

INTRODUCTION

En Afrique, et particulièrement au Sénégal, plus d'un tiers des petites et moyennes entreprises disparaissent avant même de fêter leur premier anniversaire. À l'origine de ces faillites précoces, on peut citer la faiblesse des mécanismes d'encadrement, les difficultés d'accès au financement, l'indisponibilité des facteurs essentiels de production mais aussi le déficit de capacités managériales et un climat des affaires peu favorable.

La situation est encore plus précaire pour les PME opérants dans les marchés naissants. Les marchés naissants sont définis, selon Kesting, Lin & Pringle (2010), comme étant « *ceux qui sont nouveaux, résultant ou créés par des changements dans la technologie, la réglementation, les marchés ou de la société* ».

« Ils peuvent également être ceux qui existent déjà ; ceux qui font une réapparition après une période de dormance ou ceux qui ont été ajustés et adaptés pour répondre aux tendances émergentes et qui, par conséquent, créent de l'emploi ».

L'objectif de cet ouvrage est d'étudier les facteurs de performance des entreprises dans les marchés naissants. En particulier, nous envisageons d'étudier le rôle que jouent le profil du manager et sa perception de l'environnement, sur la performance de son entreprise. Plus précisément, la question de recherche que nous essayons de résoudre est la suivante :

Dans un environnement incertain comme celui des marchés naissants, quels rôles jouent l'environnement de l'entreprise et le profil du dirigeant dans la performance de l'entreprise ?

Nous allons, d'abord, dans un premier chapitre présenter une revue de la littérature sur les marchés naissants en montrant que, malgré leur caractère récent, ces marchés ont fait l'objet de nombreux débats liés notamment à leur création, leur complexité, ainsi que leur développement ou disparition de l'économie. Il est important de noter que les travaux de recherche sur les marchés naissants se scindent en trois types : les travaux qui s'intéressent au débat international sur les marchés naissants tels que les négociations sur le marché du carbone ; ceux qui se focalisent sur les problématiques sectorielles et ceux qui touchent aux questions managériales.

Ensuite, dans un deuxième chapitre, nous mettrons l'accent sur le choix des secteurs étudiés dans le cadre de notre recherche. En effet, nous faisons un focus sur deux types de marchés naissants, à savoir le secteur de l'intérim (travail temporaire) et celui des technologies de l'information et de la communication (développement de logiciels et autres solutions aux entreprises). Nous montrerons leur caractère naissant notamment dans le contexte économique du Sénégal ainsi que les différentes formes de leur évolution, décrites par divers travaux de recherche.

Dans le troisième chapitre, nous présenterons de manière détaillée le modèle formulé pour résoudre la question de recherche en insistant sur la logique qui a guidé le choix des variables. Telle que formulée ci-haut, la question de recherche suggère un modèle composé d'une variable dépendante ou expliquée qu'on appellera « Performance » et deux variables indépendantes ou explicatives qu'on appellera respectivement « Environnement » et « Profil ».

Le quatrième chapitre présentera la démarche méthodologique de traitement de la question de recherche. En nous référant à bon nombre de travaux de recherche sur les marchés naissants, nous avons adopté une méthode consistant à mener une série d'entretiens en face à face avec un nombre restreint de managers du secteur du travail temporaire et des entreprises des TIC. Ces entretiens nous ont permis de préparer le terrain pour l'organisation d'une enquête en ligne de plus grande envergure et de mieux cerner, ainsi, des comportements décelés lors des entretiens.

Dans le cinquième chapitre, nous présenterons les résultats de notre recherche. Concernant les entretiens, nous procéderons d'abord par une transcription fidèle des propos des managers puis une analyse du corpus qui permet de mettre en évidence leurs perceptions et leurs motivations. Les résultats des entretiens sont comme un tremplin qui nous permet de nous projeter vers une population plus large de managers afin de voir dans quelles proportions ces opinions sont partagées dans le secteur. Quant à l'enquête en ligne, nous présenterons d'abord les résultats obtenus grâce à l'outil Sphinx puis nous appliquerons les méthodes factorielles afin de faire ressortir des typologies de managers dont les interrelations donneront des réponses à notre question de recherche.

Le sixième chapitre constitue la valeur ajoutée de notre ouvrage où nous proposons une méthode alternative aux méthodes factorielles et qui s'inspire du concept de *template* d'Hervé Dumez (2008). Cette méthode consiste à construire des catégories prédéfinies de managers en s'appuyant sur les résultats des entretiens, puis à classer chaque manager dans une catégorie selon la configuration de ses réponses à l'enquête en ligne. Une comparaison des deux méthodes permet d'avoir une réponse plus claire à notre question de recherche.

L'intérêt de notre ouvrage peut être relevé à plusieurs niveaux :

- (i) D'abord, ce sujet permet de transformer une question d'actualité en un sujet de recherche. En effet, les mutations introduites dans le marché du travail en termes de flexibilité et dans le marché des TIC en termes d'innovation sont d'actualité surtout dans le contexte du Sénégal. Il s'avère intéressant de se pencher sur les déterminants de la naissance et du développement de ces marchés naissants ;
- (ii) Ensuite, notre recherche apporte une amélioration dans la conception du *business model* de l'entreprise. D'une part, le sentiment d'optimisme ou de pessimisme du manager, ainsi que sa sociabilité entrent en jeu dans la recherche de la performance ;
- (iii) Aussi, du point de vue méthodologique, notre recherche montre le fil conducteur menant des entretiens à l'enquête. Comme on le sait, les méthodes d'enquête et d'entretiens

ont marqué la littérature de la recherche managériale. Cependant, peu d'écrits ont relevé leurs imbrications et leur lien logique. Notre recherche montre l'intérêt de l'enchaînement entre les entretiens en face à face et l'enquête en ligne ;

- (iv) Enfin, cette recherche permet d'apporter une innovation dans le traitement des résultats d'enquête en introduisant de la prévisibilité dans la construction des typologies. En effet, l'utilisation des *templates* à partir d'entretiens en face à face permet de prédéfinir des catégories de managers tout en apportant une solution au problème de la carence des données.