



RESEARCH ARTICLE

EFFET DU PROFIL DU PROPRIETAIRE DIRIGEANT SUR LA CREATION DE LA VALEUR DANS LES PME BENINOISES

Darius A. Juste Djohossou

Docteur en Sciences de Gestion, Enseignant-Chercheur, Laboratoire de Recherche en Analyse Stratégique des Organisations (LARSO), Université d'Abomey-Calavi (Bénin).

Manuscript Info

Manuscript History

Received: 10 September 2023

Final Accepted: 14 October 2023

Published: November 2023

Key words:-

Profile, Owner-Manager, Value Creation

Abstract

Background: The globalisation of markets and its many consequences are forcing companies in general, and SMEs in particular, to review their management habits, which can no longer be focused solely on organisational responsiveness to guarantee a competitive position. The aim of this study is to analyse the influence of the owner-manager's profile on value creation in Beninese SMEs.

Materials and Methods: Using a questionnaire, we collected data from 160 Owner-managers of beninese SMEs.

Result: Ordinary least squares multiple regression shows that owner-manager characteristics such as gender, level of education, type of training and experience have a positive and significant influence on value creation in Beninese SMEs. However, competence in the field of activity had a negative influence on value creation in Beninese SMEs. Owner-managers should take an interest in their training, in order to ensure value creation and even the long-term survival of their SMEs.

Copy Right, IJAR, 2023,. All rights reserved.

Introduction:-

La globalisation des marchés et ses nombreuses conséquences contraignent les entreprises en général et les PME en particulier à revoir les habitudes managériales qui ne sauraient plus être centrées sur la seule réactivité organisationnelle afin de garantir un positionnement concurrentiel (1) (2). Dans cette perspective, les PME doivent identifier et mettre en œuvre des ressources susceptibles de créer et de maintenir durablement la flexibilité, l'agilité, la réactivité et la proactivité nécessaires à leur positionnement concurrentiel (3).

D'énormes assises théoriques qui tentent d'expliquer les facteurs de création de valeur dans les entreprises ont été développées au sein de la recherche en sciences de gestion : l'approche fondée sur la motivation et les attitudes du dirigeant (4)(5) ; l'approche fondée sur l'essence du propriétaire-dirigeant (6)(7) ; l'approche fondée sur l'environnement interne ou approche basée sur la théorie des ressources (8) (9) et des compétences (10) l'approche fondée sur l'environnement externe de l'entreprise (11) (12) et l'approche fondée sur la création de valeur (13) (14). Selon (15) la création de valeur est un système intégral de gestion de l'entreprise. Elle imprègne tous les aspects de l'entreprise depuis sa mesure de performance jusqu'à ses systèmes de rémunération, en passant par des prises de décisions stratégiques et opérationnelles. Synonyme de richesse, la valeur est un concept polysémique, omniprésent dans les disciplines des sciences de gestion (16).

Corresponding Author:- Darius A. Juste Djohossou

Address:- Docteur en Sciences de Gestion, Enseignant-Chercheur, Laboratoire de Recherche en Analyse Stratégique des Organisations (LARSO), Université d'Abomey-Calavi (Bénin).

La création de valeur vise à augmenter la productivité d'une entreprise dans le but de mieux rémunérer ses investisseurs comme les actionnaires ou les créanciers. Il faut que l'entreprise mette alors en place une stratégie pour une croissance durable qui augmente la rentabilité d'une entreprise sur le long terme. La création de valeur suscite un intérêt croissant tant en management stratégique, en finance d'entreprise, en contrôle de gestion qu'en marketing (17). Selon ces auteurs, on distingue plusieurs paradigmes de la valeur : la valeur partenariale, la valeur actionnariale, la valeur-client, la valeur stratégique, la valeur organisationnelle et la valeur économique. (18) distingue trois acceptions de la valeur : la valeur au sens de mesure (en particulier dans les disciplines scientifiques que sont les mathématiques et la physique), la valeur au sens économique et la valeur au sens philosophique. Ainsi, les mesures de la création de la valeur financière sont celles qui n'utilisent que les données comptables, éventuellement corrigées, associées à un coût du capital : ce sont les mesures internes à la création de valeur ; celles qui n'utilisent que les données de marché et qui reflètent la création de richesse et enfin celles qui mélangent données comptables et données du marché, et qui relient création de richesse et création de valeur ».

Ainsi que (19) considéraient que les caractéristiques individuelles et des objectifs personnels du propriétaire-dirigeant comme le genre, le niveau d'expérience du manager et son niveau d'étude sont des facteurs d'influence de la création de valeur de l'entreprise. La création de valeur se repose sur l'approche fondée sur les traits de personnalité du propriétaire dirigeant et ses compétences. De plus, les travaux antérieurs ont majoritairement mis l'accent sur le profil du dirigeant (20), mais nous nous intéressons aux propriétaires dirigeants des PME. Ce choix se justifie par la spécificité des Petites et Moyennes Entreprises, dans la mesure où, ces PME sont connues non seulement pour leurs moyens restreints et limités (21), mais aussi pour l'importance du profil de ce type de dirigeant pour la création de valeur de son entreprise.

Dans le contexte africain, les PME constituent les moteurs de l'économie. Elles créent des emplois et contribuent au développement économique et social. Selon la Banque mondiale, les PME contribueraient pour près de 40% du PIB des économies émergentes. Dans les pays développés, les PME constituent le segment d'entreprises dominant du fait de leur importance numérique et leur contribution à la création d'emplois. En Afrique, le constat est que les PME sont estimées à plus de 90 % du total des entreprises et ne donnent pas une image de leur poids dans l'économie (22). Elles sont moins productives que les grandes entreprises et font face à des obstacles pour survivre et pour croître. Ce constat s'observe aussi au Bénin, pays économiquement peu avancé. L'installation de guichets dédiés aux PME dans les banques, la simplification des procédures liées à l'investissement, l'érection de structures d'appui-conseil, etc. sont autant d'actions des pouvoirs publics visant à favoriser l'essor des PME. Malheureusement, le dynamisme des PME béninoises reste encore faible. Leur taux de mortalité reste visiblement élevé et suscite des interrogations. Les PME au Bénin ont de difficultés de création de valeur.

Le dirigeant s'implique dans tous les aspects de la gestion (23) et il est souvent confondu avec l'entreprise (24). La personnalité du dirigeant renforce la prospérité d'une entreprise. Si l'on en croit les principaux intéressés, 96 % des entrepreneurs s'accordent sur le fait que leur personnalité a une influence directe sur le succès de leur activité, devant leurs compétences (66%) et leur réseau professionnel (53%). Les recherches montrent, entre autres, que les propriétaires dirigeants axés sur la croissance ont des valeurs plus marquées au niveau de l'accomplissement, de l'ambition, de l'agressivité, du pouvoir, du sens de la compétition et de la créativité. Au Bénin, l'influence du profil du propriétaire dirigeant sur la création de valeur dans les PME est une voie de recherche à explorer. Cette problématique nous amène à poser la question de recherche suivante : Quel est l'effet du profil du propriétaire dirigeant sur la création de la valeur dans les PME béninoises ? Pour répondre à cette préoccupation, ce travail de recherche vise à analyser l'effet du profil du propriétaire dirigeant sur la création de la valeur dans les PME béninoises. Pour apporter des fondements conceptuels à ce questionnement, le développement de cet article débute par une revue des différents travaux existants. L'on continue l'analyse par une illustration des aspects méthodologiques pour finir par la présentation des résultats de l'étude et de leur discussion.

Revue de littérature

Qui est propriétaire-dirigeant ?

Le terme "propriétaire-dirigeant" désigne généralement une personne qui est à la fois propriétaire et dirigeante d'une entreprise. Cela signifie qu'elle possède une part substantielle ou la totalité des actions de l'entreprise et assume également un rôle de direction ou de gestion dans l'entreprise (25). En d'autres termes, le propriétaire-dirigeant est à la fois un entrepreneur ou un propriétaire d'entreprise et un dirigeant actif au sein de cette entreprise. Le propriétaire-dirigeant peut-être le fondateur de l'entreprise ou peut avoir acquis une participation significative dans l'entreprise à un moment donné. Leur rôle de dirigeant peut varier en fonction de la taille et de la structure de l'entreprise, mais il

inclut généralement la prise de décisions stratégiques, la gestion des opérations quotidiennes, la supervision du personnel et d'autres responsabilités liées à la gestion de l'entreprise.

Ce modèle de propriétaire-dirigeant est courant dans les petites et moyennes entreprises (PME), où le fondateur ou le propriétaire initial joue souvent un rôle actif dans la direction de l'entreprise. Selon (26) la PME se diffère de la grande entreprise par la présence d'un propriétaire-dirigeant. Ce dernier est en fait la principale ressource de l'entreprise. Cependant, il peut également exister dans des entreprises plus grandes, en particulier lorsque les actionnaires principaux occupent des postes de haute direction. Le propriétaire-dirigeant comme tout autre individu subit les influences tant politico-économiques que socio-culturelles du contexte dans lequel il évolue. Il ne peut être compris en dehors de la société à laquelle il appartient.

Plusieurs travaux font la similitude entre le travail du dirigeant d'une petite organisation et le créateur qui doit assumer des rôles d'entrepreneur, de négociateur, d'agent de liaison, d'observateur actif et d'opérateur (27). Le langage courant laisse souvent planer une certaine ambiguïté entre les termes entrepreneur et dirigeant qu'il convient aussi de préciser. Selon (28) alors que le dirigeant, simple technocrate, apporte son expertise à titre d'employé, sans participation, sinon uniquement symbolique à la propriété, le fait de supporter le risque est le facteur-clé de différenciation entre les entrepreneurs et les administrateurs.

Dans la distinction concernant l'entrepreneur et le propriétaire-dirigeant, (29) considère que l'entrepreneur est celui qui dirige une entreprise qu'il aurait lui-même créée ou fondée, tandis que le propriétaire-dirigeant serait celui qui assume la direction d'une entreprise qu'il n'aurait pas créée ou fondée. Plus explicitement, le terme propriétaire-dirigeant que nous employons ici désigne la dimension individu qui, dans la perspective de (30) reprise par (31) participe dans une proportion importante au capital de l'entreprise et qui prend une part active aux décisions relatives à l'orientation de l'entreprise et à la solution des problèmes quotidiens de cette dernière. Comme le premier fondateur de l'entreprise ne reste pas toujours à la direction de son œuvre, nous parlons davantage de propriétaire-dirigeant, qui est aussi considéré comme un vrai entrepreneur parce qu'il reste lui aussi émotionnellement et financièrement engagé par elle.

Théorie de l'identité sociale

Développée par (32) la théorie de l'identité sociale a connu des développements ultérieurs, notamment avec la notion de la « catégorisation sociale », qui explique comment les individus perçoivent et classent les autres personnes en fonction de leur appartenance à un groupe social. Il permettrait aux individus de s'attribuer, à travers leur groupe, une valeur positive, contribuant au maintien et à la positivité de leur identité sociale. À partir des années (33) a introduit la notion de recherche du bien-être social dans les préférences individuelles, ouvrant ainsi la porte à des analyses axées sur le capital social (34)(35)(36). Les travaux (37) concernant l'impact des normes sur la performance individuelle l'ont amené à considérer l'appartenance à un groupe (l'identité sociale) comme un élément intégrant la fonction d'utilité (38). La théorie de l'identité sociale souligne également l'importance de la catégorisation sociale et de la comparaison sociale. Les individus ont tendance à se catégoriser eux-mêmes et les autres en fonction de leur appartenance à des groupes sociaux, et ils ont également tendance à comparer leur propre groupe avec d'autres groupes. Cela peut conduire à des comportements de discrimination ou de préjudice envers les membres de groupes extérieurs.

L'intérêt des entreprises pour ces actifs immatériels n'est pas en soi une nouveauté, mais c'est plutôt le renforcement de l'importance qu'ils représentent désormais pour la compétitivité et la création de valeur (39) (40) des flux de trésorerie ou des bénéfices futurs (41) des avantages compétitifs durables (42) et la performance-export (43). Il est important de reconnaître et de gérer ces tendances naturelles afin de favoriser une culture d'entreprise inclusive et diversifiée. Les entreprises au Bénin peuvent s'apparenter à des groupes d'entreprise qui transcendent les catégories sociales traditionnelles, telles que l'identification à une mission ou à une vision d'entreprise commune. En outre, elles peuvent promouvoir la diversité et l'inclusion en reconnaissant et en célébrant les différences culturelles et en mettant en place des pratiques de recrutement et de promotion équitables. À l'heure actuelle où la mondialisation touche systématiquement toutes les entreprises, l'on observe une transformation socio-économique profonde des modes de production.

Profil du propriétaire-dirigeant et création de valeur des entreprises

L'approche financière classique perçoit la valeur créée comme étant, la rente reçue par les créanciers résiduels exclusifs que sont les actionnaires (44). L'idée fondamentale qui sous-tend les différentes mesures de la création de

richesse économique, consiste à dire qu'une entreprise crée de la valeur dès lors que la rentabilité des capitaux investis est supérieure au coût des différentes sources de financement utilisées ou coût du capital (45) (44). Il est primordial de ne pas assimiler la création de valeur au simple fait qu'une entreprise soit bénéficiaire au sens comptable. On note une prédominance du paradigme de la valeur économique ou financière tant dans la théorie que dans la pratique. Les méthodes de sa mesure sont nombreuses (15).

Une brève revue de la littérature nous a permis de nous rendre compte que les auteurs, en l'occurrence (46) recommandent les facteurs déterminants comme les traits psychologiques des managers, à travers lesquels leur personnalité est mise en valeur et les variables démographiques, qui permettent de dresser le portrait du dirigeant, telles que l'âge, le type et le niveau de formation, l'expérience professionnelle. Selon eux, les objectifs des dirigeants restent le critère le plus dominant en termes d'influence sur la performance de la PME ; ils sont davantage associés à l'image future que le dirigeant projette de son entreprise, de son orientation stratégique et finalement de sa performance. C'est pourquoi ils représentent très souvent les principaux facteurs de détermination des typologies de dirigeants. À partir d'une étude empirique, (47) a démontré que le sexe du dirigeant influence positivement la stagnation du chiffre d'affaires et de l'emploi des micros et petites entreprises béninoises. Bon nombre d'auteurs soulignent qu'en Afrique, les travaux recensés dans les PME portent entre autres sur le genre (48)(49) la culture d'entreprise (50) les caractéristiques de l'entreprise ; le capital humain (51) le capital social (52) et la survie (53).

Les dirigeants de PME ont des objectifs de croissance qui est l'un des principaux objectifs recherchés, il peut s'agir de l'augmentation du chiffre d'affaires, des bénéfices ou de l'augmentation des effectifs reflétant la montée en puissance de l'entreprise (46). Dans leurs travaux sur les propriétaires-dirigeants de petites entreprises en croissance(54) ont mis en avant des qualités telles que la vision, la passion et la persévérance en tant que caractéristiques clés de ce profil. Ces études suggèrent que le profil du dirigeant a une incidence sur la création de valeur dans les PME. De cette déduction, se formule l'hypothèse de recherche suivante :

Hypothèse : Le profil du propriétaire dirigeant a une influence positive sur la création de valeur dans les petites et moyennes entreprises béninoises.

Méthodologie de la Recherche:-

Trois paragraphes sont développés dans la méthodologie. Il s'agit des caractéristiques de l'échantillon, des méthodes de collectes des données et de l'opérationnalisation des variables de notre modèle pour finir par la méthode et les outils d'analyse des données.

Caractéristique de l'échantillon et collecte des données

Dans le cadre de la présente recherche, la population mère est constituée de l'ensemble des entreprises enregistrées au Bénin et exerçant leurs activités au Bénin. Nous avons un échantillon de 51385 petites et moyennes entreprises béninoises selon le rapport de recensement (55) comme population mère dont nous avons choisi cent soixante (160) propriétaires dirigeants de PME selon les recommandations de (56). Dans ces 160 PME béninoises, les dirigeants sont ceux qui ont créé, qui dirigent et qui ont accepté participer à notre enquête à qui nous avons adressé nos questionnaires.

Les informations collectées font préalablement l'objet d'une vérification quant à leur cohérence et à leur fiabilité. Une fois le premier tri réalisé, dans le cadre d'enquêtes et de sondages, de nombreuses échelles d'attitude sont utilisées pour mesurer la création de valeur des PME. Parmi toutes ces échelles, l'échelle de Likert apparaît comme la plus connue et plus couramment exploitée. Ainsi, nous avons utilisé l'échelle de Lickert à 5 niveaux allant de 1 (pas du tout d'accord) à 5 (tout à fait d'accord).

Opérationnalisations des variables

Nous avons mesuré la variable « Profil du propriétaire dirigeant de la PME » par des items issus de la littérature comme l'âge du dirigeant, le niveau de formation du propriétaire dirigeant, le type de formation du propriétaire dirigeant, l'expérience du dirigeant et le but principal du propriétaire dirigeant. Dans les PME, les propriétaires dirigeants mesurent la création de valeur à travers différents indicateurs comme la valeur économique ajoutée (EVA) de (57) ou ses cinq valeurs, ou la rentabilité financière au sens de mesure de la performance préconisée par (58) et bien d'autres auteurs. Sur la base de cette littérature fournie, nous adaptons la mesure de création de valeur par deux dimensions : Création de valeur commerciale mesurée avec 9 items et création de valeur économique avec 3 items.

Méthodes de traitement et analyses des données

Les données collectées par questionnaire sont traitées à l'aide du logiciel SPSS 29. Là où ces données ont semblé produire des résultats en apparence divergents, la prise en compte du contexte d'expression des enquêtes et un recueil de données orales complémentaires ont été nécessaires pour aider à leur interprétation. L'échelle de Likert nous a permis, quant à lui, de procéder à des corrélations à l'analyse de la variance et aux tests de corrélation.

Les données relatives aux variables sont d'abord analysées grâce à SPSS avec plusieurs niveaux d'analyses. Nous avons effectué une Analyse en Composantes Principales (APC) pour réduire les facteurs. Les indicateurs sont utilisés comme alpha de Cronbach pour purifier les échelles de mesures. Grâce à cet alpha de Cronbach, nous avons mesuré la cohérence interne des items d'une variable. Cet indicateur est significatif s'il est compris entre 0,6 et 0,8. Plus, il est proche de l'unité, plus il est robuste. Nous utilisons la rotation Vari max pour aboutir aux tests d'hypothèses.

Analyse des résultats, validation des échelles de mesure et discussion des résultats

Analyse factorielle exploratoire des variables

Il existe des critères qui président à la réalisation d'une analyse en composantes principales. Nous employons l'indice de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) concomitamment avec le test de Bartlett. Le tableau ci-dessous donne les résultats de ces tests sur la variable Profil du propriétaire dirigeant.

Tableau 1:- Test des conditions de factorisation.

Indice KMO et test de Bartlett		
Indice de Kaiser-Meyer-Olkin		,720
Test de sphéricité de Bartlett	Khi-carré approx.	1776,938
	Ddl	21
	Signification	,000

Source : Résultats de nos enquêtes, 2023

L'indice de KMO est largement au-dessus du seuil de 0,5 prouvant ainsi que les données sont factorisables. De même, le test de Bartlett est significatif au seuil de 1 %. Ce qui nous permet de rejeter l'hypothèse nulle d'absence de corrélation entre les énoncés des 7 items constitutifs de la variable « profil du propriétaire dirigeant ».

Tableau 2:- Communalités du construit « profil du propriétaire dirigeant »

Qualités de représentation		
	Initiales	Extraction
Le propriétaire dirigeant de la PME est âgé	1,000	,594
Le propriétaire dirigeant dispose un niveau d'étude supérieur.	1,000	,743
Le propriétaire dirigeant a reçu une formation dans son domaine d'activité	1,000	,580
Le propriétaire dirigeant doit être de sexe masculin	1,000	,532
Le propriétaire dirigeant doit être de sexe féminin.	1,000	,543
Vous avez déjà travaillé dans le même secteur d'activité ou dans un secteur d'activité proche de celui de votre entreprise	1,000	,369
Vous avez des expériences déjà dans le même secteur d'activité ou dans un secteur d'activité proche de celui de votre entreprise	1,000	,656
Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.		

Source : résultats de nos enquêtes, 2023

A la lecture du tableau, toutes les communalités, qui mesurent la part de variance de chaque item restitué par l'ensemble des facteurs retenus, sont bien représentées (toutes valeurs sont supérieures à 0,45, (5959), sauf les items 6 et 7 dont la communalité est égale à 0,432 pour l'item 6 et 0,275 pour l'item 7, ce qui est inférieur à 0,45.

L'examen de la variance expliquée totale montre l'existence de deux composantes ayant une valeur propre supérieure à 1. La variance totale expliquée de ses composantes affiche un score de 60,26%.

Tableau 3:- Matrice des composantes.

Rotation de la matrice des composantes		
	Composante	
	1	2
Le propriétaire dirigeant de la PME est âgé	,771	
Le propriétaire dirigeant dispose un niveau d'étude supérieur.	,851	
Le propriétaire dirigeant a reçu une formation dans son domaine d'activité	,742	
Le propriétaire dirigeant doit être de sexe masculin	,700	
Le propriétaire dirigeant doit être de sexe féminin.	,517	
Vous avez déjà travaillé dans le même secteur d'activité ou dans un secteur d'activité proche de celui de votre entreprise		,546
Vous avez des expériences déjà dans le même secteur d'activité ou dans un secteur d'activité proche de celui de votre entreprise		,810

Source : résultats de nos recherches, 2023

La matrice des composantes après rotation Vari max affiche des coefficients structurels supérieurs à 0,65 (seuil recommandé par (59). Sauf certains dont les coefficients sont inférieurs à 0,65. A cet effet (60), suggère qu'on les élimine.

Fiabilité de l'échelle de mesure de la variable « profil du propriétaire dirigeant »

Tableau 4:- Cohérence interne des items.

Statistiques de fiabilité		
Alpha de Cronbach	Alpha de Cronbach basé sur des éléments standardisés	Nombre d'éléments
,803	,813	5

Le tableau 4 montre que Alpha de Cronbach basé sur les 5 items affiche un coefficient égal à 0,805 qui est supérieur à 0,7. Par conséquent les items de mesure du profil du propriétaire dirigeant sont des excellentes mesures.

Echelle de mesure de la variable « création de valeur (CRE_VAL) »

Il existe des critères qui président à la réalisation d'une analyse en composantes principales. Nous employons l'indice de KMO. Le tableau ci-dessous donne les résultats de ces tests.

Tableau 5:-Test des conditions de factorisation.

Indice KMO et test de Bartlett		
Indice de Kaiser-Meyer-Olkin		,809
Test de sphéricité de Bartlett	Khi-carré approx.	2246,336
	Ddl	21
	Signification	,000

Source : Résultats de nos enquêtes, 2023

L'indice de KMO est largement au-dessus du seuil de 0,5 prouvant ainsi que les données sont factorisables. De même, le test de Bartlett est significatif au seuil de 1 %. Ce qui nous permet de rejeter l'hypothèse nulle d'absence de corrélation entre les énoncés des 7 items constitutifs de la variable « création de valeur ».

Tableau 6:- Communalitésdu construit « création de valeur ».

	Initiales	Extraction
Réussir à satisfaire des clients (sur la qualité et la disponibilité des produits)	1,000	,649
Bénéficier de la croissance des ventes	1,000	,740
Être toujours sur le marché	1,000	,609
Être le meilleur dans sa catégorie en termes de qualité des produits	1,000	,783
Assurer la disponibilité permanente du produit	1,000	,711
Parvenir à réaliser des Investissements non liés à l'activité	1,000	,614
Parvenir à satisfaire les besoins de la famille	1,000	,629
Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.		

Source : résultats de nos enquêtes, 2023

A la lecture du tableau 6, toutes les communalités, qui mesurent la part de variance de chaque item restitué par l'ensemble des facteurs retenus, sont bien représentées (toutes valeurs sont supérieures à 0,45, (60).

L'examen de la variance expliquée totale montre l'existence deux composante ayant une valeur propre supérieure à 1. La variance totale expliquée des deux composantes affiche un score de 63,344%.

Tableau 7:- Matrice des composantes.

Rotation de la matrice des composantes		
	Composante	
	CRE_VAL_CLE	CRE_VAL_ECO
Réussir à satisfaire des clients (sur la qualité et la disponibilité des produits)	,672	
Bénéficier de la croissance des ventes	,855	
Être toujours sur le marché	,771	
Être le meilleur dans sa catégorie en termes de qualité des produits	,873	
Assurer la disponibilité permanente du produit	,838	
Parvenir à réaliser des Investissements non liés à l'activité		,775
Parvenir à satisfaire les besoins de la famille		,793

Source : résultats de nos recherches, 2023

La matrice des composantes après rotation Varimax affiche des coefficients structurels supérieurs à 0,65 (seuil recommandé par (Hair et al, 2006).

Fiabilité des échelles de mesure et validation du modèle de mesure

Alpha de Cronbach basé sur chacune des dimensions constituant la variable « création de valeur » coefficient qui est supérieur à 0,7. Car alpha de Cronbach de la création de valeur commerciale est 0,798 et celui de création de valeur économique est 0,783. Par conséquent les items de mesure de chaque dimension sont des excellentes mesures de la « création de valeur ». Les deux variables du modèle de mesure présentent respectivement des indicateurs de fiabilité et de validité convergente satisfaisants. La validité discriminante est également établie selon le critère de (61).

Tableau 8:- Etude de la fiabilité des variables de l'échelle de mesure.

	Alpha de Cronbach	rho_A	Fiabilité composite
CRE_VAL	0,785	0,788	0,791
CRE_VAL_CLE	0,760	0,785	0,755
CRE_VAL_ECO	0,729	0,797	0,844

Source : résultats de nos recherches, 2023

Les résultats issus de l'analyse de fiabilité montrent que les deux variables « création de valeur commerciale (CRE_VAL_CLE) et la création de valeur économique (CRE_VAL_ECO) ont respectivement leur alpha de Cronbach, leur fiabilité composite supérieur à 0,7 (recommandation de (61) donc les échelles de mesure de chaque variable présentent une bonne fiabilité.

Tableau 9:- Etude de la validité convergente des échelles de mesure.

	CRE_VAL	CRE_VAL_CLE	CRE_VAL_ECO
Average Variance Extracted (AVE)	0,613	0,695	0,647

Source : résultats de nos recherches, 2023

La validité convergente de chacune des variables a une valeur supérieure à 0,5 (60)

Pour évaluer la validité discriminante de notre modèle nous avons fait le test de HTMT recommandé par (62). Ainsi la validité discriminante d'un modèle de mesure est donc établie si le HTMT ne dépasse pas un seuil de 0.9 (63). D'autres recherches méthodologiques ont suggéré d'autres valeurs plus petites (exemple 0.85) comme seuil pour le HTMT (Henseler, 2018)

Tableau 10:- Test de HTMT (validité discriminante).

	CRE_VAL	CRE_VAL_CLE	CRE_VAL_ECO
CRE_VAL			
CRE_VAL_CLE	0,429		

CRE_VA_ECO	0,691	0,553	
------------	-------	-------	--

Source : résultats de nos recherches, 2023

Les résultats du tableau montrent que tous les coefficients ont une valeur inférieure à 0,9. Donc la validité discriminante des 2 variables est vérifiée

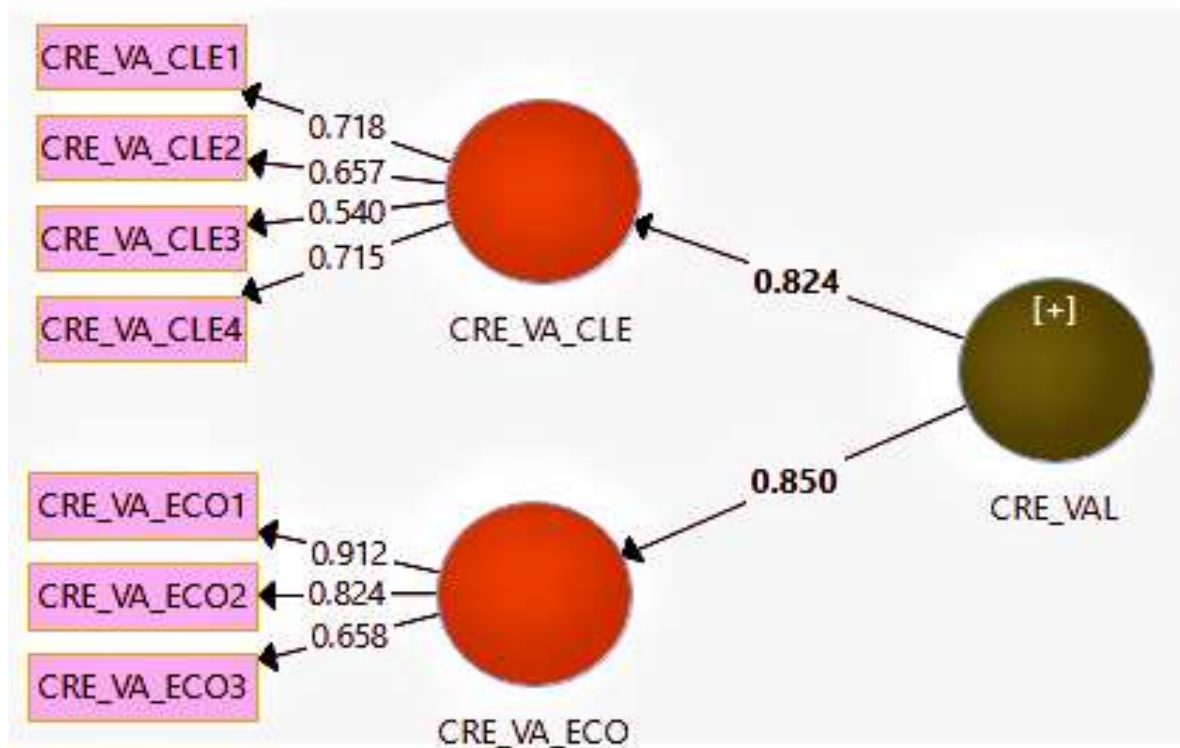
Tableau 11:- Test de multi colinéarité.

	VIF
CRE_VA_CLE1	1,094
CRE_VA_CLE2	1,208
CRE_VA_CLE3	1,592
CRE_VA_CLE4	1,710
CRE_VA_ECO1	1,987
CRE_VA_ECO2	1,567
CRE_VA_ECO3	1,386

Source : résultats de nos recherches, 2023

Il n'y a pas de problème de colinéarité dans ce modèle puisque les VIF des quatre facteurs sont inférieurs au seuil requis (pour rappel, ce seuil est à 5).

Figure 1:- Modèle de mesure de la variable création de valeur (AFC).



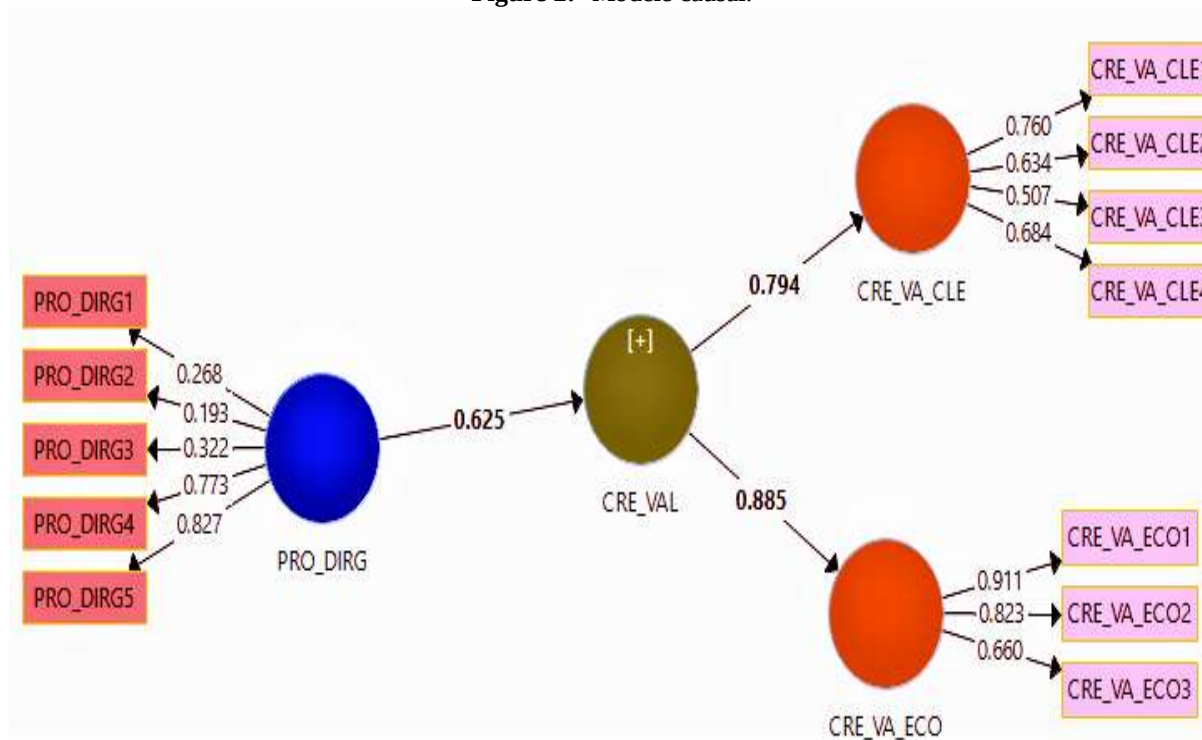
Source : résultats de nos recherches, 2023

Les résultats du modèle de mesure issu de l'analyse factorielle confirmatoire du second ordre montrent que les dimensions création de valeur commerciale et création de valeur économique ($\beta = 0,824$ et $\beta = 0,850$) contribuent fortement à la formation de la variable création de valeur.

Tests d'hypothèses

Pour tester l'hypothèse selon laquelle : Le profil du propriétaire dirigeant a une influence positive sur la création de valeur dans les PME béninoises, nous utilisons le modèle causal ci-dessous :

Figure 2:- Modèle causal.



Source : sortie SmartPLS3, 2023

Les résultats de cette figure sont consignés dans les tableaux suivants :

Tableau 12:- Qualité du modèle.

	R ²	R Carré Ajusté
CRE_VAL	0,391	0,390
CRE_VA_CLE	0,630	0,630
CRE_VA_ECO	0,783	0,783

Source : résultats de nos recherches, 2023

Les coefficients de détermination sont respectivement $R^2 = 0,630$; $R^2 = 0,783$, ce qui montre que les variables indépendantes « création de valeur commerciale et la création de valeur économique » expliquent à 67% la variance dans la variable dépendante « création de valeur » de plus 0,60 est supérieur à 0,1 ce qui indique que notre modèle est bon.

Notre modèle présente un indice GoF de 0,533 ce qui nous permet de conclure à un ajustement satisfaisant.

Tableau 13:- Validation des hypothèses.

Liens structurels	Std Bêta	Écart-type (STDEV)	Valeur t	valeurs-p
CRE_VAL -> CRE_VA_CLE	0,794	0,012	64,901	0,000
CRE_VAL -> CRE_VA_ECO	0,885	0,006	159,714	0,000
PRO_DIRG -> CRE_VAL	0,625	0,019	33,466	0,000

Source : résultats de nos recherches, 2023

Ce tableau montre que le profil du propriétaire dirigeant favorise fortement et significativement ($\beta = 0,625$; $p < 0,001$) la création de valeur. Donc plus le propriétaire dirigeant dispose d'un excellent profil, plus sa création de valeur augmente. Ainsi, l'hypothèse selon laquelle : « le profil du propriétaire dirigeant a une influence positive sur la création de valeur dans les PME béninoises » est confirmée.

Discussion des résultats empiriques:-

Les résultats de cette recherche ont montré que le profil du propriétaire dirigeant influence positivement et significativement la création de valeur des PME au Bénin. Par exemple nous prenons le cas d'entreprise (64) qui s'exerce dans l'importation des produits alimentaires, sa mauvaise gestion est due aux surfacturations sur achats des produits et matières premières et sur les coûts de transport des marchandises pour l'entreprise que le gestionnaire détournait l'écart des fonds. (65) aussi n'a pas pu rester pour longtemps défaut de redressement fiscale, qu'ils ont accumulé sur plusieurs années sans payer l'impôt. De même la société MARINO- MARIELLE Sarl n'a pas résisté pour longtemps car les dépenses de l'entreprise dépassent ces recettes.

Ces résultats obtenus dans ce papier confirment les travaux de (66) qui présentent l'importance de connaître le profil de l'équipe dirigeante étant donné que l'avenir d'une PME dépend en grande partie du propriétaire dirigeant. Au fil des années, plusieurs études ont pu présenter un grand nombre de typologie de propriétaire dirigeant de PME. Ce qui rejoint l'un des deux types d'entrepreneurs proposés par (67), qui a proposé deux types d'entrepreneurs notamment « les artisans et les opportunistes », plusieurs auteurs ont continué sur cette même lancée en avançant à leurs tours leurs classifications.

De même, les conclusions de ce travail sont similaires aux résultats de (68) avec son enquête effectuée auprès de 171 PME australiennes qui distingue trois profils du propriétaire dirigeant dont celui qui ne vise pas nécessairement la croissance de l'entreprise, celui qui aspire à la croissance de l'entreprise et finalement celui qui a une forte ambition de croissance. Ces classifications précédentes proposées nous permettent d'apprécier l'influence des objectifs de l'entrepreneur sur l'orientation stratégique de la PME. Elles nous ont permis de retrouver leurs motivations, leurs principales préoccupations, les ressources pour répondre aux besoins du marché ainsi que leurs styles de gestion.

Nos résultats confirment les travaux de (69) qui ont révélé que l'expérience du dirigeant d'entreprise influence ses comportements de gestion. De même, nos résultats corroborent les résultats de (70) qui rajoutent que le manque d'expertise et de ressources pour appliquer des modèles et techniques complexes expliqueraient le recours aux méthodes plus simples et intuitives de gestion. Ces résultats sont dans les mêmes veines que les résultats de (71) qui a trouvé que les années d'expérience sont tout aussi importantes que l'éducation formelle. Depuis des années, la majorité des écrits s'est focalisée sur la relation entre la performance des PME et les années d'expérience du propriétaire dirigeant. Dans ce sillage, on peut notamment citer (72) ainsi que (73) qui s'accordent sur le fait que l'étendue de l'expérience est un facteur important qui stimule la performance de l'entreprise.

En rapprochant la dimension niveau de formation à la scolarité, nous pouvons confirmer que nos résultats sont contraires aux travaux de Lalonde et D'Amboise (1984) qui ont étudié les caractéristiques personnelles des propriétaires dirigeants, et retiennent que le facteur « scolarité » est de loin la variable la plus hautement corrélée avec l'utilisation des pratiques de gestion dans le cadre de la PME.

Conclusion:-

L'objet dans ce travail était d'analyser l'influence du profil du propriétaire dirigeant sur la création de la valeur dans les PME béninoises. Ainsi, nous avons collecté les informations par le biais d'un questionnaire auprès, des propriétaires dirigeants PME béninoises. Les résultats de l'analyse nous montrent que le profil des propriétaires dirigeants a une influence positive sur la création de valeur des PME béninoises. Les caractéristiques du propriétaire-dirigeant telles que le genre, le type de formation, le niveau d'éducation et l'expérience influencent positivement et significativement la création de valeur des PME béninoises. Mais, la compétence dans le domaine d'activité a eu une influence négative sur la création des valeurs des PME béninoises.

Les résultats de cette étude offrent des orientations importantes pour la gestion des PME. Ils mettent en évidence l'importance de la formation continue pour les propriétaires-dirigeants. Il est clair que ces dirigeants devraient prioriser l'investissement dans leur propre développement, car cela joue un rôle essentiel dans leur capacité à contribuer positivement à la création de valeur au sein de leur entreprise. De plus, cette recherche apporte une contribution significative à la littérature en mettant en évidence le rôle déterminant du profil du propriétaire-dirigeant dans la création de valeur au sein des PME béninoises. Cela élargit notre compréhension des facteurs qui influencent la performance des entreprises, en particulier dans un contexte spécifique comme celui-ci. La validation

des théories antérieures concernant l'impact du genre, du niveau d'éducation, du type de formation et de l'expérience du dirigeant sur la performance de l'entreprise renforce également la base théorique existante en gestion.

Cependant, il est important de noter que cette étude comporte certaines limites. Tout d'abord, la taille relativement restreinte de l'échantillon constitue l'une des principales insuffisances de cette recherche. De plus, le fait de ne pas explorer toutes les dimensions du profil des propriétaires et de se concentrer uniquement sur les PME limite la généralisation des résultats. Il serait judicieux de prendre en compte ces limites dans l'interprétation des résultats et d'en tenir compte lors de futures recherches.

Références Bibliographiques:-

1. Boubakary, B., Boukar, H. et Tsapi, V. (2017). L'impact du profil psychologique du dirigeant sur la croissance des PME au Cameroun : The impact of the manager's psychological profile on the growth of SMEs in Cameroon. *Question(s) de management*, (3), 18, 47-62.
2. Torres, A. (2006). Clusters et systèmes locaux d'innovation. Un retour critique sur les hypothèses naturalistes de la transmission des connaissances à l'aide des catégories de l'économie de la proximité. *Régions et développement*, 24(24), 15-44.
3. Bergeron, B. (2004). L'essentiel de XBRL : l'information financière au 21^e siècle (Vol. 30). John Wiley et fils.
4. Shane, S., Locke, E. A., et Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human resource management review*, 13(2), 257-279.
5. Delmar F. et Wiklund J. (2008), « The effect of small business managers' growth motivation on firm growth », *Entrepreneurship, Theory & Practice*, vol.32, n°3, pp.437-457.
6. Moreno, AM et Casillas, JC (2007). PME à forte croissance versus PME à faible croissance : une analyse discriminante. *Entrepreneuriat et développement régional*, 19 (1), 69-88.
7. Raymond, L. et St-Pierre, J. (2010). La R&D comme déterminant de l'innovation dans les PME manufacturières : une tentative de clarification empirique. *Technovation*, 30 (1), 48-56.
8. Grant, RM (1991). La théorie de l'avantage concurrentiel basée sur les ressources : implications pour la formulation de stratégies. *Revue de gestion en Californie*, 33 (3), 114-135.
9. Audretsch, D. (1994). Petite entreprise dans les économies industrielles : le nouvel apprentissage. *Revue d'économie industrielle*, 67 (1), 21-39.
10. Garnsey E.W. et Heffernan P. (2005), « High-technology clustering through spin-out and attraction: The Cambridge case », *Regional Studies*, vol.39, pp.1127-1144.
11. Weinzimmer, LJ (1993). L'influence de l'implication du capital-risque sur le financement et la performance post-venture. *Journal of Business Venture*, 8(6), 341-358.
12. Mintzberg, H., Ahlstrand, B., et Lampel, J. (1999). *Safari à la stratégie*. Ediciones Granica SA.
13. Cappelletti, L., et Khouatra, D. (2002). La mesure de la création de valeur organisationnelle : le cas d'une entreprise du secteur de la gestion de patrimoine. In *Technologie et management de l'information : enjeux et impacts dans la comptabilité, le contrôle et l'audit* (pp. CD-Rom).
14. Tekpanzo, L. (2023). Finance digitale et création de valeur dans le secteur bancaire au Bénin
15. Bogliolo, F. (2011). L'entrepreneuriat au Maroc : un modèle en transition. Presses Universitaires de Rennes.
16. Bréchet, JP, et Desreumaux, A. (2001). Les entreprises familiales : une approche multidisciplinaire. *Économique*.
17. Cappelletti, L. et Khouatra, M. (2006). L'entrepreneuriat au Maroc : une approche socio-économique. L'Harmattan.
18. Bourguignon, F. (1998). Équité et croissance économique : une nouvelle analyse ? *Revue française d'économie*, 13(3), 25-84.
19. Cragg, JG et King, MA (1988). Les déterminants de la croissance des petites entreprises : une comparaison internationale. *Économie des petites entreprises*, 1(2), 73-95.
20. Stelate, M., Alami, F. Z., et Koubaa, S. (2018). Sme manager profile and company performance: an exploratory study. *Advances in Business Management*, 18.
21. Boubakary 1, M., et Zerbib 2, R. (2016). L'influence des valeurs personnelles sur le comportement : Étude du cas des dirigeants de la génération Y sur la croissance de leur PME au Cameroun. *Revue internationale de psychosociologie et de gestion des comportements organisationnels*, 22(1), 65-82.
22. Dieng, O. T. (2023). Production et utilisation des données du système d'information comptable par les PME : une comparaison des cas de la France, de la Syrie et du Maroc. *Revue Congolaise de Gestion*, (1), 15-68.
23. Julien, P. A., Marchesnay, M., et Wtterwulge, R. (1988). La défense de la langue française et l'Institut Pasteur (éditorial), *Revue internationale PME*, 1(3-4), 255-257.

24. Julien, P. A. (1990). Vers une typologie multicritère des PME. *Revue internationale PME*, 3(3-4), 411-425.
25. Agadamè, A. (2015). *L'entrepreneuriat au Niger : une analyse socio-économique*. L'Harmattan.
26. Mamboundou, J. P. (2003). Profil du propriétaire-dirigeant et performance de la PME africaine : une illustration à travers le cas gabonais. *Revue Gestion* 2000, (3), 35-60.
27. Charles-Pauvers, B., Schieb-Bienfait, N., et Urbain, C. (2004). La compétence du créateur d'entreprise innovante : quelles interrogations ? *Revue internationale PME*, 17(1), 67-99.
28. D'Amboise, G. (1989). *La PME canadienne : situation et défis*. Presses Université Laval.
29. Gasse, Y. (1978). Characteristics, functions and performance of small firm owner-managers in two industrial environments. Northwestern University.
30. Gasse, Y., et D'Amboise, G. (1980). Identification des difficultés managériales et des facteurs de succès dans les PME québécoises : une proposition de recherche, document spécial. Faculté des sciences de l'administration, Université Laval, Québec, 34-80.
31. Lalonde, R. (1985). Dopaminergic supersensitivity after long-term administration of phenytoin in rats. *Epilepsia*, 26(1), 81-84.
32. Tajfel, H. (1972). Some developments in European social psychology. *European Journal of Social Psychology*.
33. Becker 1970
34. Becker, GS et Stigler, GJ (1977). De gustibus non est disputandum. *La Revue économique américaine*, 67(2), 76-90.
35. Coleman, J. S. (1990). Commentary: Social institutions and social theory. *American sociological review*, 55(3), 333-339.
36. Becker, G. S., et Murphy, K. M. (2000). *Social Markets*. Cambridge, MA : Harvard.
37. D'Akerlof, GA (1980). Une théorie des coutumes sociales, dont le chômage peut être une conséquence. *Le Journal trimestriel d'économie*, 94(4), 749-775.
38. Akerlof, G. A., et Kranton, R. E. (2000). Economics and identity. *The quarterly journal of economics*, 115(3), 715-753.
39. Lévy, M., et Jouyet, J. P. (2006). *L'économie de l'immatériel : la croissance de demain (Vol. 6)*. Paris: La documentation française.
40. Qmichchou, M. (2016). Capital relationnel de l'entreprise et création de la valeur. *International Journal of Service Industry Management*, 1(1), 6-14.
41. Bessieux-Ollier, C., et Walliser, É. (2014). Sur la contingence du référentiel comptable : l'exemple des entreprises françaises cotées sur Alternext. *Recherches en sciences de gestion*, (1), 73-93.
42. Fustec, A. (2016). Évaluation du capital intellectuel par des indices de notation, profitabilité et performances financières des entreprises. *Innovations*, 51(3), 125-146.
43. El Boussadi, A. (2017). Les effets du capital immatériel sur la performance de l'entreprise : cas des PME marocaines exportatrices. Université Hassan Premier-Settat École Nationale de Commerce et de Gestion.
44. Albouy, D. (2006). *L'entrepreneuriat dans les pays en développement*. Économique.
45. Vernimmen, P. *Corporate Finance: Theory and Practice*. 6. vyd. Willey, 2005, 1030 s. Internetovézdroje.
46. Marchesnay, M. et Fourcade, F. (1997). *L'entrepreneuriat : une perspective sociologique*. Économique.
47. Sylla, A. M. (2013). *Modélisation d'un émulateur éolien à base de machine asynchrone à double alimentation* (Doctoral dissertation, Université du Québec à Trois-Rivières).
48. M'hamid, A., Ait Ouahman, M. et El-Khoury, N. (2011). L'entrepreneuriat au Maroc : une analyse sectorielle. *Revue Marocaine de Gestion*, 27(2), 171-194.
49. Adams, R. B., et Ferreira, D. (2004). Gender diversity in the boardroom. *European Corporate Governance Institute, Finance Workingpaper*, 57, 30.
50. Hernandez, R. A. (1997). Teaching fingerspelling: The role of transfer of learning strategies, serial ability, and self-efficacy. University of Connecticut.
51. Rooks, M., van Randenborgh, M. et van der Sluis, J. (2009). L'impact du capital social sur la performance des petites entreprises. *Économie des petites entreprises*, 32(4), 375-392.
52. Yogo, M. et Ondoua, J. (2012). L'entrepreneuriat au Cameroun : une analyse sectorielle. *Revue Marocaine de Gestion*, 28(2), 179-201.
53. Yogo, M. et Mallaye, M. (2012). L'entrepreneuriat au Mali : une analyse sectorielle. *Revue Marocaine de Gestion*, 28(2), 203-225.
54. Davidsson, P. et Wiklund, J. (2006). Le rôle des intentions entrepreneuriales dans le processus de création d'entreprise. *Journal de l'entrepreneuriat stratégique*, 1(1-2), 13-32
55. Apex (2022). *L'entrepreneuriat au Bénin : un levier de développement durable*. Rapport.
56. Igalens, J., Caby, J. et Julien, PA (1998). *L'entrepreneuriat : théories et pratiques*. Paris : Economica.

57. Porter, MOI (1986). L'avantage compétitif des nations. Paris : Dunod.
58. SogbossiBocco, B. (2010). Perception de la notion de performance par les dirigeants de petites entreprises en Afrique. La Revue des Sciences de Gestion, Direction et Gestion n° 241 – Organisation.
59. Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., et Sarstedt, M. (2016). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). Sage publication.
60. Roussel, P. (2005). Méthodes de développement d'échelles de questionnaires d'enquêtes (No. Halshs-00008920).
61. Haïr, A., Ndiaye, A., et Ndiaye, A. (2019). L'impact de l'entrepreneuriat sur la croissance économique en Afrique : données probantes tirées de données de panel. Économie des petites entreprises, 53(2), 403-424.
62. Henseler, J., Ringle, CM et Sarstedt, M. (2015). Modélisation partielle du chemin des moindres carrés : applications rigoureuses, meilleurs résultats et acceptation plus élevée. Planification à long terme, 48(1), 105-121.
63. Franke, G., et Sarstedt, M. (2019). Heuristics versus statistics in discriminant validity testing: a comparison of four procedures. Internet Research, 29(3), 430-447.
64. INTER FOOD Afrique (2017-2018). Etude sur le secteur agroalimentaire en Afrique. Rapport.
65. VIGARAB FICH (2017-2020). Etude sur le secteur du textile et de l'habillement au Bénin. Rapport.
66. Donfack, A. et Sekadjie, P. (2021). L'entrepreneuriat féminin au Bénin : Un levier de développement. Journal de recherche commerciale, 126, 309-318.
67. Smith, A. (1967). Une enquête sur la nature et les causes de la richesse des nations. New York : Bibliothèque moderne.
68. McMahon, J. (2001). L'économie de l'entrepreneuriat. New York : Routledge.
69. Bouaïss, K., et Girard-Guerraud, C. (2021). Capital humain du dirigeant-entrepreneur et faillite des entreprises financées par equity crowdfunding. Revue française de gestion, 279(6), 95-115.
70. Danielson, Morris G. et Scott, Jonathan A., 2006. Les décisions de budgétisation des investissements des petites entreprises (1er juin 2006). Journal de finance appliquée, Vol. 16, numéro 2.
71. Mefenza, M. (2020). L'entrepreneuriat féminin en Afrique : une analyse de la littérature. Revue des sciences de gestion, 284(2), 111-128.
72. Toohey, D. E. (2020). From International Borders to the Honeycombing of Internal Borders: Response to COVID-19 Pandemic. International Journal of PeaceStudies, 25(2), 4.
73. Marvel, M. (2007). L'entrepreneuriat social : une nouvelle approche de l'économie de marché. Paris : La Découverte.