

#### **1- Depuis quand avez-vous lancé votre propre entreprise ?**

- ☐ En train de la créer
- ☐ Moins de 6 mois
- ☐ De 6 à 12 mois
- ☐ Plus d'un an

#### **2- Si vous avez déjà démarré votre entreprise, quel est le nombre d'employés (Excluant vous-même) ?**

- ☐ Aucun employé
- ☐ De 1 à 4 employés
- ☐ Plus de 5 employés

La première question nous permettra de mieux cerner si le travailleur autonome envisage de se lancer en affaires ou s'il est déjà en affaires. Pour cette première interrogation, nous avons pris comme critère de sélection la date du début de leur exercice. Pour la deuxième question -qui concerne uniquement les personnes qui sont déjà en affaires- nous avons utilisé le nombre d'employés comme critère de sélection supplémentaire puisque nous considérons que les personnes déjà lancées en affaires et ayant plus de cinq employés ne correspondent pas à notre cible et appartiennent plus à la catégorie des entrepreneurs.

Il est à noter que notre questionnaire ne reprend pas les questions relatives à toutes les caractéristiques du profil du travailleur autonome, et cela pour plusieurs raisons. D'une part, nous avons remarqué que si nous insérions ces mesures, le temps nécessaire pour remplir le questionnaire serait trop long et par conséquent, nous

risquions d'avoir un taux de réponse très faible. D'autre part, les organismes avec qui nous avons collaboré connaissaient suffisamment le profil du travailleur autonome pour bien choisir les répondants.

### ***3.5.3.2. Mesure de la conception du réseau de contacts***

Afin d'avoir une idée de la conception qu'a le travailleur autonome du réseau, nous nous sommes contentés d'une seule question à quatre choix (Q n°3).

#### **3- Quelle est pour vous la meilleure définition du réseau de contacts :**

- ☐ L'ensemble des liens que j'entretiens avec mon entourage proche susceptibles de m'aider dans mon projet.
- ☐ L'ensemble des liens que j'entretiens avec les professionnels susceptibles de m'aider dans mon projet.
- ☐ L'ensemble des liens que j'entretiens avec mon entourage proche et les professionnels susceptibles de m'aider dans mon projet.
- ☐ Autre, merci de préciser :

Nous avons utilisé une seule question parce que selon la définition qu'il donnera, nous pourrions aboutir à la conception qu'il a du réseau à savoir, si le travailleur dans sa conception du réseau, regroupe l'ensemble des liens établis dans son vécu quotidien susceptibles de l'aider à acquérir les ressources nécessaires pour la création de son projet, ou bien, le réseau est plus les liens qu'il entretient avec son entourage proche uniquement ou avec les professionnels de façon distincte.

### ***3.5.3.3. Mesure des problèmes de démarrage***

Les problèmes inhérents au démarrage auxquels fait face le travailleur autonome seront mesurés par le biais de trois questions.



**4- Lors de la phase de démarrage, quels sont les problèmes que vous avez rencontrés ? (vous pouvez cocher une ou plusieurs cases)**

- ☐ Problèmes de gestion, d'accès à l'information
- ☐ Problèmes de gestion du personnel
- ☐ Problèmes de comptabilité
- ☐ Problèmes de financement
- ☐ Problèmes reliés au marketing et à la vente
- ☐ Problèmes reliés à la production et aux opérations
- ☐ Problèmes reliés au métier de TA

**5- Indiquez le degré d'importance de ces problèmes :**

	Non applicable	Ce n'est pas un problème	Pas important	Moyennement important	Assez important	Très important
Problèmes de gestion, d'accès à l'information	1	2	3	4	5	6
Problèmes de gestion du personnel	1	2	3	4	5	6
Problèmes de comptabilité	1	2	3	4	5	6
Problèmes de financement	1	2	3	4	5	6
Problèmes reliés au marketing et à la vente	1	2	3	4	5	6
Problèmes reliés à la production et aux opérations	1	2	3	4	5	6
Problèmes reliés au métier de TA	1	2	3	4	5	6

**6- Lorsque vous êtes confrontés à un de ces problèmes, vous avez recours à :**

- ☐ Guichet d'informations sur les services et les programmes d'aide au démarrage offert par les organismes
- ☐ Regroupement de jeune entrepreneurs dans un but de soutien et d'entraide mutuelle (clubs et associations, etc.)
- ☐ Entourage proche (famille et amis)
- ☐ Entourage professionnel (comptable, avocat, banquier)
- ☐ Internet
- ☐ Autres, merci de préciser :

La première question est constituée de sept choix (Q n°4) pour cerner la nature des problèmes les plus répandus chez les travailleurs. La deuxième (Q n°5) est constituée de six échelles allant de 1 « ne s'applique pas » à 6 « très important » afin de

ressortir le degré d'importance de ces problèmes. La troisième question (Q n°6) est constituée de six choix et a pour objectif de cerner les sources d'informations adoptées par le travailleur autonome pour l'aider à résoudre ses problèmes de démarrage. Autrement dit, nous allons essayer de savoir si le réseau est l'une des sources d'information pour aider le TA à surpasser ses difficultés.

#### **3.5.3.4. Mesure du fonctionnement du réseau**

Pour mesurer comment les travailleurs autonomes procèdent pour créer et/ou entretenir des relations, nous avons utilisé deux questions.

##### **7- Participez-vous à des activités para-professionnelles ?**

	Ne s'applique pas	Rarement	Occasionnellement	Souvent
Associations	1	2	3	4
Clubs	1	2	3	4
Forums, séminaires et conférences	1	2	3	4
Autres (merci, de préciser)				

##### **8- Qu'attendez-vous de ces activités para-professionnelles ?**

- ☐ Contacts d'affaires : clients potentiels, etc.
- ☐ Intérêts généraux : être au courant de mon environnement
- ☐ Soutien moral et aide
- ☐ Apprentissage et information
- ☐ Échange d'idées
- ☐ Autres, merci de préciser :

La première (Q n°7) nous éclaire sur le degré d'implication des travailleurs autonomes dans les activités para-professionnelles. Nous avons utilisé quatre échelles allant de « ne s'applique pas » à « souvent » La deuxième question (Q n°8) comporte

six choix et nous donne un aperçu de ce qu'un travailleur recherche en participant à des activités para-professionnelles.

#### ***3.5.3.5.Mesure de la gestion du réseau***

La manière selon laquelle le travailleur autonome procède pour gérer son réseau est mesurée à travers six questions.

**9- Faites-vous une liste des types de contacts dont vous avez besoin ?**

- ☐ Oui
- ☐ Non

**10- Formulez-vous un objectif à atteindre pour chaque type de contacts ( sur cette même liste que vous établissez) ?**

- ☐ Oui
- ☐ Non

**11- Dans cette même liste, précisez-vous le moyen de contact le plus adéquat (téléphone, fax, courrier, courriel ou face à face) pour chaque membre ?**

- ☐ Oui
- ☐ Non

**12- Attribuez-vous un budget pour chaque type de contacts de cette même liste ?**

- ☐ Oui
- ☐ Non

**13- À combien d'heures par semaine, estimez-vous avoir investi à développer un réseau de contacts avec lequel vous pouviez discuter de divers aspects sur le lancement en affaires et sur la gestion de votre affaire ?**

- ☐ De 1 heure à 5 heures par semaine
- ☐ De 6 heures à 11 heures par semaine
- ☐ De 12 heures à 19 heures par semaine
- ☐ Plus de 20 heures par semaine

**14- A combien d'heures par semaine, estimez-vous avoir investi à maintenir ce réseau de contacts avec lequel vous pouviez discuter de divers aspects sur le lancement en affaires et sur la gestion de votre affaire ?**

- ☐ De 1 heure à 5 heures par semaine
- ☐ De 6 heures à 11 heures par semaine

- De 12 heures à 19 heures par semaine
- Plus de 20 heures par semaine

Pour quatre questions, nous avons eu recours à des échelles dichotomiques. La première de ces questions (Q n°9) nous permettra de vérifier si le travailleur autonome prépare une liste des personnes auxquelles il s'adressera en fonction de ses besoins ou pour faire face à ses problèmes. La deuxième (Q n°10) nous permet de savoir si le travailleur autonome dresse un objectif à atteindre pour chaque type de contact de son réseau. La troisième question (Q n°11) nous éclaire plus sur la procédure de sélection des moyens appropriés pour chaque membre de son réseau. La quatrième question (Q n°12) nous informera si le travailleur autonome consacre un budget pour entretenir ses relations avec les membres de son réseau.

En ce qui concerne la cinquième et la sixième question pour mesurer la gestion du réseau par le travailleur autonome, nous avons utilisé des questions fermées à quatre choix. L'une de ces questions (Q n°13) nous informe sur le temps alloué par un travailleur autonome pour développer des contacts tandis que l'autre question (Q n°14) concerne plus le temps qu'il consacre pour maintenir son réseau de contacts.

### ***3.5.3.6. Mesure des acteurs du réseau***

Pour mesurer les acteurs qui constituent le réseau de contacts du travailleur autonome, nous avons eu recours à trois questions.

**15- Avec combien de personnes, estimez-vous avoir parlé de divers aspects sur le lancement en affaires ou sur la gestion de votre affaire ?**

- ☐ De 1 à 5 personnes
- ☐ De 6 à 11 personnes
- ☐ Plus de 12 personnes

**16- Parmi votre entourage, veuillez nous faire la liste des cinq personnes avec lesquelles vous vous sentiez le plus confortable et le plus à même de discuter sérieusement de vos projets d'affaires :**

Personne 1 : .....

Personne 2 : .....

Personne 3 : .....

Personne 4 : .....

Personne 5 : .....

**17- Veuillez préciser le lien qui existe entre ces cinq personnes et vous-mêmes?**

	Personne 1	Personne 2	Personne 3	Personne 4	Personne 5
Famille					
Amis					
Colloques					
Consultants (avocat, comptable, etc)					
Banquier					
Fournisseurs					
Clients					
Autres, merci de préciser :					

La première question (Q n°15) est fermée et composée de trois choix. Ces choix nous permettent de savoir si le travailleur autonome a un réseau très grand ou pas. La deuxième question (Q n°16) a pour objectif de restreindre le nombre du réseau de contacts à cinq personnes afin de mieux cerner les caractéristiques du réseau par la suite. La troisième question (Q n°17) nous permettra de connaître la nature de la relation qu'entretient le travailleur autonome avec les membres de son réseau. Ainsi, selon la nature des liens qu'a le travailleur autonome avec ces cinq personnes, nous pouvons savoir si son réseau est plus de nature formelle (c'est-à-dire, constitué de personnes dans le domaine professionnel) ou est un réseau de nature informel (c'est-à-dire, constitué en majorité des membres de la famille et des amis). Pour ce faire, nous avons utilisé sept choix pour chacune des cinq personnes.

### 3.5.3.7. Mesure des caractéristiques du réseau

Pour avoir un aperçu sur les caractéristiques du réseau de contacts du travailleur autonome, nous avons étudié le statut, l'activité du réseau, la densité, l'intensité, la force des liens et la diversité de l'âge et du sexe de chacun des membres du réseau de contacts, à travers 8 questions (Q n° 18 à Q n° 25).

**18- Veuillez bien nous indiquer s'il existe un lien quelconque entre ces cinq personnes :**

	Aucun lien (étranger)	Plus ou moins liées	Très liées	incertain
Personnes 1 et 2				
Personnes 1 et 3				
Personnes 1 et 4				
Personnes 1 et 5				
Personnes 2 et 3				
Personnes 2 et 4				
Personnes 2 et 5				
Personnes 3 et 4				
Personnes 3 et 5				
Personnes 4 et 5				

**19- Veuillez nous indiquer leur âge :**

	Moins de 25 ans	Entre 26 à 35 ans	Entre 36 à 45 ans	Entre 46 à 54 ans	Plus de 55 Ans
Personne 1					
Personne 2					
Personne 3					
Personne 4					
Personne 5					

**20- Veuillez nous indiquer leur sexe :**

	Masculin	Féminin
Personne 1		
Personne 2		
Personne 3		
Personne 4		
Personne 5		

**21- Depuis combien de temps connaissez-vous ces personnes ?**

	Moins de 6 mois	De 1 an à 3 ans	Plus de 3 ans
Personne 1			
Personne 2			
Personne 3			
Personne 4			
Personne 5			

**22- Quel est le temps alloué à chacune des cinq personnes ?**

	1 h à 5 h	6 h à 19 h	Plus de 20 h
Personne 1			
Personne 2			
Personne 3			
Personne 4			
Personne 5			

**23- Comment les avez-vous rencontrées ?**

	Par moi-même	Par une tierce personne
Personne 1		
Personne 2		
Personne 3		
Personne 4		
Personne 5		

**24- Est-ce que la tierce personne est l'une des 5 personnes citées auparavant (dans la Q n°16)?**

	Oui	Non
Personne 1		
Personne 2		
Personne 3		
Personne 4		
Personne 5		

**25- Quelle est la relation entre la tierce personne, s'il y a lieu? (vous pouvez cocher plus d'une réponse)**

- ☐ Famille
- ☐ Amis
- ☐ Collègues
- ☐ Consultants
- ☐ Banquier
- ☐ Fournisseurs
- ☐ Clients
- ☐ Autres, merci de préciser :

Pour mesurer la densité du réseau du travailleur autonome, c'est à dire le nombre d'interrelations entre les membres du réseau, nous avons utilisé trois questions. La première question (Q n°18) contient quatre choix, la deuxième (Q n°23) deux choix et pour la troisième question nous avons utilisé une échelle dichotomique.

Pour mesurer la diversité des membres du réseau du travailleur autonome selon l'âge et le sexe, nous avons utilisé deux questions (Q n°19, Q n°20) L'une porte sur les tranches d'âge des membres constituant le réseau et l'autre sur la diversité du sexe ce qui nous permet de voir la proportion des membres du réseau qui sont d'un sexe différent du travailleur autonome.

Pour mesurer l'intensité, c'est à dire la durée moyenne des relations du travailleur autonome avec les membres de son réseau, nous avons utilisé une seule question (Q n°21) fermée constituée de trois choix.

Enfin pour mesurer l'activité du réseau du travailleur autonome, cette caractéristique faisant référence aux fréquences d'interactions entre le travailleur autonome et les membres de son réseau, nous avons posé une seule question (Q n°22) fermée constituée de quatre choix. Cette question nous informe sur le nombre d'heures que le travailleur autonome consacre aux membres de son réseau.

#### ***3.5.3.8.Mesure de l'utilisation du réseau***

Ici; nous avons eu recours à une seule question (Q n°26) qui offre six choix. Ainsi, lorsque le travailleur autonome précise quand il a recours aux membres de son réseau, nous pouvons savoir la nature des services que le réseau lui offre.



## 26- Qu'attendez-vous des cinq personnes ?

	Assistance juridique	Assistance comptable	Assistance financière	Assistance morale	Assistance organisationnelle (gestion du personnel, répartition des tâches)	Assistance opérationnelle (production et stratégie)	Autres, merci de préciser
Personne 1							
Personne 2							
Personne 3							
Personne 4							
Personne 5							

### 3.5.3.9. Mesure de l'évaluation du réseau de contacts

Pour mesurer ces variables nous avons eu recours à quatre questions

## 27- Quel est votre degré de satisfaction de l'assistance que vous avez reçue des cinq personnes ?

	Pas du tout pertinente	Peu pertinente	Moyennement pertinente	Assez pertinente	Très pertinente
Personne 1					
Personne 2					
Personne 3					
Personne 4					
Personne 5					

## 28- Est-ce que les cinq personnes vous ont donné une réponse plus éclairée à la résolution de vos problèmes de démarrage ?

	Oui	Non
Personne 1		
Personne 2		
Personne 3		
Personne 4		
Personne 5		

## 29- Est-ce que la participation à des activités para-professionnelles vous ont donné une réponse plus éclairée à la résolution de vos problèmes de démarrage?

- ☐ Oui  
☐ Non

## 30- Dans le cas où votre réseau de contacts (le groupe de cinq personnes ou activités para-professionnelles) ne vous apporte pas l'assistance nécessaire à la résolution de vos problèmes de démarrage, re-évaluez-vous la manière dont vous avez créé et entretenu votre réseau ?

- ☐ Oui  
☐ Non

La première question (Q n°27) nous informe sur le degré de pertinence de l'assistance reçue des membres de son réseau, c'est-à-dire nous allons voir si le réseau du travailleur autonome est satisfaisant ou non et cette variable est mesurée sur une échelle à 5 choix. La deuxième question (Q n°28) nous permet de savoir si le réseau actuel du travailleur autonome lui permet de faire face aux problèmes de démarrage. Cette variable nous l'avons mesuré grâce à une échelle dichotomique. La troisième question (Q n°29) nous éclaire plus sur l'efficacité ou non des activités para-professionnelles du travailleur autonome. Cette variable a été mesurée également par une échelle dichotomique. La quatrième question (Q n°30) nous informe sur la procédure de réévaluation du travailleur autonome, c'est-à-dire nous permet de savoir si le travailleur autonome qui est insatisfait de son réseau de contacts, envisage de le réviser. Cette variable est mesurée par une échelle dichotomique.

#### **3.5.3.10. *Mesure des variables socio-démographiques***

Nous avons utilisé dans notre questionnaire aussi des questions pour avoir des informations personnelles sur les travailleurs autonomes à savoir : l'âge, le sexe, le niveau de scolarité, l'expérience de travail, l'occupation, le rang familial et le statut social.

##### **31- Votre âge :**

- ☐ Moins de 25 ans
- ☐ Entre 26 à 35 ans
- ☐ Entre 36 à 45 ans
- ☐ Entre 46 à 55 ans
- ☐ Plus de 56 ans

**32- Votre sexe :**

- ☐ Masculin
- ☐ Féminin

**33- Votre statut marital :**

- ☐ Célibataire
- ☐ Marié(e)
- ☐ Divorcé
- ☐ Veuf

**34- Votre éducation :**

- ☐ CEGEP ou moins
- ☐ Université 1<sup>er</sup> cycle (baccalauréat)
- ☐ Université 2<sup>ème</sup> cycle ou 3<sup>ème</sup> cycle (Maîtrise ou Doctorat)
- ☐ Autres, merci de préciser :

**35- Dans quel secteur votre compagnie se situe-t-elle ?**

- ☐ Services aux particuliers
- ☐ Services aux entreprises
- ☐ Profession libérale
- ☐ Commerce, distribution
- ☐ Transport, entreposage
- ☐ Agriculture
- ☐ Information, culture et loisir
- ☐ Manufacturier et/ou transformation
- ☐ Hôtellerie et restauration
- ☐ Autres, merci de préciser :

**36- Votre famille est-elle aussi en affaire?**

- ☐ Oui
- ☐ Non

**37- Quelle est ou a été votre profession ?**

- ☐ Sans profession
- ☐ Étudiant à temps plein
- ☐ Travailleur autonome
- ☐ Gérant d'un petit commerce (ou compagnie)
- ☐ Employé à temps partiel
- ☐ Employé à temps complet

**38- Combien d'années avez-vous travaillé comme employé à temps complet ?**

- ☐ Moins de 1 an
- ☐ De 1 à 5 ans
- ☐ Plus de 5 ans

Ces informations nous seront très utiles pour ressortir le profil des travailleurs autonomes.

Nous allons maintenant exposer comment s'est effectuée la collecte des données.

### **3.6. La collecte des données**

La collecte des données nécessaires à la présente étude a été réalisée en plusieurs étapes. Elle s'est déroulée au cours de la période de février et mars 2001.

Tout d'abord, nous avons recueilli les coordonnées des personnes susceptibles de nous aider pour la réalisation de notre étude. Ensuite, nous les avons contactées et au cours de ce premier contact, nous leur avons expliqué l'objet de notre étude et le but dans lequel nous l'entamions (réalisation d'un mémoire de fin d'étude). Suite à ce premier contact téléphonique nous avons pu prendre des rendez-vous en personne.

Les personnes auxquelles nous avons eu recours sont en général des responsables dans des centres locaux de développement, des chambres de commerce et des centres de formation en entrepreneuriat. Nous avons choisi ces personnes parce qu'elles sont en contact avec les travailleurs autonomes qui souhaitent se lancer en affaires. Ce sont ces organismes qui offrent aux travailleurs autonomes le soutien nécessaire pour lancer leur projet.

La manière selon laquelle nous avons procédé a été de leur présenter une introduction sous forme d'une page de garde à notre questionnaire décrivant l'objet de notre étude et la cible à atteindre et de leur remettre des exemplaires du questionnaire. Les responsables des centres locaux de développement et les responsables des centres de

formation en entrepreneuriat ont alors eu la charge d'administrer ces questionnaires auprès des travailleurs autonomes qui se présentaient à leurs bureaux.

Nous avons opté pour cette méthode pour administrer le questionnaire parce que ces organismes sont ceux qui sont le plus en contact avec notre cible et nous-mêmes (en tant que chercheur) n'avions pas accès à une base de données sur les travailleurs autonomes. Une fois les questionnaires dûment remplis par les travailleurs autonomes, les organismes nous les ont renvoyés par voie postale.

De même, nous avons pu administrer certains questionnaires grâce à notre propre réseau de contacts. Le tableau qui suit récapitule le taux de réponse reçu selon chaque organisme et selon notre propre investigation.

*Tableau 6 : Le taux de réponse par chaque organisme*

	Questionnaires distribués	Questionnaires remplis	Questionnaires rejetés	Questionnaires retenus
CLD de la Côte de Beaupré (Québec)	30	13	3	10
CLD de Portneuf (Québec)	30	11	-	11
CLD de la MRC de Charlevoix -Est (Québec)	30	9	-	9
CLD de la MRC de Charlevoix (Québec)	30	16	1	15
CLD de Beauport Inc. (Québec)	30	14	2	12
CLD de Charlesbourg Haute Saint-Charles (Québec)	30	8	-	8
CLD de Québec-Vanier (Québec)	30	22	3	19
CLD de l'Ouest de la C.U.Q (Québec)	30	11	-	11
CLD de la MRC de Franchville (Trois-Rivières)	30	12	-	12
CLD du Centre de la Mauricie (Shawinigan)	30	17	2	15
Entourage	20	20	2	18
Centre de formation en entrepreneuriat	70	50	8	42
Total	390	203	21	182

A noter que sur 390 travailleurs autonomes ciblés, nous avons pu atteindre 203 personnes ce qui nous donne un taux de réponse de 52%. Mais après vérification des questionnaires reçus, nous avons dû en éliminer 21. Ainsi le taux de réponse final est de l'ordre de 47%.

Nous estimons que ce taux est satisfaisant dans la mesure où nous avons eu de la difficulté à administrer le questionnaire dû à l'absence de liste exhaustive sur les travailleurs autonomes. Ce taux de réponse a été atteint malgré l'absence de récompenses pour les travailleurs autonomes pour le temps consacré à répondre au questionnaire, surtout que le temps pour le travailleur autonome est très précieux. De plus, il nous a fallu nous plier aux contraintes de lieu et de temps qui nous étaient imposées, ce qui a compliqué les aspects logistiques de la collecte.

Les motivations inhérentes au rejet des 21 questionnaires sont multiples. D'une part, nous avons constaté que certains répondants n'ont pas complété toutes les questions et d'autres estimaient que le questionnaire était trop personnel ou trop long.

Ainsi, le taux de réponse de 47% semble être acceptable pour que l'étude soit menée et ceci est renforcé par l'examen préliminaire des premiers questionnaires que nous avons reçus qui révèlent des éléments de réponse tout à fait valables et pertinents.

### **3.7. Le traitement des données**

Nous allons maintenant examiner comment nous avons procédé pour le traitement des données. Nous exposerons dans cette partie l'analyse statistique.

Plusieurs chercheurs sont d'accord sur le fait que l'analyse des données reste l'étape la plus difficile à surmonter lors d'une recherche (Huberman et Miles, 1991;

Emory et Cooper, 1991; Yin, 1994). Pour ce faire, nous sommes tenus de construire nos outils et notre procédure d'analyse de sorte que les résultats obtenus nous donnent un éclairage du phénomène étudié.

Les données analysées dans le cadre du présent travail sont issues de notre questionnaire. La manière selon laquelle nous avons procédé pour le traitement de nos données fut constituée en deux étapes. Tout d'abord, à la réception des questionnaires remplis et envoyés par les différents organismes, nous avons alors codifié le questionnaire afin de faciliter le traitement et l'analyse statistique. Ensuite, nous avons entamé la deuxième étape qui porte sur le traitement des données à l'aide du logiciel SPSS 10.0.

Nous avons eu recours à des statistiques descriptives basées sur l'analyse des fréquences, des écarts type, des médianes de chacune des variables et comme mesure de tendance centrale, nous avons utilisé les moyennes. De même, nous avons effectué certains croisements qui nous semblaient pertinents pour nos questions de recherches et pour mieux explorer le phénomène étudié. Nous avons utilisé également une analyse cluster pour cerner ressortir les profils des TA et une analyse factorielle pour valider notre modèle.

En guise de conclusion de ce chapitre nous avons dressé un tableau qui récapitule la nature de notre étude, nos objectifs de recherche ainsi que les questions qui nous ont aidées à répondre à ces objectifs.



**Tableau 7 : Récapitulatif de la méthodologie**

MÉTHODE DE RECHERCHE	OBJECTIFS DE RECHERCHE	QUESTIONS
<input type="checkbox"/> Exploratoire <input type="checkbox"/> Descriptive <input type="checkbox"/> Enquête avec questionnaire auto administré <input type="checkbox"/> Échantillon : 182 TA	<b>Objectif 1</b> : Décrire la conception qu'a le TA du réseau de contacts	Q3
	<b>Objectif 2</b> : Décrire les caractéristiques du réseau de contacts du TA	Q18, Q19, Q20, Q21, Q22, Q23, Q24, Q25
	<b>Objectif 3</b> : Décrire les acteurs qui constituent le réseau de contacts du TA	Q15, Q16, Q17
	<b>Objectif 4</b> : Décrire la gestion du réseau de contacts par le TA	Q9, Q10, Q11, Q12, Q13, Q14
	<b>Objectif 5</b> : Décrire le fonctionnement du réseau de contacts	Q7, Q26
	<b>Objectif 6</b> : Décrire l'évaluation du réseau de contacts par le TA	Q29, Q30
	<b>Objectif 7</b> : Identifier les catégories des problèmes de pré-démarrage et/ou de démarrage auxquels fait face le TA	Q4, Q5, Q6
	<b>Objectif 8</b> : Décrire l'utilisation du réseau par le TA	Q7, Q26
	<b>Objectif 9</b> : Identifier la contribution du réseau de contacts dans la résolution des problèmes de pré-démarrage et/ou démarrage auxquels le TA est confronté	Q27, Q28

## **4-LA PRÉSENTATION ET L'INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS**

Ce chapitre a pour objectif à présenter les résultats au regard des questionnaires colligés. Rappelons que l'objectif de notre étude était d'examiner l'importance qu'a le réseau de contacts du TA dans la résolution des problèmes de pré-démarrage et/ou démarrage de son projet de se lancer en affaires. Pour atteindre notre objectif, nous avons –dans une première partie- procédé à l'analyse du réseau de contacts chez les TA. Plus précisément, nous avons étudié les caractéristiques, les acteurs, le fonctionnement, l'utilisation, la gestion et l'évaluation du réseau de contacts du TA.

Pour la présentation des résultats de notre enquête, nous avons organisé le présent chapitre comme suit : une première section sera consacrée à la description de notre échantillon. Dans une deuxième section, nous nous attarderons à la description et à la discussion de la conception du réseau de contacts chez le TA, à l'identification des problèmes de pré-démarrage et/ou démarrage auxquels le TA est confrontés, aux caractéristiques de son réseau de contacts, aux acteurs de son réseau, à la gestion à l'utilisation, au fonctionnement et enfin à l'évaluation de son réseau de contacts.

Enfin, dans une troisième section nous essayerons d'identifier les critères – propres au réseau de contacts chez le TA- ayant joué un rôle dans la résolution de ses problèmes de pré-démarrage et/ou démarrage de son projet.

#### 4.1- La description de l'échantillon.

Les travailleurs autonomes de notre échantillon sont tous en phase de pré-démarrage et/ou démarrage. Ainsi, 106 répondants (58,2 %) ont moins de six mois d'exercice, 70 travailleurs autonomes (38,5%) ont de 6 à 12 mois d'exercice et 6 répondants (3,3%) sont en train de lancer leurs projets.

**Tableau 8 : Répartition par durée d'exercice**

	FREQUENCE	POUR CENT
En train de la créer	6	3,3
Moins de 6 mois	106	58,2
De 6 à 12 mois	70	38,5
Total	182	100,0

S'agissant du nombre d'employés, notre enquête a révélé que les travailleurs autonomes en train de lancer leurs projets ne disposent d'aucun employé. Au niveau du stade de six mois d'exercice, 93 répondants ne disposent toujours d'aucun employé, tandis que 13 répondants ont à leur service 1 à 4 employés. Dans la période de 6 mois à 1 an d'exercice, un répondant n'a pas d'employé tandis que les 69 autres ont entre 1 à 4 employés. Nous avons dans notre échantillon 100 TA et 82 micro-entreprises

**Tableau 9 : Répartition du nombre d'employés par durée d'exercice des activités**

	AUCUN EMPLOYE	DE 1 A 4 EMPLOYES	TOTAL
En train de la créer	6		6
Moins de 6 mois	93	13	106
De 6 à 12 mois	1	69	70
Total	100	82	182

L'âge des répondants varie entre deux tranches d'âge. Plus que la moitié de notre échantillon (127 répondants) ont entre 36 et 45 ans. La tranche d'âge de 46 à 55 ans est non négligeable dans la mesure où elle compte 41 répondants. Quant à la tranche d'âge de 26 à 35 ans elle représente une minorité de 14 travailleurs autonomes.

**Tableau 10: Répartition par l'âge**

	FREQUENCE	POUR CENT
<b>Entre 26 et 35 ans</b>	14	7,7
<b>Entre 36 et 45 ans</b>	127	69,8
<b>Entre 46 et 55 ans</b>	41	22,5
<b>Total</b>	182	100,0

Une forte majorité de notre échantillon sont des hommes. Ils représentent 87,9% (160 répondants) de l'échantillon total, tandis que les femmes, qui sont minoritaires, ne représentent que 12,1% (22 répondants).

**Tableau 11 : Répartition par le sexe**

	FREQUENCE	POUR CENT
<b>Masculin</b>	160	87,9
<b>Féminin</b>	22	12,1
<b>Total</b>	182	100,0

En général, la forte proportion des travailleurs autonomes sont mariés (70,9%). Néanmoins, une minorité ont le statut social de divorcé (7,1%), de célibataire (17%) et de veuf (4,9%). ( voir annexe : 1, tableau 12)

Le travailleur autonome moyen a un niveau de scolarité qui s'établit tout juste après le Cégep. En d'autres termes, le diplôme d'étude universitaire de premier cycle correspond au diplôme moyen obtenu par notre échantillon.

**Tableau 13 : Répartition par niveau de scolarité**

	FREQUENCE	POUR CENT
Cégep ou moins	31	17,0
Université 1er cycle	135	74,2
Université 2/3ème cycle	16	8,8
Total	182	100,0

Nous allons porter notre attention sur l'occupation des parents proches afin d'examiner si ces derniers pourraient influencer les répondants dans leurs professions, d'une part, et d'autre part s'ils pourraient influencer la qualité de leur réseau de contacts. La description des occupations des membres de la famille met en évidence la faible proportion de ceux qui sont en affaire. En effet, 57 répondants ont déclaré avoir un membre de la famille en affaire. Tandis que plus de la moitié (125 répondants) n'ont aucun membre de leur famille en affaire.

**Tableau 14 : Répartition par appartenance de la famille au monde des affaires**

	FRÉQUENCE	POUR CENT
Oui	57	31,3
Non	125	68,7
Total	182	100,0

En matière d'expériences professionnelles, nous avons aussi interrogé les participants sur leurs anciens emplois. Ainsi, la majorité de nos répondants, à savoir 73,1% travaillaient à temps plein et une minorité soit à temps partiels (13,7%), dont 12,6% comme gérants d'un petit commerce. De même, en moyenne, nous avons

remarqué que nos répondants ont exercé leurs emplois pendant plus de cinq ans avant le démarrage de leur entreprise.

**Tableau 15 : Répartition par l'ancien emploi des TA**

	MOINS DE 1 AN	DE 1 A 5 ANS	PLUS DE 5 ANS	TOTAL
Étudiant à temps plein		1		1
Gérant d'un petit commerce	1	12	10	23
Employé à temps partiel		14	11	25
Employé à temps complet	4	41	88	133
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>68</b>	<b>109</b>	<b>182</b>

Les TA de notre échantillon opèrent surtout dans le secteur des services aux particuliers (83 répondants), des services aux entreprises (35 répondants) et du commerce et distribution (33 répondants). (voir annexe 1, tableau 16). Ce profil du TA est en concordance avec celui présenté par Roy (1998) et statistique Canada.

#### **4.2- La conception du réseau de contacts**

Nous venons de présenter de façon globale notre échantillon. Dans la présente partie, nous allons aborder la conception, ou encore la définition qu'a le travailleur autonome du réseau de contacts.

Les résultats de notre analyse, nous ont révélé qu'en moyenne les travailleurs autonomes conçoivent le réseau de contacts comme l'ensemble des liens qu'ils entretiennent avec leur entourage proche et les professionnels qui sont susceptibles de les aider dans leurs projets. Néanmoins, certains travailleurs autonomes (37 répondants) rattachent le réseau de contacts plus à leur entourage proche, c'est-à-dire avec les membres de la famille et avec les amis. Une autre minorité des travailleurs autonomes (25 répondants) définissent le réseau de contacts comme l'ensemble des relations qu'ils

entretiennent et qui leur permettent d'accéder aux ressources et aux informations dont ils ont besoin pour leurs projets.

**Tableau 17 : La définition du RC par le TA**

	FREQUENCE	POUR CENT
Définition 1	3	1,6
Définition 2	37	20,3
Définition 3	117	64,3
Autre définition	25	13,7
Total	182	100,0

#### **4.2.1- Discussion de la conception du réseau de contacts des TA**

Les résultats de notre enquête reliés à la conception du réseau de contacts confirme et infirme certains résultats des recherches antérieures. En effet, la littérature définit le réseau de contacts comme « une relation spécifique qui relie un ensemble défini de personnes, d'objets et d'événements» (Nelson 1988, Szarka, 1990). Cette définition semble être confirmée par les résultats de notre enquête. En effet, 64,3% rattache les relations qu'ils entretiennent avec la famille et le monde professionnel.

Néanmoins, pour une minorité, notre enquête révèle le contraire. En effet, pour 37 répondants, le réseau de contacts se limite aux relations qu'ils entretiennent avec leur entourage proche. En général, ces répondants sont en train de lancer leur projet d'affaire, D'où leur manque d'expérience pour réaliser l'importance des membres appartenant au monde professionnel susceptible de les aider dans leur projet (voir annexe 1, tableau 18).

Enfin, 25 répondants ont énoncé une conception du réseau de contacts qui leur est propre. Ils considèrent celui-ci comme l'ensemble des relations qu'ils établissent en vue d'obtenir les ressources nécessaires à la mise en place de leurs projets.

Notre enquête nous a permis de remarquer que la conception qu'ont les TA corrobore la définition du réseau de contacts adoptée par les études littéraires pertinentes (Nelson 1988, Szarka 1990, Aldrich et Zimmer 1987, Aldrich et Rosen 1993). Donnée non négligeable, puisque la définition du réseau de contacts constitue le point d'ancrage central pour la bonne conduite de notre enquête

#### **4.3- Les problèmes de démarrage.**

Lors de la réalisation de leur projet d'affaire, les travailleurs autonomes ont rencontré des problèmes que notre enquête nous a permis d'identifier.

Les problèmes majeurs auxquels font face les TA se rattachent plus au financement, au marketing et à la vente, à la gestion et à l'accès à l'information à quoi s'ajoutent ceux liés au métier du travailleur autonome. Ces derniers problèmes, à savoir le métier du TA font référence aux sacrifices qu'ils ont dû faire (comme ceux relatifs aux concessions salariales, au stress, à la fatigue et à la conciliation de la vie privée et la vie professionnelle). À l'exception de ces problèmes, il existe d'autres difficultés - bien qu'elles n'aient pas la même importance que les premières - qui se rattachent à la gestion du personnel et à la comptabilité. L'unique problème que nous avons cité dans notre questionnaire et qui ne s'applique pas à notre échantillon est celui relié aux opérations et à la production. Cela peut être expliqué par le fait que la majorité de notre échantillon exerce leurs activités dans le secteur des services ou du commerce.



**Tableau 19 : Degré d'importance des problèmes de démarrage par le TA**

1 Non-applicable 2 Ce n'est pas un problème 3 Pas important 4 Moyennement important 5 Assez important 6 Très important	<b>Q (5A)</b>	<b>Q (5B)</b>	<b>Q (5C)</b>	<b>Q ( 5D)</b>	<b>Q (5 E)</b>	<b>Q (5F)</b>	<b>Q (5G)</b>
<b>Moyenne</b>	5,03	4,29	4,44	5,67	5,64	1,05	5,45
<b>Médiane</b>	5	4	4	6	6	1	6
<b>Mode</b>	5	5	4	6	6	1	6
<b>Ecart-type</b>	,79	1,04	,74	,57	,51	,47	,96
<b>Minimum</b>	3	1	2	4	4	1	2
<b>Maximum</b>	6	6	6	6	6	6	6

**Q (5A) :** Problèmes de gestion et d'accès à l'information

**Q (5B) :** Problèmes de gestion de personnel

**Q (5C) :** Problèmes de comptabilité

**Q (5D) :** Problèmes de financement

**Q (5 E) :** Problèmes reliés au marketing et à la vente

**Q (5F) :** Problèmes reliés à la production et aux opérations

**Q (5G) :** Problèmes reliés au métier de TA

Les résultats de l'étude, ont en outre révélé que les TA, pour faire face à ces problèmes, s'adressent en général à leur entourage proche. Ainsi 99 répondants ont affirmé avoir recours aux membres de la famille ou à des amis. Toutefois, le recours à des professionnels reste non négligeable, dans la mesure où 56 répondants ont affirmé avoir recours à ce type de contact pour faire face à leurs difficultés. Il est à noter que la majorité de ces répondants ont déjà démarré leur entreprise ( voir annexe 1, tableau 20).

Ces résultats, nous ont surpris étant donné que nous nous attendions à ce que la majorité des TA aient recours à leur entourage proche et n'utilisent les professionnels que de façon négligeable.

Un autre élément surprenant réside dans le fait que très peu de TA ont recours à Internet. Élément d'autant plus surprenant, cet outil semble approprié à leurs cas en ce sens où il peut être perçu comme un moyen de compenser l'isolement et la formation normalement assurée par l'employeur. En outre, il est financièrement accessible aux TA.

#### *4.3.1- Discussion sur les problèmes de pré-démarrage et/ou démarrage*

Les résultats de notre enquête ont rendu possible l'identification d'une pluralité de problèmes ressentis par les TA lors de la phase de pré-démarrage et/ou démarrage de leurs projets de se lancer en affaires. Les principaux problèmes sont reliés au financement, au marketing et à la vente, à la gestion et à l'accès à l'information et au métier de TA.

Les études pertinentes semblent corroborer les résultats de notre enquête. Ainsi, s'agissant des problèmes de financement que le TA rencontre lors de la phase de pré-démarrage et/ou démarrage, les études de Roy (1998, e), Laferté (1999), Vosikis et Glueck (1980), Fourcade (1986), Kazanijan (1988), Alpenders et al. (1990), Lorrain (1990), Julien et Marchesnay (1990), Dodge et Robbin (1992) évoquent tous les problèmes de financement. Plus précisément, ces études font référence à la difficulté de trouver du financement - Roy (1998,e), Laferté (1999), Vosikis et Glueck (1980)- , à celle d'obtenir une marge de crédit – Kazanijan (1988), Kuratho et Hodgets (1989)-, au manque de capital - Lorrain, (1990)-, au manque de liquidités -Julien et Marchesnay (1990).

Quant aux problèmes de marketing pouvant surgir lors de la phase de pré-démarrage et/ou démarrage, les études évoquent une pluralité de causes susceptibles de nous éclairer dans la compréhension des problèmes généraux de marketing que le TA peut rencontrer. Ainsi, Roy (1998,e), Cromie (1991), Filion (1996,b) et Laferté (1999) affirment que les problèmes de marketing sont liés à l'inflexibilité des prix. De même selon ces auteurs, de nombreux TA ont des difficultés pour déterminer les prix adéquats pour leurs produits ou services. De même, Fillion (1996), Jurik (1998), Young (1996), Laferté (1999), Vosikis et Glueck (1980), Fourcade (1986) soulèvent que lors de la

phase de démarrage, les TA semblent être aux prises avec des difficultés de prospection, de maintien et de suivi de la clientèle. Enfin, Cromie (1991), Laferté (1999), Kuratho et Hodgetts (1989), Dagenais (1995) et Kazanijan (1988) évoquent dans leurs études respectives, les problèmes reliés à la commercialisation des produits ou services, à la réalisation d'un niveau de vente suffisant et à l'accession à une bonne part de marché.

Enfin, s'agissant des problèmes reliés à la gestion et accès à l'information auxquels le TA peut être confronté, notre enquête révèle qu'en moyenne, ces problèmes revêtent une certaine ampleur. Les résultats de notre enquête vont dans le sens des études effectuées sur ces problèmes. Ainsi, Roy (1998,e) avance que les problèmes de gestion et d'accès à l'information auxquels le TA pourrait être confrontés se rattachent au manque de formation et de support et aux difficultés liés à la segmentation du marché. De même, Cromie (1991) , Alpander et Al. (1990), Lorrain (1990) et Dodge et Robbins (1992) expliquent ces difficultés de gestion et d'accès à l'information par le manque d'aptitudes entrepreneuriales.

La confirmation de la littérature existante par les résultats de notre enquête nous permet de formuler la remarque suivante : le démarrage d'une nouvelle entreprise représente un défi de longue haleine pour de nombreux TA. Ce défi majeur se concrétise de plusieurs manières : Durant les premières années, le marketing et la promotion sont des tâches difficiles pour le TA. De même, si un plan d'entreprise bien établi représente un outil précieux, rares sont les TA qui ont recours à la planification et à la formation. En outre, comme notre enquête le confirme (voir annexe tableau : 18) avant de se lancer en affaires, de nombreux TA se fient à des contacts informels ( entourage proche). Par conséquent, nous sommes en mesure de penser qu'il arrive souvent que le TA soit mal

renseigné sur les avantages et inconvénients du travail autonome et sur les ressources disponibles pour le démarrage d'un travail autonome.

Nous nous apercevons que les résultats de notre enquête vont dans le même sens que les résultats de recherche précédemment présentés. Or comme nous l'avons mentionné à plusieurs reprises au cours de notre étude, le succès de toute initiative de travail autonome résulte de nombreux facteurs dont l'un est le financement global. Cependant, le manque de capital et l'obtention de financement adéquat pose un énorme problème pour de nombreux TA. En effet, les institutions financières se montrent souvent réticentes à prêter de l'argent aux TA qui, à leurs yeux prennent des risques élevés sans avoir de biens physiques à donner en garantie, ce qui nuit très souvent à l'opérationnalité du projet du TA (Développement des ressources humaines Canada). Ce constat ne peut que susciter une remise en cause de l'ordre financier dans lequel se mouve le TA. Pour palier aux carences de l'ordre financier, le TA recourt à des formes informelles de crédit comme des prêts de parents ou d'amis.

À ce premier constat, vient s'ajouter celui de l'inadéquation aux besoins du TA des prestations offertes par les organismes d'aide au démarrage d'entreprise (Laferté, 2000). Comme l'illustre parfaitement les résultats de notre enquête, cet état de fait peut également expliquer le recours du TA à son entourage proche pour résoudre les problèmes de pré-démarrage et/ou de démarrage.

#### **4.4- Le fonctionnement du réseau de contacts du TA**

Le TA aussi bien les hommes que les femmes, en moyenne participe rarement à des activités para-professionnelles telles que les associations, les clubs ou les forums.

Ceci, nous amène à la conclusion que l'entourage proche des TA semble le moyen le plus utilisé pour créer des relations avec le monde des affaires.

**Tableau 21 : Répartition par la participation aux activités para-professionnelles**

1 Ne s'applique pas 2 Rarement 3 Occasionnellement 4 Souvent	<b>ASSOCIATIONS</b>	<b>CLUBS</b>	<b>FORUMS, SEMINAIRES ET CONFERENCES</b>
<b>N</b>	182	182	182
<b>Moyenne</b>	2,42	2,440	2,39
<b>Médiane</b>	2	2	2
<b>Mode</b>	2	2	2
<b>Ecart-type</b>	,58	,60	,60
<b>Minimum</b>	2	2	2
<b>Maximum</b>	4	4	4

#### 4.4.1- Discussion du fonctionnement du réseau de contacts des TA

Si nous considérons les points de vue d'Aldrich et Zimmer (1987), Raye-Johnson (1997), ces derniers affirment que la participation à des associations, des clubs, des forums et des séminaires constitue un bon moyen pour créer des relations et par conséquent un réseau de contacts. Les résultats de notre étude semblent infirmer ce point de vue puisque les répondants participent rarement à ces activités para- professionnelles. Cela nous conduit à penser que l'entourage proche du TA semble être le meilleur point de départ pour constituer son réseau de contacts. Il est à noter que les TA qui sont actifs au niveau des activités para-professionnelles sont en général en phase de démarrage (voir annexe, tableaux : 22, 23, 24 )

Ce constat nous amène à penser que les TA devraient prendre conscience, et cela en dépit du fait qu'ils ne disposent que de peu de temps libre, de l'importance d'adhérer à ces activités para-professionnelles et ne devraient pas considérer ces adhésions comme une perte de temps mais plutôt comme une activité créatrice et enrichissante. En effet,

ces activités para-professionnelles pourraient contribuer à leur ouvrir un certain nombre de portes pour affronter de façon sereine le monde des affaires.

#### **4.5- La gestion du réseau de contacts par le TA**

Cette partie a pour but de mettre en exergue la façon selon laquelle les TA gèrent leurs réseaux de contact.

Nous avons remarqué que les TA établissent en moyenne une liste des types de contact dont ils ont besoin pour la mise en marche de leurs projets. En revanche, peu de TA (12,1%) établissent les objectifs à atteindre pour chaque type de contact. De même, il ressort que les TA n'accordent pas beaucoup d'intérêt aux moyens adéquats qui leur permettront de mieux communiquer avec les membres de leur réseaux (89,6%), sans oublier leur manque d'intérêt quant à l'attribution d'un budget particulier pour leurs réseaux de contact (88,5%). (Voir annexe 1, tableaux : 25, 26, 27,28 )

En ce qui concerne la gestion du temps consacré au réseau de contacts global, les résultats de l'étude ont montré que les TA consacrent en moyenne entre 6 heures à 11 heures par semaine pour développer leurs réseaux et entre 1 heure à 5 heures pour maintenir les anciennes relations. (Voir annexe, tableau : 29, 30 )

##### ***4.5.1- Discussion de la gestion du réseau de contacts chez les TA***

Les résultats de notre enquête reliés à la gestion du réseau de contacts montrent, qu'en moyenne, les TA établissent une liste des types de contact dont ils ont besoin pour la concrétisation de leurs projets. Ce résultat confirme sur certains points la littérature existante. Ainsi, si nous prenons le guide pratique de Perreault et Lavoie (1996) relative aux étapes à suivre pour la constitution d'un bon réseau de contacts, nous constatons que

notre enquête ne confirme que la première étape de ce guide à savoir dresser une liste des personnes correspondant à chaque type de besoins. Les autres étapes comme dresser les objectifs à atteindre par rapport à chaque personne de la liste, dresser les moyens les plus adéquats pour communiquer avec ces personnes et établir un budget ne se retrouvent pas dans les résultats de notre enquête. Sur ce dernier point à savoir l'établissement d'un budget, la remarque suivante peut être formulée : notre enquête a révélé que 161 répondants n'attribuent pas de budget pour entretenir les contacts qui pourraient leur être utiles pour la bonne opérationnalité de leurs projets d'affaire. Certes, force est de constater, que dans de nombreux cas les TA disposent de peu de ressources financières, cependant, ils ne pourraient leur être que profitable d'allouer un budget en vue d'enrichir les contacts constituant leurs réseaux.

Enfin, notre enquête nous révèle que les TA accordent peu de temps au développement et maintien du réseau de contacts. Ces résultats vont à l'encontre des études effectuées sur ce point. En effet, l'étude Aldrich et Zimmer (1987) a montré l'étroite corrélation qui existe entre le temps et l'énergie consacrés au réseau de contacts et l'accessibilité à l'information et au soutien adéquats. Cette étude a révélé que les entrepreneurs qu'ont réussi consacrent en moyenne 25 heures de leur temps à leur réseau.

Au regard de ce que nous venons de constater, nous pouvons conclure que ce manque d'enthousiasme du TA quant à la gestion de son réseau de contacts risque d'affecter l'adéquation des solutions aux problèmes auxquels il est confronté.

#### 4.6. Les caractéristiques et les acteurs du réseau du TA

Les répondants ont été interrogés sur une variété de questions relatives à leurs réseaux de contact. Ils ont été amenés à estimer le nombre de personnes avec lesquelles ils ont abordé la question de leurs projet d'affaire. Sur ce dernier point, les répondants ont été amenés à nommer 5 personnes avec qu'ils étaient plus à l'aise pour discuter de leurs projets de se lancer en affaires. Nous avons nommé –pour plus de clarté- ces cinq personnes le «noyau dur» du réseau de contacts.

Les répondants ont donné une variété d'informations relatives à chaque membre comme : l'âge, le sexe, le lien entre les membres du «noyau dur» et la source des contacts. Les résultats seront présentés aux tableaux qui suivent:

**Tableau 31 : La taille du RC du TA**

1 De 1 à 5 personnes	<b>FREQUENCE</b>	<b>POUR CENT</b>	<b>N</b>	182
2 De 6 à 11 personnes			<b>Moyenne</b>	1,98
3 Plus de 12 personnes			<b>Médiane</b>	2
			<b>Mode</b>	2
<b>De 1 à 5 personnes</b>	25	13,7	<b>Ecart-type</b>	,50
<b>De 6 à 11 personnes</b>	136	74,7	<b>Minimum</b>	1
<b>Plus de 12 personnes</b>	21	11,5	<b>Maximum</b>	3
<b>Total</b>	182	100,0		

**Tableau 32 : Répartition du sexe des membres du réseau de contacts du TA**

	<b>FREQUENCE</b>	<b>POUR CENT</b>
<b>Masculin</b>	709	77,9
<b>Féminin</b>	201	22,1
<b>Total</b>	910	100,0



**Tableau 33 : Le temps alloué aux membres du «noyau dur» du RC par le TA**

1 De 1 H à 5 H par semaine 2 De 6 H À 19 H par semaine 3 Plus de 20 H par semaine	PERSONNE 1	PERSONNE 2	PERSONNE 3	PERSONNE 4	PERSONNE 5
N	182	182	182	182	182
Moyenne	1,77	1,81	1,79	1,61	1,47
Médiane	2	2	1	1	1
Mode	2	1 (a)	1	1	1
Ecart-type	,71	,76	,89	,84	,72
Minimum	1	1	1	1	1
Maximum	3	3	3	3	3

a Il existe de multiples modes

**Tableau 34 : La force des liens entre les membres du RC du TA**

1 Aucun lien 2 Plus au moins liées 3 Très liées 4 Incertain	N	MINIMUM	MAXIMUM	MOYENNE	ECART TYPE
Personne 1 et 2	182	1	4	2,60	,72
Personne 1 et 3	182	1	4	2,31	,56
Personne 1 et 4	182	1	4	1,99	,89
Personne 1 et 5	182	1	4	1,73	,81
Personne 2 et 3	182	1	3	1,96	,85
Personne 2 et 4	182	1	3	2,03	,85
Personne 2 et 5	182	1	4	2,17	,63
Personne 3 et 4	182	1	4	2,22	,75
Personne 3 et 5	182	2	4	2,92	,46
Personne 4 et 5	182	2	4	2,87	,44

**Tableau 35 : Durée de connaissance des membres du RC par le TA**

1 Moins de 6 mois 2 de 1 an à 3 ans 3 Plus de 3 ans	N	MINIMUM	MAXIMUM	MOYENNE	ECART TYPE
Personne 1	182	1	3	2,81	,54
Personne 2	182	1	3	2,53	,81
Personne 3	182	1	3	2,59	,77
Personne 4	182	1	3	2,41	,85
Personne 5	182	1	3	2,50	,79

En général, les répondants ont affirmé avoir parlé avec 6 à 11 personnes de leurs décisions de se lancer en affaires.

Les répondants ont cité un total de 910 individus comme étant les membres du «noyau dur» de leurs réseaux de contact. Ce «noyau dur» était, en moyenne, constitué de 5 personnes.

Parmi ces membres du «noyau dur», 77,9 % sont des hommes et 22,1 % sont des femmes. Il convient de remarquer qu'en moyenne, les membres du «noyau dur» ont le même sexe que le répondant ainsi que le même âge. Les résultats de cette étude ont révélé également que les répondants consacrent, en moyenne, entre 1 heure à 5 heures de leurs temps aux membres du «noyau dur» de leurs réseaux.

Pour une majorité, les membres du «noyau dur» connaissaient déjà le répondant depuis approximativement 3 ans, durée supérieure à celle du temps d'exercice du projet du TA.

La majorité des répondants estime avoir connu les membres du noyau dur par l'intermédiaire de ces même personnes, néanmoins certains leur ont été présentés par une tierce personne ne faisant pas partie du noyau dur des répondants.

Il s'est avéré que cette tierce-personne fait partie, en général, soit des membres de la famille (96 répondants), soit des amis (52 répondants) ou encore des collègues (25 répondants). (voir annexe 1, tableau 36)

En ce qui a trait aux relations entretenues entre les membres du «noyau dur» du réseau de contacts, il s'est avéré en moyenne que les membres du réseau sont assez liés. Cependant, il existe une minorité dont les liens sont faibles

#### ***4.6.1-Discussion des caractéristiques du réseau de contacts du TA***

Les résultats de notre enquête reliés aux caractéristiques du réseau de contacts confirment les résultats des recherches antérieures. En effet, notre enquête montre que

les membres du réseau de contacts sont assez liés entre eux. En d'autres termes, nous pouvons dire que la densité du réseau de contacts est très élevée. Ce constat rejoint l'étude effectuée par Aldrich et Zimmer (1986). Cependant, il est loisible de remarquer qu'étant donné que, comme nous l'avons mentionné précédemment, le «noyau dur» du réseau de contacts est en général formé de l'entourage proche du TA, il serait illogique de se retrouver face à une densité du réseau de contacts faible. De même, comme nos résultats le montre (tableau 29), en moyenne les répondants ont énoncé qu'ils connaissaient les membres de leurs réseaux de contact depuis plus de trois ans, cela renforce - une fois encore - la probabilité d'une densité de réseau élevée.

En ce qui a trait à l'intensité du réseau de contacts il s'est révélé que le TA ne consacre pas assez de temps aux membres de son réseau de contacts et cela bien que l'étude d'Aldrich et Zimmer ait mis en exergue l'importance de cette caractéristique au niveau du réseau de contacts. De même, notre enquête a montré que la majorité des répondants sont de sexe masculin et ont plus ou moins le même âge que le répondant. Par conséquent, nous sommes en mesure de dire que, le réseau de contacts du TA est peu diversifié et cela en dépit du fait que ce facteur puisse jouer un rôle non négligeable pour le TA quant à l'accessibilité à l'information et aux ressources.

En ce qui a trait à la taille du réseau de contacts, notre enquête montre, qu'en général, le réseau de contacts du TA comporte de 6 à 11 personnes. Les résultats de notre enquête infirment les études d'Aldrich et Rosen (1993) et Johannisson (1987) selon lesquelles le réseau de contacts doit se caractériser par une taille importante afin d'avoir plus de ressources.

Au regard des résultats de notre enquête, nous nous apercevons que le réseau de contacts du TA a une taille faible, une forte densité, une intensité plus au moins faible et

une diversité plus au moins faible. Par conséquent, il pourrait être profitable pour le TA de revoir les caractéristiques de son réseau de contacts et cela en vue d'obtenir une meilleure accessibilité aux ressources et informations pertinentes. Ainsi, par exemple, un réseau de contacts constitué uniquement par les membres de la famille risque de générer pour le TA des informations erronées et cela puisqu'il n'a pas consulté des professionnels ayant plus d'expérience dans le domaine.

#### **4.7- L'utilisation du réseau de contacts**

Au sujet, des circonstances dans lesquelles les répondants ont recours aux membres du «noyau dur» de leurs réseaux, il s'est révélé, qu'en moyenne, ils utilisent ce réseau dans le but d'avoir une assistance financière, juridique et sur la démarche à suivre lors du processus de leurs projets d'affaire.

En ce qui concerne les motivations inhérentes à la participation aux activités para-professionnelles, les résultats de notre enquête reflètent que les TA adhèrent à ces activités en vue d'avoir des contacts d'affaires et des clients potentiels (71%). De même, notre enquête montre que peu de TA adhèrent à ces activités para-professionnelles- dans le but d'obtenir un soutien moral (2,7%) de l'apprentissage ou d'acquérir des informations (3,8%). Il s'est révélé également qu'il n'y a pas de différence au niveau des motivations inhérentes à l'adhésion des activités para-professionnelles entre les répondants en phase de pré-démarrage et ceux en phase de démarrage .

**Tableau 37: Les motivations inhérentes à la participation à des activités para-professionnelles en fonction de la durée du projet d'affaire**

	EN TRAIN DE LA CRÉER	MOINS DE 6 MOIS	DE 6 À 12 MOIS	TOTAL
Contacts d'affaires	5	82	43	130
Intérêts généraux	1	16	23	40
Soutien moral et aide		1	4	5
Apprentissage et information		7		7
<b>Total</b>	6	106	70	182

#### **4.7.1- Discussion sur l'utilisation du réseau de contacts par le TA.**

Les résultats de notre étude montrent que les travailleurs autonomes ont surtout recours à leurs réseaux de contact pour bénéficier de soutien financier ou juridique, pour la prospection des clients ou pour avoir plus d'information quant à la procédure à suivre pour le démarrage de leur entreprise. Au regard de ces résultats, il nous est loisible d'énoncer que les travailleurs autonomes exploitent peu leurs réseaux de contact. Ce constat ne peut être que corroboré par la littérature. En effet, cette dernière, a souligné à de nombreuses reprises, l'importance de l'implication des membres du réseau dans les stratégies de l'entreprise. Ainsi, par exemple, l'étude de Falemo (1989) a affirmé que le recours à des personnes externes pour avoir le soutien marketing, offre aux entrepreneurs l'opportunité de bénéficier des compétences de personnes spécialisées dans ce domaine d'une part et d'autre part, leur permet de développer leurs activités de façon plus efficace. En d'autres termes, étant donné que les TA n'ont pas forcément toutes les compétences appropriées pour la mise en marche de leurs projets, ils devraient rechercher des personnes susceptibles de les aider dans le choix et la mise en œuvre de leurs stratégies. De même, comme nous l'avons précédemment soulevé, les TA, en général, n'ont pas

beaucoup de ressources. Cette carence pourrait être comblée par leurs réseaux de contact, en ce sens où ils leur permettraient d'accéder aux services d'experts à des prix avantageux ou gratuitement.

#### 4.8- L'évaluation du réseau de contacts par le TA

Quant à l'évaluation du réseau de contacts, 19% des répondants ont jugé avoir bénéficié d'une assistance assez pertinente de la part des membres de leur réseau (noyau dur).

**Tableau 38 : Répartition de la pertinence des informations reçus des membres du réseau**

1 Pas du tout pertinente 2 Peu pertinente 3 Moyennement pertinente 4 Assez pertinente 5 Très pertinente	PERSONNE 1	PERSONNE 2	PERSONNE 3	PERSONNE 4	PERSONNE 5
N	182	182	182	182	182
Moyenne	2,23	2,81	2,93	2,68	2,07
Médiane	2	3	3	3	2
Mode	1	2	4	3	1
Ecart-type	1,13	,88	1,17	1,05	1,15
Minimum	1	1	1	1	1
Maximum	4	5	5	5	5

Pour ce qui à trait aux activités para-professionnelles, il s'est révélé que les répondants participent rarement à ces activités (68 répondants). Ils ont néanmoins obtenu les solutions adéquates à leurs problèmes de pré-démarrage et/ou de démarrage.

En ce qui à trait à la question de savoir si les répondants procédaient ou non à la mise à jour de leurs réseaux de contact, dans l'hypothèse où ces derniers n'avaient pas obtenu une solution adéquate pour la résolution de leurs problèmes de pré-démarrage

et/ou démarrage, notre enquête révèle que 62,6 % ne procèdent pas à une remise à jour de leurs réseaux tandis que 37,47 % y procèdent. Il est à noter que la majorité des ces répondants qui procèdent à une réévaluation de leur réseau sont en phase de démarrage de leur projet d'affaire.

**Tableau 39 : Mise à jour du RC par le TA en fonction de la durée de son projet d'affaire**

	EN TRAIN DE LA CREER	MOINS DE 6 MOIS	DE 6 A 12 MOIS	TOTAL
Oui	3	55	10	68
Non	3	51	60	114
Total	6	106	70	182

#### **4.8.1- Discussion de l'évaluation du réseau de contacts par le TA**

Les résultats concernant l'évaluation du réseau de contacts chez les travailleurs autonomes ont révélé, en moyenne, que le soutien reçu de la part des membres de leur réseau ne leur fournit pas l'aide requise pour faire face aux problèmes auxquels ils sont confrontés. Ce constat peut être expliqué par les caractéristiques de leurs réseaux de contact. Comme nous l'avons dit précédemment, le réseau de contacts du TA manque de diversité et il est constitué majoritairement des membres de la famille ce qui engendre, par conséquent, la non accessibilité aux ressources et aux informations pertinentes pour leurs projets.

Sur ce point, les études d'Aldrich et Zimmer (1986) ainsi que celle de Berly (1992), ont mis en exergue l'influence que peut avoir les caractéristiques du réseau de contacts sur la réussite du projet. Au regard de ces études, il nous est loisible de croire que l'insatisfaction du TA quant à la résolution des problèmes de pré-démarrage et/ou

démarrage auxquels il pourrait être confrontés pourrait s'expliquer par les caractéristiques de son réseau de contacts.

De même, les résultats de notre enquête ont mis en évidence le fait que peu de TA procèdent à une réévaluation de leurs réseaux de contact. Cet élément est pourtant considéré comme le rouage majeur, pour la satisfaction du réseau de contacts, dans l'étude de Peterson, Ronstadt et Wallot (1990). Ces derniers affirment, en effet, qu'une réévaluation du réseau de contacts permet aux entrepreneurs ou aux TA de cibler d'autres acteurs qui disposent des compétences et des ressources appropriées à leurs besoins et par conséquent leur permettent d'accéder à la solution adéquate pour les problèmes de pré-démarrage et/ou démarrage auxquels ils sont confrontés.

#### **4.9- Les divers profils de TA**

Nous nous sommes efforcés, dans les parties précédentes de décrire les principaux catégories des problèmes de pré-démarrage et/ou de démarrage que rencontrent le TA et nous avons essayé de cerner le rôle que peut jouer le réseau de contacts dans la résolution de ces problèmes. Suite à cette description, nous avons constaté qu'il existe deux profils au sein de notre échantillon. Pour approfondir dans ce sens, nous avons eu recours à l'analyse de cluster (analyse hiérarchique et classification en nuées dynamiques) (Voir annexe 1, résultats cluster). Cette analyse a révélé la présence de deux groupes ou profils différents liés à la pertinence du réseau dans la résolution des problèmes de pré-démarrage et/ou démarrage. Ainsi, sur un total de 182 répondants, 46 répondants ont manifesté un comportement assez positif vis-à-vis de l'importance accordée au réseau de contacts.



En outre, en procédant à une comparaison entre les deux groupes que nous avons obtenus, nous avons remarqué que le groupe 2 constitué de 46 personnes considère le réseau comme l'ensemble des liens qui leur permettent d'accéder aux ressources nécessaires à la réalisation de leurs projets. De même, pour faire face à leurs problèmes, ils ont plus recours à des professionnels et ne se contentent pas uniquement de leurs réseaux informels à savoir les membres de la famille, ce qui était le cas du premier groupe. Nous avons remarqué, également, que le groupe 2 est très actif au niveau des activités para-professionnelles tandis que le premier ne participe à ces activités que rarement ou de façon occasionnelle.

À la différence du premier groupe, qui n'accorde pas beaucoup d'importance à la gestion du réseau, le deuxième groupe manifeste beaucoup d'intérêt quant à l'établissement des listes des catégories de contacts, les objectifs à atteindre, les moyens appropriés pour communiquer avec ces membres ainsi qu'un budget mensuel attribué pour l'entretien et la création de contact. Le cluster a révélé également que les membres du groupe 2 accordent beaucoup de temps aux membres de leurs réseaux ( entre 12 heures à 19 heures).

Pour ce qui est des caractéristiques du réseau du groupe 2, nous avons remarqué que celui-ci est assez diversifié, il regroupe aussi bien les membres de la famille que les consultants, des femmes et des hommes. La densité du réseau est assez élevée, autrement dit, il existe une bonne entente entre les membres et ils se connaissent assez bien. L'intensité de leur réseau est très élevée dans la mesure où ils consacrent entre 12 à 19 heures de leurs temps aux membres du réseau. Nous pouvons dire, également, que le réseau de contacts de ce groupe est assez étendu puisque la majorité des membres de son « noyau dur » se sont connus grâce à des tierces personnes qui sont en général des

collègues. Suite à ces remarques nous pouvons dire que le groupe 2 accorde beaucoup d'importance au réseau de contact par rapport au groupe 1.

Après avoir analysé le fonctionnement, la gestion et les caractéristiques du réseau de contacts de ces deux groupes. Nous avons remarqué que les membres du groupe 2 qui accordent beaucoup d'importance à leurs réseaux de contact ont reçu des informations très pertinentes de la part des membres de leurs réseaux. De même, la diversité des membres de leurs réseaux joint à la participation à des activités para-professionnelles leur a permis de faire face à leurs problèmes de démarrage. Les membres de ce groupe sont très satisfaits de leurs réseaux de contact et ils procèdent régulièrement à la réévaluation de ce dernier afin de le rendre très opérationnel.

Au regard, de cette analyse nous avons nommé les deux profils comme suit :

Groupe 1 : Les « détachés » parce que les personnes interrogées manifestent peu d'intérêt à leur réseau de contacts.

Groupe 2 : les « impliqués » car ces répondants accordent beaucoup d'attention à leur réseau et ils ont pu être satisfaits de leur réseau de contacts.

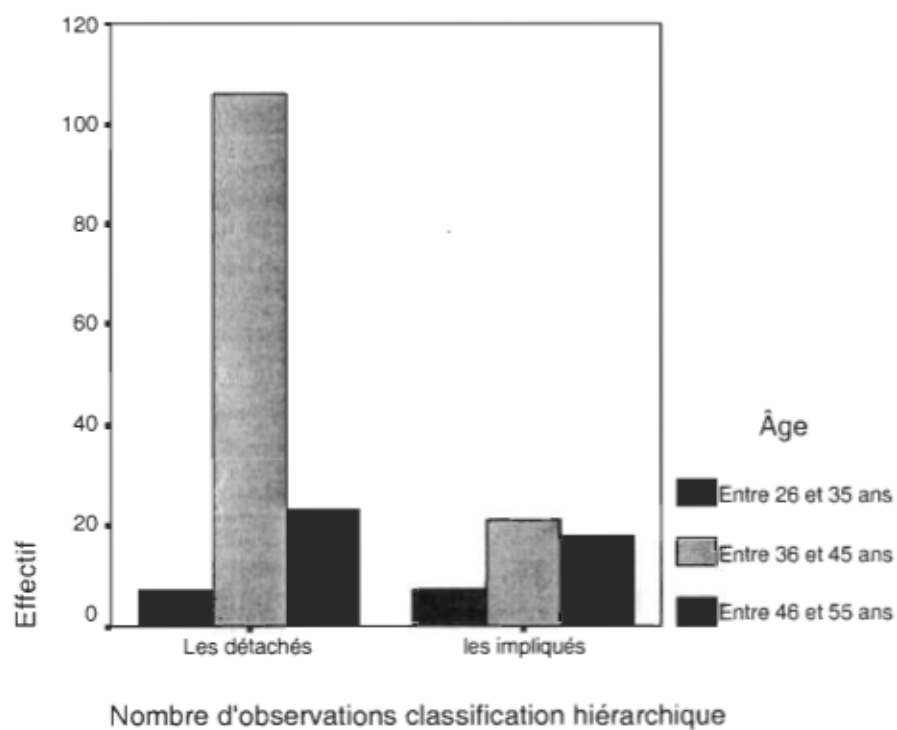
Le tableau qui suit récapitule les deux profils en fonction des dimensions de notre cadre conceptuel.

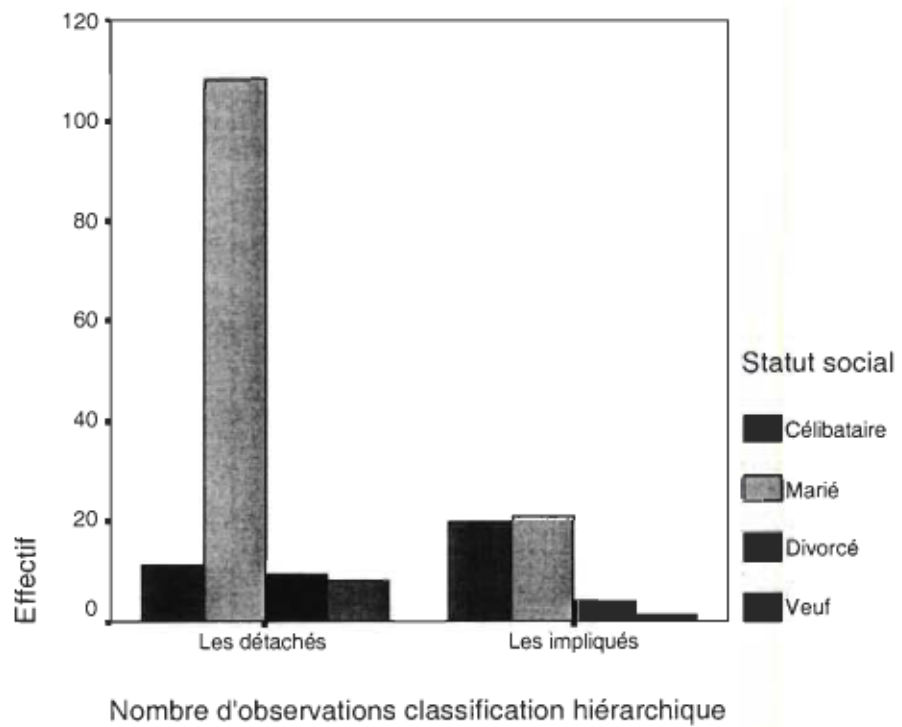
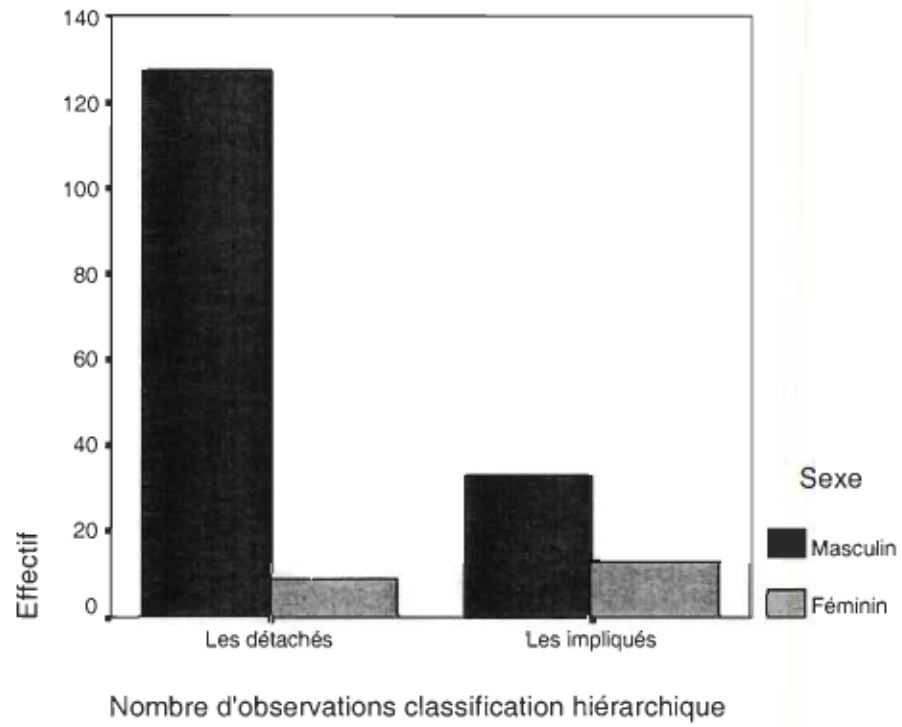
**Tableau 40 : Synthèse des deux profils de TA**

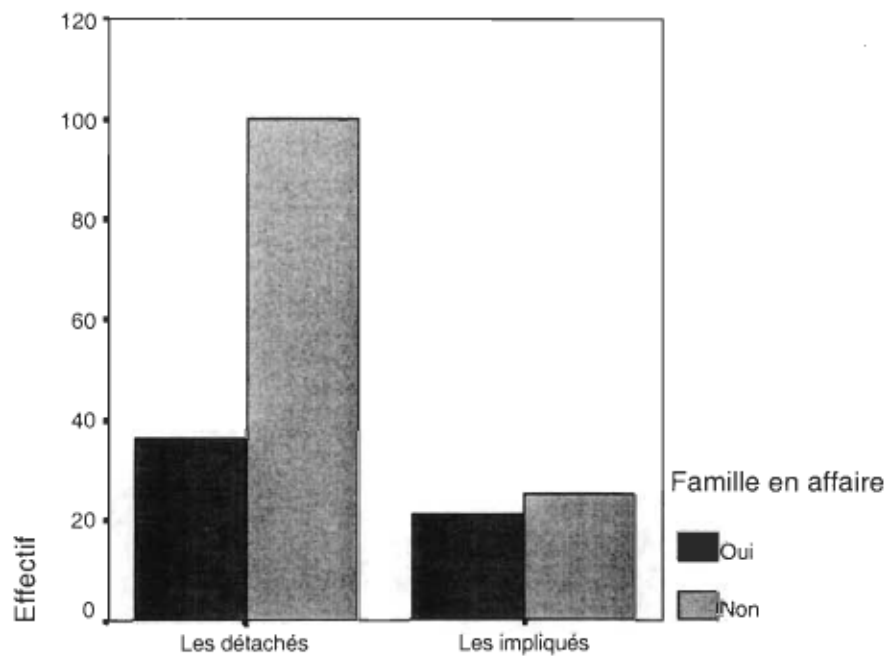
<b>Profils</b> <b>Dimensions</b>	<b>Les « détachés»</b>	<b>Les « impliqués»</b>
<b>Conception du RC</b>	<input type="checkbox"/> Les liens entretenus avec les membres de la famille et les professionnels.	<input type="checkbox"/> L'ensemble des liens qui leur permettent d'accéder aux ressources.
<b>Problèmes de démarrages</b>	-	-
<b>Acteurs du RC</b>	<input type="checkbox"/> Famille et professionnels	<input type="checkbox"/> Plus professionnels
<b>Caractéristique du RC</b>	<input type="checkbox"/> Peu diversifié <input type="checkbox"/> Densité plus au moins élevée <input type="checkbox"/> Intensité peu élevée <input type="checkbox"/> Peu étendu	<input type="checkbox"/> Très diversifié <input type="checkbox"/> Densité assez élevée <input type="checkbox"/> Intensité élevée <input type="checkbox"/> Très étendu
<b>Gestion du RC</b>	<input type="checkbox"/> Liste des types de contacts <input type="checkbox"/> Établissent peu les objectifs à atteindre pour chaque membre du réseau <input type="checkbox"/> N'établissent pas les moyens de communications adéquats <input type="checkbox"/> Pas de budget pour le RC	<input type="checkbox"/> Liste des types de contacts <input type="checkbox"/> Établissent souvent les objectifs <input type="checkbox"/> Établissent les moyens de communications adéquats <input type="checkbox"/> Un budget pour le RC
<b>Fonctionnement du RC</b>	<input type="checkbox"/> Peu actifs dans les activités para-professionnelles	<input type="checkbox"/> Très actifs dans les activités para-professionnelles
<b>Utilisation du RC</b>	-	-
<b>Évaluation du RC</b>	<input type="checkbox"/> Peu satisfaits du RC <input type="checkbox"/> Pas de mise à jour du RC	<input type="checkbox"/> Très satisfaits du RC <input type="checkbox"/> Mise à jour du RC

Maintenant que nous avons reconnu les deux profils, nous allons procéder à l'analyse des tableaux croisés en fonction des variables socio-démographique pour mieux approfondir le profil des deux groupes

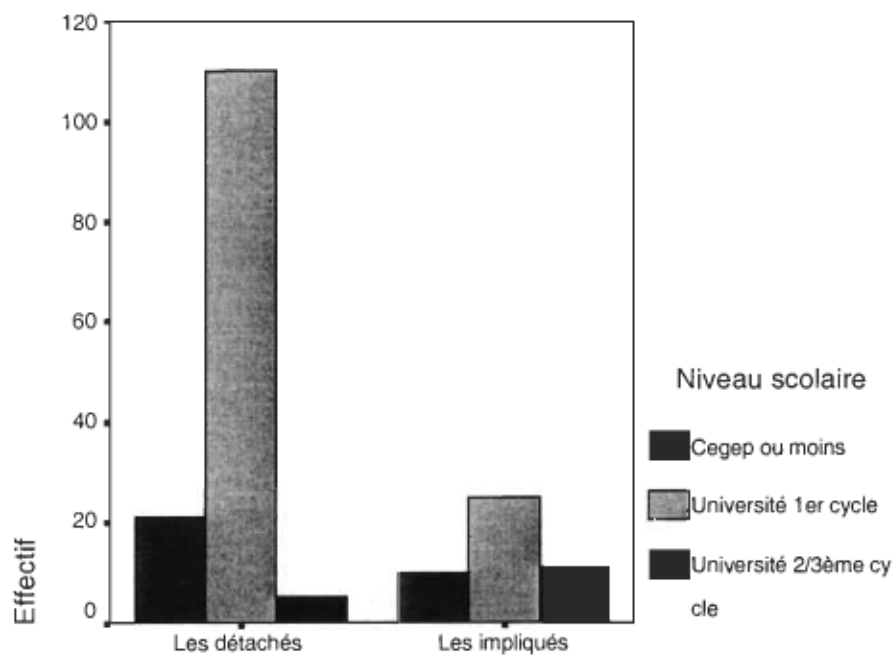
**Figure 4 : Distribution des 182 répondants par rapport aux variables socio-démographique**





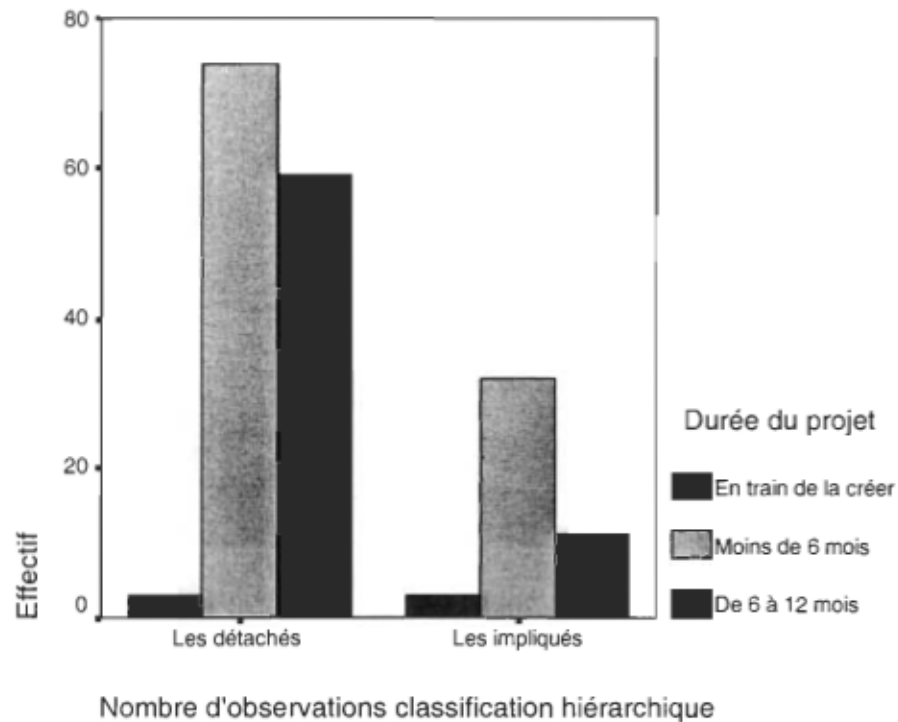


Nombre d'observations classification hiérarchique



Nombre d'observations classification hiérarchique

**Figure 5 : Répartition des deux groupes en fonction de la durée du projet**



Pour finir, nous pouvons formuler la remarque suivante : Si les résultats de notre enquête ont montré qu'une majorité de TA accorde peu d'importance à son réseau de contacts, pour la minorité, qui en revanche, a porté une attention toute particulière à son réseau de contacts, elle a pu adéquatement résoudre les problèmes de pré-démarrage et/ou de démarrage auxquels elle était confrontée. Espérons que ce constat fera, dans l'avenir, prendre conscience à d'autres TA de l'importance du réseau de contacts dans la résolution des problèmes de pré-démarrage et/ou de démarrage

#### 4.10- La fiabilité et la validité du modèle

Pour mesurer la validité du construit, nous avons effectué, dans un premier temps, une première analyse factorielle pour chacune des six dimensions qui sont « problèmes de démarrage », « fonctionnement du RC », « gestion du RC », « acteurs du RC », « caractéristiques du RC », « utilisation du RC », et « évaluation du RC » afin d'identifier et de sélectionner les variables qui expliquent le mieux leurs dimensions et comptent sur un seul facteur. Nous avons, alors, refait une deuxième analyse factorielle avec seulement les variables sélectionnées. Nous avons obtenu pour chacune des dimensions les résultats suivants :

**Tableau 41 : Analyse factorielle de la dimension « Problèmes de démarrage »**

Indice KMO et test de Bartlett		
Mesure de précision de l'échantillonnage de Kaiser-Meyer-Olkin.		,520
Test de sphéricité de Bartlett	Khi-deux approché	39,584
	ddl	10
	Signification	,000

**Tableau 42: Analyse factorielle de la dimension « Fonctionnement du RC »**

Indice KMO et test de Bartlett		
Mesure de précision de l'échantillonnage de Kaiser-Meyer-Olkin.		,500
Test de sphéricité de Bartlett	Khi-deux approché	34,774
	ddl	1
	Signification	,000



**Tableau 43 : Analyse factorielle de la dimension «Gestion du RC»**

**Indice KMO et test de Bartlett**

Mesure de précision de l'échantillonnage de Kaiser-Meyer-Olkin.		,800
Test de sphéricité de Bartlett	Khi-deux approché	233,470
	ddl	6
	Signification	,000

**Tableau 44 : Analyse factorielle de la dimension « Acteurs du RC»**

**Indice KMO et test de Bartlett**

Mesure de précision de l'échantillonnage de Kaiser-Meyer-Olkin.		,512
Test de sphéricité de Bartlett	Khi-deux approché	7,748
	ddl	6
	Signification	,257

**Tableau 45 : Analyse factorielle de la dimension « Caractéristiques du RC»**

**Indice KMO et test de Bartlett**

Mesure de précision de l'échantillonnage de Kaiser-Meyer-Olkin.		,840
Test de sphéricité de Bartlett	Khi-deux approché	437,688
	ddl	6
	Signification	,000

**Tableau 46 : Analyse factorielle de la dimension « Utilisation du RC»**

**Indice KMO et test de Bartlett**

Mesure de précision de l'échantillonnage de Kaiser-Meyer-Olkin.		,500
Test de sphéricité de Bartlett	Khi-deux approché	,750
	ddl	1
	Signification	,387

**Tableau 47: Analyse factorielle de la dimension «Évaluation du RC»**

**Indice KMO et test de Bartlett**

Mesure de précision de l'échantillonnage de Kaiser-Meyer-Olkin.		,818
Test de sphéricité de Bartlett	Khi-deux approché	1244,145
	ddl	55
	Signification	,000

NB : Voir les annexes pour le complément de l'analyse factorielle.

Nous remarquons que l'indice de KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) n'est pas très important pour les facteurs suivant : problèmes de démarrage, fonctionnement du réseau de contacts, acteur du réseau de contacts et l'utilisation du réseau. Néanmoins, force est de constater que les scores que nous avons obtenus ne sont pas inférieurs à .5. De même certaines de ces dimensions ne sont pas significatives comme les acteurs du RC et l'utilisation du RC. En outre, nous remarquons que les scores que nous avons obtenus pour les facteurs gestion du réseau de contacts, caractéristiques du réseau de contacts et l'évaluation sont très importants et ce sont ces même dimensions qu'ont fait la différence entre les deux profils du TA. Le faible score de KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) obtenu pour les premiers facteurs peut être expliqué par le fait que, pour ces dimensions, nous n'avons pas beaucoup détaillé nos instruments de mesure. Ainsi, par exemple, pour les problèmes de démarrage, notre instrument de mesure relatif à cette dimension ne présente pas les problèmes de façon détaillée puisque nous avons retenu des catégories générales de problèmes comme par exemple, les problèmes de financement.

Toutefois, même si notre analyse factorielle explique en moyenne plus de 60% du phénomène étudié, à savoir l'importance du réseau de contacts dans la résolution des problèmes de pré-démarrage et de démarrage du projet des travailleurs autonomes , il

reste, néanmoins, que notre cadre conceptuel particulier n'explore pas entièrement l'ensemble des facteurs gravitant autour du phénomène étudié.

Par ailleurs, s'agissant de la validité de contenu de notre instrument de mesure, nous nous sommes assurés que les items ou facteurs couvraient adéquatement le domaine qu'ils étaient censés mesurer. Pour ce faire, nous avons soumis notre questionnaire de recherche à des collègues, à un expert en la matière ainsi qu'à un certain nombre de travailleurs autonomes. Ce pré-test de compréhension, nous a permis de corriger plusieurs termes qui n'étaient pas appropriés, certaines lacunes qui pouvaient affecter les résultats et d'ajouter certains items qui pouvaient améliorer les résultats.

## Conclusion

Au terme de cette étude, il convient de porter un regard critique et objectif sur l'opportunité, l'intérêt et l'efficacité du RC quant à la résolution des différents problèmes pouvant émerger lors de la phase de pré-démarrage et démarrage du projet du TA.

*Quels enseignements pouvons-nous tirer de l'étude du réseau de contacts (RC) chez les TA?*

L'originalité de notre recherche réside dans le fait que peu d'études scientifiques se sont intéressées au RC chez les TA et plus particulièrement au rôle qu'il pourrait jouer dans la résolution des problèmes de pré-démarrage et/ou démarrage. Consciente de cette limite littéraire, nous avons emprunté à la littérature de l'entrepreneuriat. Certes, cette originalité englobe avec elle-même une limite, celle d'accepter un filtre déjà utilisé par de précédents chercheurs de l'entrepreneuriat, cependant, elle engendre par-là même un intérêt épistémologique, celui de percevoir ce même filtre non comme une limite mais tel un point de départ.

L'absence ou la quasi- inexistence de source littéraire relative aux RC chez les TA nous a permis de contribuer à la recherche scientifique. Apport non négligeable, dans la mesure où le travail autonome est devenu, dans le contexte économique actuel, une alternative très importante de développement et de croissance économique. De même, cette étude peut contribuer à sensibiliser les TA sur l'importance que peut avoir le RC pour la résolution des problèmes de pré-démarrage et/ou démarrage ainsi que sur le

fait que le RC peut, à divers degrés, rendre plus «compétitif» le TA en dépit du fait qu'il ne dispose pas des mêmes compétences et ressources que les autres entreprises.

En outre, le but fondamental recherché par cette étude sur le réseau de contacts chez les travailleurs autonomes explore deux volets :

- Décrire le réseau de contacts du TA, plus particulièrement sa conception du RC, ses acteurs, ses caractéristiques, son fonctionnement, son utilisation, sa gestion, son évaluation ainsi que les principales catégories de problèmes que le TA est susceptible d'affronter lors de la phase de pré-démarrage et/ou de démarrage.
- Décrire les particularités du réseau de contacts qui font que le TA grâce à cet outil arrive à résoudre ses problèmes de pré-démarrage et/ou de démarrage.

Eu égard à notre premier questionnaire, les résultats de notre recherche ont révélé que nos répondants ont la même conception du RC que celle abordée par la littérature.

En ce qui concerne les acteurs qui constituent leur réseau, ils sont plus informels, autrement dit composés plus des membres de la famille et des amis.

S'agissant des caractéristiques du RC de nos répondants, ils s'est avéré que leurs réseaux ont une forte densité, une faible diversité due au fait que les membres du réseau ont plus au moins le même profil que nos répondants. De même, l'intensité de leur réseau n'est pas très élevée vu que nos répondants n'accordent pas assez de temps pour bien entretenir leur réseau, néanmoins il reste que l'effort qu'ils fournissent pour cet effet est non négligeable surtout que le TA en général a pour charge l'ensemble des tâches de son entreprise. Pour ce qui est de la taille du réseau, nos répondants ne possèdent pas un réseau très étendu.

En ce qui a trait à la gestion du RC, nos répondants n'y accordent pas beaucoup d'importance, dans la mesure où la majorité n'attribue pas de budget particulier pour le réseau, les objectifs à atteindre par rapport à chaque membre du réseau ainsi que le temps alloué pour le maintien et le développement du réseau de contacts reste insuffisants.

Les résultats de cette recherche ont mis en exergue également le manque d'implication de nos répondants au niveau des activités para-professionnelles, outil qui est très approprié pour élargir le cercle de connaissance et les sources d'informations.

Les principaux problèmes que les répondants ont affrontés, se rattachent au financement, au marketing et à la vente ainsi qu'à la gestion et l'accès à l'information. Nos répondants ont recours au réseau pour faire face à ces difficultés et plus particulièrement pour recevoir un soutien financier et juridique, pour la prospection des clients et pour avoir plus d'information relative à la procédure de démarrage d'entreprise.

En ce qui a trait à notre deuxième questionnement, les résultats de notre étude ont montré que les répondants qui s'impliquent beaucoup dans le réseau de contacts, en accordant beaucoup d'importance à la gestion du RC, à son évaluation en procédant à une mise à jour et en investissant du temps, de l'énergie et de l'argent pour bien entretenir leurs réseaux arrivent grâce à cet outil de faire face aux difficultés inhérentes à la phase de pré-démarrage et/ou de démarrage.

Au-delà de ces apports théorico-pratiques, notre étude rencontre aussi certaines limites tant méthodologiques que conceptuelles. Ainsi, une première limite est relative au questionnaire. Il nous est loisible de remarquer qu'il aurait été préférable d'administrer l'ensemble de nos questionnaires par nous-même. Néanmoins, étant donné

que notre cible d'étude à savoir le TA n'était pas facile à atteindre, nous nous sommes focalisés sur l'aide offerte par les organismes auxquels de nombreux TA ont recours pour administrer nos questionnaires. Dans le même ordre d'idée découle une autre limite, celle relative au fait que de par notre mode d'administration des questionnaires (CLD et autres organismes) nous n'avons pu atteindre que les TA qui, en somme, avaient déjà pris conscience de l'importance du réseau. Enfin, une autre limite relative au questionnaire concerne le fait que dans celui-ci, nous n'avons pas pu détailler, amplement, la partie relative au problème de pré-démarrage/démarrage car cela aurait augmenté la longueur du questionnaire et aurait contribué à augmenter la faiblesse du taux de réponse. Cependant et en dépit des limites susmentionnées, nous persistons à croire que la méthode choisie semblait appropriée pour notre étude.

Une deuxième limite est relative à notre échantillon, plus précisément à la taille de celui-ci. Nous pensons que la taille de notre échantillon n'est pas suffisant pour valider une théorie relative au rôle du RC pour la résolution des problèmes de pré-démarrage et/ou démarrage chez les TA. De même, il est à noter que la procédure d'échantillonnage que nous avons choisie, à savoir «un échantillonnage de convenance», ne nous permet pas non plus de généraliser les résultats de notre recherche.

Enfin, une autre limite réside dans l'espace territorial, notre questionnaire n'a été administré qu'au Québec. Néanmoins, là encore il s'agissait selon nous d'une issue acceptable étant donné d'une part, que nous n'avions pas accès à une base de données relative aux TA et d'autre part que la plupart des TA ne sont pas inscrits dans l'association des TA.

Une dernière limite est relative aux sources littéraires utilisées. Comme nous l'avons mentionné plus haut, nous avons pour l'étude de notre sujet, eu recours aux écrits relatifs à l'entrepreneuriat. Par conséquent, la plupart des sources littéraires utilisées pour notre cadre théorique reflètent avant tout la réalité des entrepreneurs.

En dépit de certaines limites inhérentes à toute recherche, notre mémoire a, en dernier lieu, le mérite de suggérer aux chercheurs différentes pistes pour les recherches futures. Ainsi, nous pensons qu'il serait intéressant de reprendre la même enquête mais en utilisant cette fois, un échantillon plus représentatif comprenant des TA qui n'ont pas eu recours aux CLD ou autres organismes pour le démarrage de leur projet d'entreprise.

Ensuite, une autre avenue intéressante serait de procéder à la comparaison des problèmes associés à la phase de pré-démarrage et/ou démarrage et du fonctionnement du RC par secteur d'activité. La comparaison par secteur d'activité permettrait de mieux comprendre l'influence de celui-ci sur les principaux problèmes rencontrés lors des phases de pré-démarrage et/ou démarrage ainsi que sur le RC.

Enfin, il pourrait être intéressant de rechercher si les différences culturelles peuvent influencer la perception du RC et l'apparition de certains problèmes. Ainsi, pourrait-il être enrichissant de réaliser des études comparatives au niveau international afin de vérifier si les différences culturelles jouent un rôle important dans notre problématique de recherche.



## BIBLIOGRAPHIE

Aktouf, O (1990). Méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations. Presses de l'université du Québec, HEC.

Aldrich, H et C. Zimmer (1986). « Entrepreneurship through social networks ». Dans D.L. Sexton and R.W. Smilor, The Art of Science of Entrepreneurship, , Cambridge, MA, Ballinger. 3-23

Aldrich, H. et P.R. Reese (1993). « Does networking pay off ? A panel study of entrepreneurs in the research triangle ». Dans N. Churchill, Frontiers of Entrepreneurship Research, 325-339.

Aldrich, Howard, Ben Rosen et William Woodward (1987). « The impact of social networks on business founding and profits : a longitudinal study ». Dans N.C. Churchill et al., Frontiers of Entrepreneurship Research, Wellesley, Mass. : Babson College, 154-168.

Alpander, G.C, Carter, K.D, Forsgren, R.A, (1990). « Managerial issues and problem solving in the formative years». Journal of small business management, Avril, 9-19 .

Archer, A (1990). « Un diagnostic de pré-démarrage pour les PME et PE». Revue internationale PME, vol 3, n°4 : 389-409.

Bélley, A.(1994). « Les Milieux Incubateurs de l'Entrepreneurship ». Les éditions de la fondation de l'entrepreneurship, 2 édition, 79-83.

Birley, S. et S. Cromie (1988). « Social Networks and Entrepreneurship in Northern Ireland ». Paper presented at the Enterprise in Action Conference, Belfast, sept.

Birley, S. et S. Cromie (1992), « Networking by female business owners in Northern Ireland », *Journal of Business Venturing*, vol.7, 237-251

Birley, S. et T.A. Ostgaard (1994). « Personnel networks and firm competitive strategic – a strategic ou coincidental match ? », *Journal of Business Venturing*, vol. 9, 281-305.

Birley, Sue (1985). « The role of networks in the entrepreneurial process ». Dans J.A. Hornaday, E.B. Shils. J.A. Timmons et K.H. Vesper, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, Mass : Babson College, 325-337.

Borch, O.J (1993). «The process of relational contracting», dans J. Schrivastaver, J.Dutton & A.Huff (Eds), *Advances in strategic management*. New Haven: JAI Press.

Borch, Odd J et Michael B, Arthur (1995). «Strategic networks among small firms: implications for strategy research methodology». *Journal of management studies*, vol 32, n°4: 419-441

Bordeleau,Y (1993). «Comprendre et développer les organisations». Édition Agence D'arc.

Boyer, H. (1994). « Garder le contact et le bon ». *PME*, déc-janv, 31-32.

Brisoux, J.E (1997). Séminaire de méthodologie de la recherche. Département des sciences de la gestion de l'économie, UQTR, note de cours, sept

Brockhaus, R.h (1980). « Risk taking propensity of entrepreneurs». *Academy of management journal*,, vol 23, n° 3: 509-520

Brockhaus, R.h, et Horwitz, P.S (1986). « The psychology of the entrepreneur». Dans Kent , C.A, Sexton, D.L et Vesper , K.H, (Eds), *The art and science of entrepreneurship*, Cambridge, M.A: Ballinger

Bryson, J., Wood, P. et Keebel, D. (1993). «Business networks, small firm flexibility and regional development in UK business services ». *Entrepreneurship and Regional Development*, vol.5, 265-277.

Burt, R (1992). «The social structure of competition». Dans N. Nitin, & R. Eccles (Eds), *Network and organisations : Structure, form and action*, Harvard Business School Press, Boston., 57-91.

Burt, Ronald S (1997). «The contingent value of social capital». ,vol 42: 339-365.

Butler, J.E. et Hansen, G.S. (1991). « Network evolution, entrepreneurial success, and regional development ». *Entrepreneurship and Regional Development*, vol.3, 1-16

Bygrave, William D (1995). « Mon-and-Pops, High-Potential Start-ups, and Intrapreneurship : Are They Part of the Same Entrepreneurship Paradigm ». *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth*; 2:1-19.

Campbell, Karen E, Marsden, Peter V et Hurlbert (1985). « Social resources and socio-economic status».

Cardinal, L. et J. Tremblay (1998). « Comment bâtir un réseau de contacts solide». Éditions Transcontinental Inc., p137

Christophe Assens (1997). «Réseau neuronal et réseaux d'entreprises». *Revue française de gestion*, n° 113.

CIRETA ( Centre d'information et de recherche sur l'entrepreneurship et le travail autonome) (1999).«Profil des travailleurs autonomes du Québec» (Recensement 1996). Montréal : Développement Économique Canada pour les régions du Québec.

Cooper, A.C et Dunkelberg, W.C (1987). «Entrepreneurial research : old questions, new answers and methodological issues». American journal of small business, vol 11, n° 3: 11-23.

Coulombe, N. (1997). « Réseaux de contacts pour occasions d'affaires ». PME, mars, 37-39.

Cromie, S (1991). «The problems experienced by young firms». International small business journal, vol 9, n° 3.

Cromie, Stanley (1991). « The problems experienced by small business». Leslie G. Davies et Allan A. Gibb, Éditeurs. Recent research in entrepreneurship : the third international ELASM workshop. Brookfield, Vermont: Averbury- Gower publishing company : 115-135

Daganais, Lucie France avec la collaboration de Sylvain Archambault (1995). « Des travailleurs autonomes et précaires : éléments d'un diagnostic et pistes pour des solutions à la protection sociale des ces travailleurs». Commission des droits de la personne et des droits de la jeunesse, direction de la recherche, Montréal.

Deslauriers, J.P (1991). «Recherche qualitative : Guide pratique».. Montréal : Mc Graw-Hill.

Dirk -Jan F, Kamann, Dirk Strijker (1991) « Innovation networks: spatial perspectives ». Belhaven Press, Chapitre 8, 145-173.

Dodge, H.R, Robbins, J.E (1992). « An empirical investigation of the organisation life cycle model for small business development and survival». Journal of small business management, vol 30, n° 1: 27-37.

Dollinger, M.J. (1985). « Environmental contact and financial performance of the small firm ». *Journal of Small Business Management*, Janvier, 24-30

Dubini, Paula et Howard Aldrich (1991). « Personal networks are central to the entrepreneurial process ». *Journal of business venturing*, vol 6: 305-313.

Durand, S (1996). « Les problèmes des petites entreprises en phase de pré-démarrage et de démarrage : cas d'entreprise de services du Québec ». Rapport de recherche présenté à l'Université du Québec à Chicoutimi.

Dussault, L, Lachance, Y, Belley, A, Lorrain, J (1993). « L'analyse stratégique dans les PME en phase de pré-démarrage : 87 entreprises de services au Québec ». Acte de colloque, Conseil canadien de la PME et de l'entrepreneuriat, Nouveau-Brunswick.

Émory, C.W, (1980). « Business Research Methods ». Homewood, III, Richard D Irwin.

FCEI ( Fédération canadienne de l'entreprise indépendante) (1998). « Besoin criant de crédit chez les PME ». Rapports de la FCEI (<http://Www.Fcei.ca/Research/Credit.Asp>).

Filion, Louis Jacques (1997,a). « Le métier d'entrepreneur ». *Revue Organisation*.

Filion, Louis Jacques (1996,a). « Travail autonome : des volontaires et des involontaires ». *Actes Du 13<sup>e</sup> Colloque Annuel CCSBE - CCPME*.

Filion, Louis Jacques (1990). « Entrepreneurial performance, networking, vision and relations ». *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 3-11.

Forcese, D.P Richer, S, (1973). « Social Research Methods ». Englewood Cliffs Prentice Hall inc

Fortin, P.A (1986). « Devenez entrepreneur ». Presses de l'Université Laval, Québec.

Foss, L. (1993). « Resources networks and entrepreneurship : A survey of 153 starters and 84 non starters in the cod farming industry in Norway ». Dans Churchill, N. et al., *Frontiers of Entrepreneurship*, 355-369.

Fourcade, C (1986). «Le démarrage des entreprises: une comparaison internationale, la PME dans un monde en mutation». Montréal, Presses de l'Université du Québec.

Freeman, C. (1991).« Networks of innovators : a synthesis of research issues ». *Research Policy*, n°20, 499-514.

Gartner, W.B (1985). « A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation». *Academy of management review*, 10, 4: 696-706.

Gartner, W.B (1988). « Who is an entrepreneur ? Is the wrong question ». *American journal of small business*, vol 12, n° 4: 11-32.

Gouvernement du Canada (1997,a). « Le point sur la population active », Catalogue n°71-005-XPB.Ottawa : Statistique Canada.

Gouvernement du Canada (1997,b). « Le point sur la population active : les travailleurs indépendants ». Catalogue n°71-005-XPB. Statistique Canada- Ministère de l'industrie

Gouvernement du Canada (1998). «Employés ou travailleurs indépendants?». (RC4110(F) 1221). Revenu Canada.

Gouvernement du Québec (1998). « Le marché du travail : l'évolution du travail atypique au Québec ». Les publications du Québec, vol 19 n°5

Grandori, Anna et Giuseppe Soda (1995).«Inter-firm networks : Antecedents, mechanisms and forms ». *Organisation studies*, vol 16, n° 2: 183-214

Granovetter, M (1992). «Problems of explanation in economic sociology». Dans N. Nitin, & R. Eccles (Eds). «Network and organisations : Structure, form and action». Harvard Business School Press, Boston, 25-56.

Gray Barbara (1985). «Conditions facilitating interorganizational collaboration». Human relations, vol 38: 911-936.

Hakansson, Lars et Jan Johanson (1993). «The network as a governance structure in the embedded firm : the socioeconomics of industrial networks». G. Grabher (ed), 35-52.

Holt, David (1987), « Networks support systems : how communities can encourage entrepreneurship ». Dans Churchill, N. et al., Frontiers of Entrepreneurship, Wellesley, Mass. : Babson College, 44-56.

Huse, M (1993). «Board management relations in small firms : The paradox of simultaneous independence and interdependence». Small Business Economics Journal, forthcoming.

Jimenez, J. (1995), « Les réseaux personnels de l'entrepreneur et l'innovation technologique dans l'industrie d'arts graphiques à Cali, Colombie ». Mémoire présenté à l'université du Québec à Trois-rivières comme exigence partielle de la maîtrise en gestion des P.M.E.

Johannison, B. (1987). « Networks strategies : management technology for entrepreneurship and change ». International Small Business Journal, vol.5. n°1, 19-30.

Johannison, B. (1987), « Toward a theory of local entrepreneurship». Dans R.G. Wyckham, L. N. Meredith et G. Busche, «The Spirit of Entrepreneurship», 32<sup>nd</sup> World annual conference, International council for small business.

Johannisson, B. (1995). « Entrepreneurial networking in the Scandinavian context – theoretical and empirical positioning ». *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 7, 189-192

Johannisson, B. (1998). « Personal networks in emerging knowledge-based firms : spatial and functional patterns ». *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 10, 297-312.

Johannisson, B, Peterson, R (1984). «The personnel networks of entrepreneurs». *Managing small business in the 80s, the third Canadian conference international council for small business Canada*.

Johannisson, Bengt (1986). «New venture creation : a network approach». *Frontier of entrepreneurial research*, Wellesley, MA : Babson college.

Johnson, B.R (1990). « Toward a multidimensional model of entrepreneurship: the case of achievement motivation and the entrepreneur ». *Entrepreneurship : theory and practice*, 14 3: 39-54.

Julien, P. A (1999).«L'entrepreneuriat au Québec – Pour une révolution tranquille entrepreneuriale 1980-2005». Note de cours.

Julien, P.A, Marchesnay, M (1996). « l'entrepreneuriat ». *Economica*, Paris.

Julien, P.A (1995). «PME : bilan et perspectives ». Éditions presses inter universitaires. *Economica*, section 2.

Julien, P.A (1998). « Le développement régional : comment multiplier les Beauce au Québec ». Éditions de l'IQRC, chap.6.



Jurik, Nanacy C (1998). « Getting away and getting by : The experience of self-employed homeworkers». *Work and occupations* , vol 25, n° 1: 7-35.

Katz, Jerome A (1984). « One person organizations as a resource for researchers and practitioners». *American Journal of Small Business*.

Kazanjian, R.K (1988). « Relation of dominant problem to stages of growth in technology-based new ventures». *Academy of management journal*, vol 31, n°2 : 257-279.

Kroeger, C..R (1974). «Managerial development in the small firm». *California management review*, XVII, n° 3: 41-47.

Kuratko, D..F, Hodgetts, R.M (1989). « Entrepreneurship: a contemporary approach». Chicago, Dryden Press.

Laferté, Sylvie (1999). *Rencontre avec des travailleurs autonomes : rapport de residence (DBA )- non publié*. Université du Québec à Trois-Rivières.

Laferté, Sylvie (2000). « Le diagnostic des besoins de soutien des travailleurs autonomes : Problèmes managériaux et pistes de solution ». Document de travail non publié. Université du Québec à Trois-Rivières.

Laliberté, M (1998). « Travailleurs autonomes, comment se faire connaître ? », *Affaires Plus*, 67-68.

Lorrain, J (1990). « Les jeunes entrepreneurs Québécois». UQTR, GREPME, Ministère de l'industrie du commerce et de la technologie du Québec.

MacMillan, Ian C. (1981). « Politics of new ventures ». Dans K.H. Vesper, *Frontiers of Entrepreneurship*, Wellesley, Mass. : Babson College, 496-515.

Macneil, I.R (1980). «The new social contract. A inquiry modern contractual relations». New Haven, CT: Yale University Press.

Markman, Gideon D et Robert A, Baron (1998). «Social Skills and entrepreneurs financial success : Evidence that the ability to get along with others really matters». Frontiers of Entrepreneurship Research.

Mason, E.J, Bramble, W..J (1978). «Understanding and conducting Research: Application in education and behavioral sciences». New york, McGraw-Hill Book Co

McClelland, D.C (1965). «Achievement and entrepreneurship, a longitudinal study». Journal of personality and social psychology, vol 1, n° 4: 389-392.

Nelson, Reed E (1988).«Social network analysis as intervention tool ». Group and organisation studies.

Odd Jarl Borch , Morten Huse (1993). « Informal strategic network and the Board of directors». Entrepreneurship theory and practice, vol 18 n°1, 23-36

Özcan, G.B (1995), « Small business networks and local ties in Turkey ». Entrepreneurship and Regional Development, vol 7 : 265-282.

Paasche, Tor, Arve Pettersen et Olav Solem (1993). « Network theory-a critical review, in the development and the strategies of SMEs in the 1990s». Édition M.Virtanen. Mikkeli, Finland Helsinki School of eco.

Paradis, F (1994). « Les réseaux : quand 2 plus 2 font 320 ». La gazette des femmes, 33-36

Perreault, J.D et R. Lavoie (1996). « Comment éviter l'isolement ? ». Éditions du TAD inc, collection Desjardins pour le travailleur autonome, p 93.

Perreault, J.D et R. Lavoie (1999). « Le rôle du réseau de contacts pour le travailleur autonome ». Image Économique de la Mauricie, 36-38.

Perreault, J.D (1998). «Pour une meilleure compréhension du statut de travailleur autonome». Université du Québec à Trois-Rivières, «Working paper».

Pettigrew, A (1992). «On studying managerial elites». Strategic Management Journal, vol 13: 163-182..

Pierrette Gagné (1998). « Les travailleurs autonomes ». Affaire plus, Décembre, 50-56

Planque, B. (1991). « Note sur la notion de réseau d'innovation., rRéseaux contractuels et réseaux conventionnels », Revue d'Économie Régionale et Urbaine, n°3/4, 295-320.

Porter, M,E (1982). « Choix stratégiques et concurrence. Economica, Paris.

Poulin, D, Gauvin, S, Montreuil, B (1995). « L'entreprise réseau : bâtir aujourd'hui l'organisation de demain».

Raye-Johnson Venda (1997). «Se constituer son réseau relationnel». Les presses du management

Redding, S.G (1990). «The spirit of chinese capitalism». New York: walter de Gruyter

Rein Peterson, Robert Ronstadt, Hubert Wallot (1990). « Le réseau entrepreneurial : une arme discrète indispensable à l'entrepreneur à succès ». Revue Internationale de gestion des petites et moyennes organisation, vol 5, n°1, 34-41.

Roy, Gilles (1998,a). «Diagnostic sur le travail autonome». Cahier de recherche 98-02 . École des Hautes Études Commerciales, Chaire d'Entrepreneurship.

Roy, Gilles (1998,b). «Diagnostic sur le travail autonome», Cahier de recherche 98-08.  
École des Hautes Études Commerciales, Chaire d'Entrepreneurship

Roy, Gilles (1998,d). «Diagnostic sur le travail autonome». Cahier de recherche 98-01.  
École des Hautes Études Commerciales, Chaire d'Entrepreneurship

Roy, Gilles (1998,e). «Diagnostic sur le travail autonome». Cahier de recherche 98-07.  
École des Hautes Études Commerciales, Chaire d'Entrepreneurship

Scott, Richard C (1982). « Introduction to encyclopedia of entrepreneurship».

Shah Priti Pradhan (1998). « Who are employees social referents ? Using a network perspective to determine referent others ». Academy of Management Journal, 249-268.

Soldressen, Lorna Sanchez, Susan S, Fiorito et Yan He (1998). «An exploration into home-based business : data from textile artists». Journal of small business management, vol 36, n° 2: 33-44.

Stearns, Timothy M , Diana L Gilbertson et Paul D, Reynolds (1997). « The effects of managerial problems on new venture start-ups». Frontiers of entrepreneurship research .

Szarka, J. (1990). « Networking and small firm ». Journal of International Small Business, vol. 8, n° 2 : 10-19.

Terpstra, D.E, Olson, P.D (1993). «Entrepreneurial start-up and growth : a classification of problems». Entrepreneurship theory and practice, vol 17, n° 3 : 5-20.

Timmons, Jeffry A (1989). « The Entrepreneurial Mind». Andover Massachusetts: Brick House Publishing Company.

Tjosvold, D (1991). « Leading the team organization : how to create an enduring competitive advantage». NY : Lexington Books.

Tjosvold, D. and D. Weicker (1993). « Cooperative and competitive networking by entrepreneurs : a critical incident study ». Journal of Small Business Management, 11-21.

Vesper, K.H (1980). « New venture strategies». Englewood cliffs: Prentice-Hall.

Vosokis, G, Glueck, W.F (1980). «Small business problems and stages of development». Processing academy of management, Detroit, Michigan.

Walker, Gordon, Bruce Kogut et Weijjian Shan (1997). «Social capital structure holes and the formation of an industry network». Organisation science, n° 8 : 109-125.

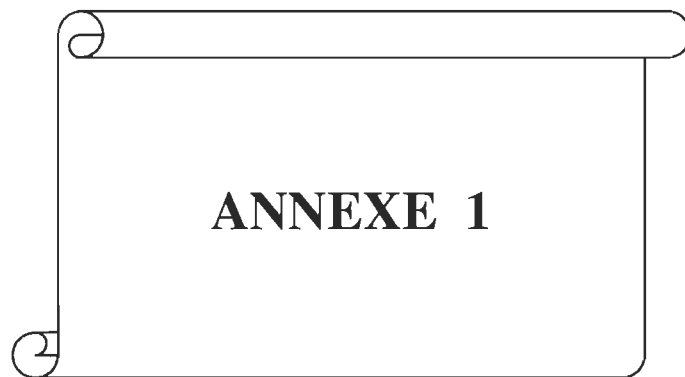
Weick, K (1976). « Educational organisations as loosely coupled systems». Administration science quarterly, Vol 21

Wong, S.L (1992). « Business network, cultural values and the state in HongKong and Sangapore». Paper presented to the meeting of the third Soka University Pacific Basin Symposium,Singapore

Woodward, W.J (1988). «A social network theory of entrepreneurship : an empirical study».

Young, Mark R (1996). «Critical business knowledge and competencies : diagnosing through the business life-cycle», Academy of entrepreneurship journal, vol 1, n° 1: 1-25-32.

Zahra, S.A, & Pearce, J.A (1989). «Board of directors and corporate financial performance: A review and integrative model». Journal of management, vol 15, n° 2: 291-334.



**Tableau13 : Répartition par statut social**

	<b>FREQUENCE</b>	<b>POUR CENT</b>
<b>Célibataire</b>	31	17,0
<b>Marié</b>	129	70,9
<b>Divorcé</b>	13	7,1
<b>Veuf</b>	9	4,9
<b>Total</b>	182	100,0

**Tableau 16 : Répartition par secteur d'activités**

	<b>FRÉQUENCE</b>	<b>POUR CENT</b>
<b>Services aux particuliers</b>	83	45,6
<b>Services aux entreprises</b>	35	19,2
<b>Profession libérale</b>	7	3,8
<b>Commerce et distribution</b>	33	18,1
<b>Transport et entreposage</b>	10	5,5
<b>Manufacturier et transformation</b>	5	2,7
<b>Hôtellerie et restauration</b>	1	,5
<b>Autres</b>	8	4,4
<b>Total</b>	182	100,0

**Tableau 18 : Définition du RC par le TA en fonction de la durée du projet d'affaire**

	<b>EN TRAIN DE LA CREER</b>	<b>MOINS DE 6 MOIS</b>	<b>DE 6 A 12 MOIS</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Définition 1</b>	1	2		3
<b>Définition 2</b>	2	17	18	37
<b>Définition 3</b>	2	74	41	117
<b>Autres définitions</b>	1	13	11	25
<b>Total</b>	6	106	70	182

**Tableau 20 : Les solutions adoptées par le TA en fonction de la durée d'exercice**

	EN TRAIN DE LA CREER	MOINS DE 6 MOIS	DE 6 A 12 MOIS	TOTAL
Guichet d'informations		11		11
Regroupement de jeunes entrepreneur.	1	9		10
Entourage proche	2	70	27	99
Entourage professionnel	3	12	41	56
Internet		4		4
Autres			2	2
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>106</b>	<b>70</b>	<b>182</b>

**Tableau 22 : Participation du TA aux associations en fonction de la durée d'exercice**

	EN TRAIN DE LA CREER	MOINS DE 6 MOIS	DE 6 A 12 MOIS	TOTAL
Rarement	4	79	31	114
Occasionnellement	2	23	35	60
Souvent		4	4	8
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>106</b>	<b>70</b>	<b>182</b>

**Tableau 23 : Participation du TA aux clubs en fonction de la durée d'exercice**

	EN TRAIN DE LA CREER	MOINS DE 6 MOIS	DE 6 A 12 MOIS	TOTAL
Rarement	3	45	64	112
Occasionnellement	2	52	6	60
Souvent	1	9		10
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>106</b>	<b>70</b>	<b>182</b>

**Tableau 24 : Participation du TA aux forums, séminaire et conférences en fonction de la durée d'exercice**

	EN TRAIN DE LA CREER	MOINS DE 6 MOIS	DE 6 A 12 MOIS	TOTAL
Rarement	4	58	59	121
Occasionnellement		40	10	50
Souvent	2	8	1	11
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>106</b>	<b>70</b>	<b>182</b>



**Tableau 25 : Préparation des listes de catégories de contact par le TA**

	<b>FREQUENCE</b>	<b>POUR CENT</b>
<b>Non</b>	78	42,9
<b>Oui</b>	104	57,1
<b>Total</b>	182	100,0

**Tableau 26 : Fixation des objectifs pour les membres du réseau par le TA**

	<b>FRÉQUENCE</b>	<b>POUR CENT</b>
<b>Non</b>	160	87,9
<b>Oui</b>	22	12,1
<b>Total</b>	182	100,0

**Tableau 27 : Fixation des moyens adéquats pour communiquer avec le RC**

	<b>FRÉQUENCE</b>	<b>POUR CENT</b>
<b>Non</b>	163	89,6
<b>Oui</b>	19	10,4
<b>Total</b>	182	100,0

**Tableau 28 : Attribution d'un budget au RC par le TA**

	<b>FRÉQUENCE</b>	<b>POUR CENT</b>
<b>Non</b>	161	88,5
<b>Oui</b>	21	11,5
<b>Total</b>	182	100,0

**Tableau 29 : Le temps consacré par le TA pour le développement de son RC**

	<b>FREQUENCE</b>	<b>POUR CENT</b>
<b>De 1h à 5h par semaine</b>	12	6,6
<b>De 6h à 11h par semaine</b>	123	67,6
<b>De 12h à 19h par semaine</b>	24	13,2
<b>Plus de 20h par semaine</b>	23	12,6
<b>Total</b>	182	100,0

Tableau 30 : Le temps consacré par le TA pour le maintien de son RC

	FREQUENCE	POUR CENT
De 1h à 5h par semaine	73	40,1
De 6h à 11h par semaine	48	26,4
De 12h à 19h par semaine	40	22,0
Plus de 20h par semaine	21	11,5
Total	182	100,0

Tableau36 : L'étendue du RC du TA

	FREQUENCE	POUR CENT
Famille	96	52,7
Amis	52	28,6
Collègues	25	13,7
Consultants	3	1,6
Banquier	6	3,3
Total	182	100,0

➤ Résultats de l'analyse cluster  
les résultats du cluster

	CLASSE	
	1	2
Question 3	3,00	4,00
Question 4	5,00	4,00
Question 5a	4,00	4,00
Question 5b	5,00	4,00
Question 5c	6,00	4,00
Question 5d	6,00	6,00
Question 5e	6,00	5,00
Question 5f	1,00	5,00
Question 5g	5,00	6,00
Question 6	3,00	4,00
Question 7a	2,00	4,00
Question 7b	3,0	4,0
Question 7c	2,00	4,00
Question 7d	,00	,00
Question 8	1,00	1,00
Question 9	,00	1,00
Question 10	,00	1,00
Question 11	,00	1,00
Question 12	,00	1,00
Question 13	2,00	3,00
Question 14	2,00	3,00
Question 15	1,00	2,00
Question 17a	1,00	1,00
Question 17b	2,00	2,00

Question 17c	2,00	4,00
Question 17d	4,00	4,00
Question 17e	5,00	1,00
Question 18a	2,00	3,00
Question 18b	3,00	2,00
Question 18c	2,00	3,00
Question 18d	2,00	2,00
Question 18e	3,00	3,00
Question 18f	3,00	1,00
Question 18g	2,00	1,00
Question 18h	1,00	1,00
Question 18i	3,00	3,00
Question 18l	2,00	3,00
Question 19a	3,00	3,00
Question 19b	3,00	3,00
Question 19c	3,00	3,00
Question 19d	3,00	3,00
Question 19e	3,00	3,00
Question 20a	2,00	2,00
Question 20b	1,00	1,00
Question 20c	1,00	1,00
Question 20d	1,00	2,00
Question 20e	1,00	1,00
Question 21a	1,00	3,00
Question 21b	1,00	2,00
Question 21c	3,00	3,00
Question 21d	3,00	2,00
Question 21e	2,00	3,00
Question 22a	2,00	3,00
Question 22b	3,00	3,00
Question 22c	1,00	3,00
Question 22d	1,00	3,00
Question 22e	1,00	3,00
Question 23a	2,00	1,00
Question 23b	2,00	2,00
Question 23c	2,00	2,00
Question 23d	1,00	2,00
Question 23e	2,00	1,00
Question 24a	2,00	1,00
Question 24b	2,00	2,00
Question 24c	2,00	2,00
Question 24d	1,00	2,00
Question 24e	1,00	1,00
Question 25	3,00	3,00
Question 26a	1,00	3,00
Question 26b	7,00	1,00
Question 26c	3,00	5,00
Question 26d	6,00	3,00
Question 26e	1,00	7,00
Question 27a	3,00	4,00
Question 27b	3,00	5,00
Question 27c	1,00	5,00

Question 27d	1,00	5,00
Question 27e	2,00	5,00
Question 28a	1,00	1,00
Question 28b	2,00	1,00
Question 28c	1,00	1,00
Question 28d	2,00	1,00
Question 28e	2,00	1,00
Question 29	1,00	1,00
Question 30	2,00	1,00

*Nombre d'observations dans chaque classe*

CLASSE	GROUPE 1	136
	GROUPE 2	46
	N	182

➤ **Résultats de l'analyse factorielle**

*Tableau : Suite de l'analyse factorielle de la dimension «problèmes de démarrage»*

**Qualité de représentation**

	Initial	Extraction
Question 5a	1,000	,679
Question 5d	1,000	,665
Question 5e	1,000	,810
Question 5b	1,000	,712
Question 5g	1,000	,711

Méthode d'extraction : Analyse des principaux composants.

**Variance expliquée totale**

Composante	Valeurs propres initiales			Sommes des carrés chargées		
	Total	% de la variance ==	% cumulés	Total	% de la variance ==	% cumulés
1	1,504	30,085	30,085	1,504	30,085	30,085
2	1,069	21,390	51,475	1,069	21,390	51,475
3	1,004	20,074	71,549	1,004	20,074	71,549
4	,810	16,205	87,754			
5	,612	12,246	100,000			

Méthode d'extraction : Analyse des principaux composants.

*Tableau : Suite analyse factorielle de la dimension «fonctionnement du RC»*

**Qualité de représentation**

	Initial	Extraction
Question 7b	1,000	,710
Question 7c	1,000	,710

Méthode d'extraction : Analyse des principaux composants.

**Variance expliquée totale**

Composante	Valeurs propres initiales			Sommes des carrés chargées		
	Total	% de la variance ==	% cumulés	Total	% de la variance ==	% cumulés
1	1,420	70,983	70,983	1,420	70,983	70,983
2	,580	29,017	100,000			

Méthode d'extraction : Analyse des principaux composants.

**Tableau : Suite analyse factorielle de la dimension «Gestion du RC»****Qualité de représentation**

	Initial	Extraction
Question 10	1,000	,698
Question 11	1,000	,679
Question 13	1,000	,625
Question 14	1,000	,565

Méthode d'extraction : Analyse des principaux composants.

**Variance expliquée totale**

Composante	Valeurs propres initiales			Sommes des carrés chargées		
	Total	% de la variance ==	% cumulés	Total	% de la variance ==	% cumulés
1	2,567	64,175	64,175	2,567	64,175	64,175
2	,572	14,308	78,483			
3	,457	11,426	89,909			
4	,404	10,091	100,000			

Méthode d'extraction : Analyse des principaux composants.

**Tableau : Suite analyse factorielle de la dimension « Acteurs du RC»**

### Qualité de représentation

	Initial	Extraction
Question 17b	1,000	,586
Question 17d	1,000	,395
Question 17a	1,000	,553
Question 17e	1,000	,727

Méthode d'extraction : Analyse des principaux composants.

### Variance expliquée totale

Composante	Valeurs propres initiales			Sommes des carrés chargées		
	Total	% de la variance ==	% cumulés	Total	% de la variance ==	% cumulés
1	1,214	30,350	30,350	1,214	30,350	30,350
2	1,047	26,166	56,515	1,047	26,166	56,515
3	,922	23,042	79,557			
4	,818	20,443	100,000			

Méthode d'extraction : Analyse des principaux composants.

### Tableau: Suite analyse factorielle de la dimension « Caractéristiques du RC »

### Qualité de représentation

	Initial	Extraction
Question 22a	1,000	,749
Question 21a	1,000	,699
Question 18e	1,000	,813
Question 18f	1,000	,802

Méthode d'extraction : Analyse des principaux composants.

### Variance expliquée totale

Composante	Valeurs propres initiales			Sommes des carrés chargées		
	Total	% de la variance ==	% cumulés	Total	% de la variance ==	% cumulés
1	3,064	76,588	76,588	3,064	76,588	76,588
2	,411	10,270	86,858			
3	,281	7,036	93,894			
4	,244	6,106	100,000			

Méthode d'extraction : Analyse des principaux composants.

**Tableau: Suite analyse factorielle de la dimension « Évaluation du RC »**

**Qualité de représentation**

	Initial	Extraction
Question 27a	1,000	,757
Question 27b	1,000	,780
Question 27c	1,000	,817
Question 27d	1,000	,793
Question 27e	1,000	,820
Question 28a	1,000	,622
Question 28b	1,000	,595
Question 28c	1,000	,112
Question 28e	1,000	,589
Question 29	1,000	,708
Question 30	1,000	,552

Méthode d'extraction : Analyse des principaux composants.

**Variance expliquée totale**

Composante	Valeurs propres initiales			Sommes des carrés chargées		
	Total	% de la variance ==	% cumulés	Total	% de la variance ==	% cumulés
1	4,711	42,828	42,828	4,711	42,828	42,828
2	2,435	22,135	64,963	2,435	22,135	64,963
3	,982	8,929	73,893			
4	,687	6,244	80,137			
5	,533	4,842	84,979			
6	,505	4,587	89,566			
7	,424	3,852	93,418			
8	,241	2,193	95,611			
9	,183	1,663	97,274			
10	,162	1,475	98,749			
11	,138	1,251	100,000			

Méthode d'extraction : Analyse des principaux composants.

**Tableau: Suite analyse factorielle de la dimension « Utilisation du RC »**

**Qualité de représentation**

	Initial	Extraction
Question 8	1,000	,532
Question 25	1,000	,532

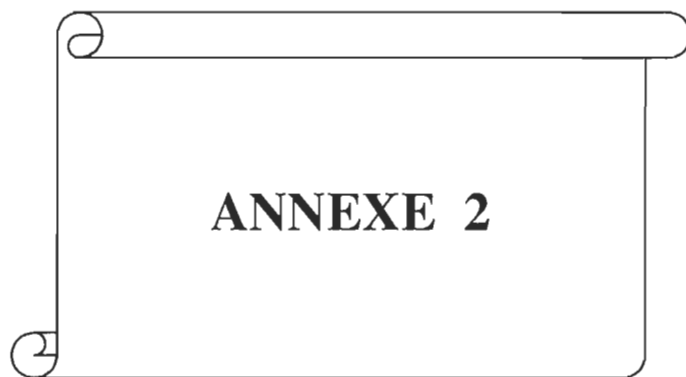
Méthode d'extraction : Analyse des principaux composants.

### Variance expliquée totale

Composante	Valeurs propres initiales			Sommes des carrés chargées		
	Total	% de la variance ==	% cumulés	Total	% de la variance ==	% cumulés
1	1,065	53,228	53,228	1,065	53,228	53,228
2	,935	46,772	100,000			

Méthode d'extraction : Analyse des principaux composants.





## **Directives aux Répondants**

Je suis actuellement étudiante à temps plein au programme de maîtrise en gestion des petites et moyennes entreprises et de leur environnement à *l'Université du Québec à Trois-Rivières*. Dans le cadre de mes études, j'effectue une enquête à des fins scientifiques auprès des travailleurs autonomes en phase de démarrage de leurs entreprises.

Afin de mener à bien cette recherche, il me serait utile de recourir à votre précieuse collaboration pour recueillir les informations pertinentes sur l'importance du réseau de contact pour le travailleur autonome dans la résolutions des problèmes inhérents au démarrage d'entreprise.

Ce questionnaire est constitué de onze sections qui nous fourniront les données suivantes :

1. Des informations sur vous afin de mieux cerner notre cible, à savoir, les travailleurs autonomes en phase de démarrage de leurs projets.
2. Des informations sur les principaux problèmes auxquels font face les travailleurs autonomes.
3. Des informations sur le fonctionnement du réseau de contact et plus particulièrement sur les moyens utilisés pour créer et/ou entretenir des relations.
4. Des informations sur la conception que vous avez du réseau de contact
5. Des informations sur la manière selon laquelle vous procédez pour gérer votre réseau de contact.
6. Des informations sur les acteurs ou les membres qui constituent votre réseau de contact
7. Des informations sur les caractéristiques de vos réseaux de contacts
8. Des informations sur l'utilisation du réseau de contacts et plus particulièrement sur l'identification de circonstances particulières pouvant expliquer le recours à un réseau. Dans l'affirmative, lesquelles?
9. Des informations sur l'évaluation que vous faites quant à votre réseau. Autrement dit, nous désirons préciser l'efficacité de votre réseau versus la résolution de vos problèmes de démarrage
10. Des informations sur votre contexte socio-démographique

Pour des renseignements supplémentaires sur notre recherche ou des explications additionnelles pour compléter le questionnaire, veuillez communiquer avec Oumâarir hanane au téléphone suivant :  
819-694-1833 / 418-658-5627

**Je vous remercie pour votre collaboration et bon succès dans vos projets.**

## QUESTIONNAIRE

### A- RENSEIGNEMENT SUR LE TRAVAILLEUR AUTONOME EN DÉMARRAGE DE SON PROJET

**1- Depuis quand avez-vous lancé votre propre entreprise ?**

- ☐ En train de la créer
- ☐ Moins de 6 mois
- ☐ De 6 à 12 mois
- ☐ Plus d'un an

**2- Si vous avez déjà démarré votre entreprise, quel est le nombre d'employés (excluant vous-mêmes) ?**

- ☐ Aucun employé
- ☐ De 1 à 4 employés
- ☐ Plus de 5 employés

### B- DÉFINITION DU RÉSEAU DE CONTACT

**3- Quelle est pour vous la meilleure définition du réseau de contact :**

- ☐ L'ensemble des liens que j'entretiens avec mon entourage proche susceptibles de m'aider dans mon projet.
- ☐ L'ensemble des liens que j'entretiens avec les professionnels susceptible de m'aider dans mon projet.
- ☐ L'ensemble des liens que j'entretiens avec mon entourage proche et les professionnels susceptibles de m'aider dans mon projet.
- ☐ Autre, merci de préciser :

### C- RENSEIGNEMENT SUR LES PROBLÈMES INHÉRENTS À LA PHASE DE DÉMARRAGE

**4- Lors de la phase de démarrage, quels sont les problèmes que vous avez rencontrés ? (vous pouvez cocher une ou plusieurs cases)**

- ☐ Problèmes de gestion, d'accès à l'information
- ☐ Problèmes de gestion du personnel
- ☐ Problèmes de comptabilité
- ☐ Problèmes de financement
- ☐ Problèmes reliés au marketing et à la vente
- ☐ Problèmes reliés à la production et aux opérations
- ☐ Problèmes reliés au métier de TA

**5- Indiquez le degré d'importance de ces problèmes :**

	Non applicable	Ce n'est pas un problème	Pas important	Moyennement important	Assez important	Très important
Problèmes de gestion, d'accès à l'information	1	2	3	4	5	6
Problèmes de gestion du personnel	1	2	3	4	5	6
Problèmes de comptabilité	1	2	3	4	5	6
Problèmes de financement	1	2	3	4	5	6
Problèmes reliés au marketing et à la vente	1	2	3	4	5	6
Problèmes reliés à la production et aux opérations	1	2	3	4	5	6
Problèmes reliés au métier de TA	1	2	3	4	5	6

**6- Lorsque vous êtes confrontés à un de ces problèmes, vous avez recours à :**

- ☐ Guichet d'informations sur les services et les programmes d'aide au démarrage offerts par les organismes
- ☐ Regroupement de jeune entrepreneurs dans le but de soutien et d'entraide mutuelle (clubs et associations, etc.)
- ☐ Entourage proche (famille et amis)
- ☐ Entourage professionnel (comptable, avocat, banquier)
- ☐ Internet
- ☐ Autres, merci de préciser :

**D- RENSEIGNEMENT SUR LE FONCTIONNEMENT DU RÉSEAU DE CONTACT**

---

**7- Participez-vous à des activités para-professionnelles ?**

	Ne s'applique pas	Rarement	Occasionnellement	Souvent
Associations	1	2	3	4
Clubs	1	2	3	4
Forums, séminaires et conférences	1	2	3	4
Autres (merci, de préciser)				

**8- Qu'attendez-vous de ces activités para-professionnelles ?**

- ☐ Contacts d'affaires : clients potentiels, etc.
- ☐ Intérêts généraux : être au courant de mon environnement
- ☐ Soutien moral et aide
- ☐ Apprentissage et information
- ☐ Échange d'idées
- ☐ Autres, merci de préciser :

**E- RENSEIGNEMENT SUR LA PROCÉDURE DE GESTION DU RÉSEAU DE CONTACT**

---

**9- Faites-vous une liste des types de contacts dont vous avez besoin ?**

- ☐ Oui
- ☐ Non

**10- Formulez-vous un objectif à atteindre pour chaque type de contacts de la liste que vous établissez?**

- ☐ Oui
- ☐ Non

**11- Dans cette même liste, précisez-vous le moyen de contact le plus adéquat ( téléphone, fax,, le courrier, le courriel ou face à face) pour chaque membre?**

- ☐ Oui
- ☐ Non

**12- Attribuez-vous un budget pour chaque type de contacts de cette même liste ?**

- ☐ Oui
- ☐ Non

**13- Combien d'heures par semaine, estimez-vous avoir dépensé à développer un réseau de contacts avec lequel vous pouviez discuter de divers aspects sur le lancement en affaires et sur la gestion de votre affaire ?**

- ☐ De 1 heure à 5 heures par semaine
- ☐ De 6 heures à 11 heures par semaine
- ☐ De 12 heures à 19 heures par semaine
- ☐ Plus de 20 heures par semaine

**14- Combien d'heures par semaine, estimez-vous avoir dépensé à maintenir ce réseau de contacts avec lequel vous pouviez discuter de divers aspects sur le lancement en affaires et sur la gestion de votre affaire ?**

- ☐ De 1 heure à 5 heures par semaine  
☐ De 6 heures à 11 heures par semaine  
☐ De 12 heures à 19 heures par semaine  
☐ Plus de 20 heures par semaine

#### **F- RENSEIGNEMENT SUR LES ACTEURS DU RÉSEAU DE CONTACT**

**15- Avec combien de personnes, estimez-vous avoir parlé de divers aspects sur le lancement en affaires ou sur la gestion de votre affaire ?**

- ☐ De 1 à 5 personnes  
☐ De 6 à 11 personnes  
☐ Plus de 12 personnes

**16- Parmi votre entourage, veuillez nous faire la liste des cinq personnes avec lesquelles vous vous sentiez le plus confortable et le plus à même de discuter sérieusement de vos projets d'affaires :**

Personne 1 : .....  
 Personne 2 : .....  
 Personne 3 : .....  
 Personne 4 : .....  
 Personne 5 : .....

**17- Veuillez préciser le lien qui existe entre ces cinq personnes et vous-même?**

	Personne 1	Personne 2	Personne 3	Personne 4	Personne 5
Famille	1	2	3	4	5
Amis	1	2	3	4	5
Colloques	1	2	3	4	5
Consultants (avocat, comptable, etc)	1	2	3	4	5
banquier	1	2	3	4	5
Fournisseurs	1	2	3	4	5
Clients	1	2	3	4	5
Autres, merci de préciser :					

#### **G- RENSEIGNEMENT SUR LES CARACTÉRISTIQUES DU RÉSEAU DE CONTACT**

**18- Veuillez bien nous indiquer s'il existe un lien quelconque entre ces cinq personnes :**

	Aucun lien (étranger)	Plus ou moins liées	Très liées	Uncertain
Personnes 1 et 2	1	2	3	4
Personnes 1 et 3	1	2	3	4
Personnes 1 et 4	1	2	3	4
Personnes 1 et 5	1	2	3	4
Personnes 2 et 3	1	2	3	4
Personnes 2 et 4	1	2	3	4
Personnes 2 et 5	1	2	3	4
Personnes 3 et 4	1	2	3	4
Personnes 3 et 5	1	2	3	4
Personnes 4 et 5	1	2	3	4

**19- Veuillez nous indiquer leur âge :**

	Moins de 25 ans	Entre 26 à 35 ans	Entre 36 à 45 ans	Entre 46 à 54 ans	Plus de 55 ans
Personne 1	1	2	3	4	1
Personne 2	1	2	3	4	1
Personne 3	1	2	3	4	1
Personne 4	1	2	3	4	1
Personne 5	1	2	3	4	1

**20- Veuillez nous indiquer leur sexe :**

	Masculin	Féminin
Personne 1	1	2
Personne 2	1	2
Personne 3	1	2
Personne 4	1	2
Personne 5	1	2

**21- Depuis combien de temps connaissez-vous ces personnes ?**

	Moins de 6 mois	De 1 an à 3 ans	Plus de 3 ans
Personne 1	1	2	3
Personne 2	1	2	3
Personne 3	1	2	3
Personne 4	1	2	3
Personne 5	1	2	3

**22- Quel est le temps alloué à chacune des cinq personnes ?**

	1 h à 5 h	6 h à 19 h	Plus de 20 h
Personne 1	1	2	3
Personne 2	1	2	3
Personne 3	1	2	3
Personne 4	1	2	3
Personne 5	1	2	3

**23- Comment les avez-vous rencontrées ?**

	Par moi-même	Par une tierce personne
Personne 1	1	2
Personne 2	1	2
Personne 3	1	2
Personne 4	1	2
Personne 5	1	2

**24- Est-ce que la tierce personne est l'une des 5 personnes citées auparavant (dans la question n°16) ?**

	Oui	Non
Personne 1	1	2
Personne 2	1	2
Personne 3	1	2
Personne 4	1	2
Personne 5	1	2

25- Quelle est la relation entre la tierce personne, s'il y a lieu? (vous pouvez cocher plus d'une réponse)

- ☐ Famille
- ☐ Amis
- ☐ Collègues
- ☐ Consultants
- ☐ Banquier
- ☐ Fournisseurs
- ☐ Clients
- ☐ Autres, merci de préciser :

#### H- RENSEIGNEMENT SUR LES CARACTÉRISTIQUES DU RÉSEAU DE CONTACT

26- Qu'attendez-vous des cinq personnes ?

	Assistance juridique	Assistance comptable	Assistance financière	Assistance morale	Assistance organisationnelle (gestion du personnel, répartition des tâches)	Assistance opérationnelle (production et stratégie)	Autres, merci de préciser
Personne 1	1	2	3	4	5	6	7
Personne 2	1	2	3	4	5	6	7
Personne 3	1	2	3	4	5	6	7
Personne 4	1	2	3	4	5	6	7
Personne 5	1	2	3	4	5	6	7

#### I- RENSEIGNEMENT SUR L'ÉVALUATION DU RÉSEAU DE CONTACT

27- Quel est votre degré de satisfaction de l'assistance que vous avez reçue des cinq personnes ?

	Pas du tout pertinente	Peu pertinente	Moyennement pertinente	Assez pertinente	Très pertinente
Personne 1	1	2	3	4	5
Personne 2	1	2	3	4	5
Personne 3	1	2	3	4	5
Personne 4	1	2	3	4	5
Personne 5	1	2	3	4	5

28- Est-ce que les cinq personnes vous ont donné une réponse plus éclairée à la résolution de vos problèmes de démarrage?

	Oui	Non
Personne 1	1	2
Personne 2	1	2
Personne 3	1	2
Personne 4	1	2
Personne 5	1	2

29- Est-ce que la participation à des activités para-professionnelles vous ont donné une réponse plus éclairée à la résolution de vos problèmes de démarrage ?

- ☐ Oui
- ☐ Non

30- Dans le cas où votre réseau de contact (le groupe de cinq personnes ou activités para-professionnelles) ne vous apporte pas l'assistance nécessaire à la résolution de vos problèmes de démarrage, réévaluez-vous la manière dont vous avez créé et entretenu votre réseau ?

- ☐ Oui
- ☐ Non

## **J- RENSEIGNEMENT SOCIO-DÉMOGRAPHIQUES**

---

**31- Votre âge :**

- ☐ Moins de 25 ans
- ☐ Entre 26 à 35 ans
- ☐ Entre 36 à 45 ans
- ☐ Entre 46 à 55 ans
- ☐ Plus de 56 ans

**32- Votre sexe :**

- ☐ Masculin
- ☐ Féminin

**33- Votre statut marital :**

- ☐ Célibataire
- ☐ Marié
- ☐ Divorcé
- ☐ Veuf

**34- Votre éducation :**

- ☐ CEGEP ou moins
- ☐ Université 1<sup>er</sup> cycle (baccalauréat)
- ☐ Université 2<sup>ème</sup> cycle ou 3<sup>ème</sup> cycle (Maîtrise ou Doctorat)
- ☐ Autres, merci de préciser :

**35- A quel secteur votre compagnie se situe-t-elle ?**

- ☐ Services aux particuliers
- ☐ Services aux entreprises
- ☐ Profession libérale
- ☐ Commerce, distribution
- ☐ Transport, entreposage
- ☐ Agriculture
- ☐ Information, culture et loisir
- ☐ Manufacturier et/ou transformation
- ☐ Hôtellerie et restauration
- ☐ Autres, merci de préciser

**36- Votre famille est-elle aussi en affaires ?**

- ☐ Oui
- ☐ Non

**37- Quelle est ou a été votre profession ?**

- ☐ Sans profession
- ☐ Étudiant à temps plein
- ☐ Travailleur autonome
- ☐ Gérant d'un petit commerce (ou compagnie)
- ☐ Employé à temps partiel
- ☐ Employé à temps complet

**23. Combien d'années avez-vous travaillé comme employé à temps complet ?**

- ☐ Moins de 1 an
- ☐ De 1 à 5 ans
- ☐ Plus de 5 ans

**MERCI D'AVOIR CONTRIBUÉ À NOTRE RECHERCHE EN  
REMPLISSANT NOTRE QUESTIONNAIRE**