
Actes de la deuxième conférence internationale sur la Francophonie économique

*L'ENTREPRENEURIAT ET L'INSERTION PROFESSIONNELLE DES JEUNES
ET DES FEMMES EN AFRIQUE FRANCOPHONE*

Université Mohammed V de Rabat, 2-4 mars 2020

ETUDE MICROÉCONOMÉTRIQUE SUR LES DÉTERMINANTS DE L'ENTREPRENEURIAT À MAYOTTE: OPPORTUNITÉ ET/OU NÉCESSITÉ ?

Ibrahima NASSAY

*Doctorant à l'Université de Rennes,
CNRS, CREM-UMR 6211, F-35000 Rennes, France*
nassay.ibrahima@univ-rennes1.fr

Eric MALIN

*Professeur des universités, Université Rennes,
CNRS, CREM-UMR 6211, F-35000 Rennes, France*
eric.malin@univ-rennes1.fr

RÉSUMÉ – En utilisant des données issues d'une enquête originale auprès de 160 entrepreneurs mahorais, nous analysons si les entrepreneurs d'opportunité diffèrent des entrepreneurs de nécessité en termes de facteurs motivationnels ante-création. Les résultats de l'analyse probit indiquent que les entrepreneurs de type « opportunité », par rapport aux entrepreneurs de type « nécessité », sont motivés par l'autonomie, le défi, la reproduction de la tradition familiale, et l'espoir de gains plus élevés. Cette analyse simple met en évidence des effets ambivalents suggérant qu'il faut dépasser le simple clivage pull/push, nous amenant à proposer un modèle plus sophistiqué. Ainsi, dans le cadre d'un modèle Logit Multinomial non ordonné, les composantes économique et non économique de l'entrepreneuriat d'opportunité et de l'entrepreneuriat de nécessité sont étudiées. Les résultats montrent que l'individu peut être motivé à la fois par un continuum de motivations push/pull.

Mots-clés : opportunité, nécessité, Mayotte, logit multinomial, dichotomique

Classification JEL : L26 ; M13

Les idées et opinions exprimées dans les textes sont celles des auteurs et ne reflètent pas nécessairement celles de l'OFE ou celles de ses partenaires. Aussi, les erreurs et lacunes subsistantes de même que les omissions relèvent de la seule responsabilité des auteurs.

Introduction

De nombreux travaux avancent que l'activité entrepreneuriale a un effet positif sur la croissance économique (Audretsch & Thurik, 2001 ; Van Stel et *al.*, 2005 ; Acs et *al.*, 2005). Les bienfaits identifiés de l'entrepreneuriat sur la croissance économique rendent nécessaire l'étude des mécanismes qui l'encouragent. Divers travaux ont examiné les déterminants de l'entrepreneuriat (Verheul et *al.*, 2002 ; Block & Sandner, 2009 ; Bhola et *al.*, 2006 ;

Audretsch & Thurik, 2000). En matière de politiques publiques, de nombreuses mesures ont été déployées pour encourager l'entrepreneuriat, l'objectif d'offrir une alternative d'insertion pour les chômeurs. L'activité entrepreneuriale découle de différentes circonstances et de motivations conduisant à la création d'une nouvelle entreprise (Bhola et al., 2006). Depuis 2001, les études de *Global Entrepreneurship Monitor*¹ (GEM) rendent compte des facteurs qui influencent la création d'entreprise dans plusieurs pays. Selon Reynolds et al. (2001), l'entrepreneuriat obéit à deux dynamiques, l'approche *pull* et l'approche *push*. En d'autres termes, l'individu se dirige vers l'entrepreneuriat en raison des facteurs d'attraction (*pull*) ou des facteurs de contrainte (*push*) (Reynolds et al., 2001 ; Bhola et al., 2006). D'où la naissance de deux types d'entrepreneurs baptisés entrepreneur d'opportunité et entrepreneur de nécessité. Dès lors, la création d'entreprise est tributaire des motivations ante-création (Reynolds et al., 2001). La catégorie entrepreneur d'opportunité fait référence au lancement d'une entreprise à l'issue de l'identification et de la saisie d'une opportunité d'affaires (Kirzner, 1973 ; Shane & Venkataraman, 2000 ; Reynolds et al., 2001 ; Audretsch & Thurik, 2000). Quant à la catégorie entrepreneur de nécessité, l'individu devient entrepreneur par contrainte, en l'absence d'autres options professionnelles (Reynolds et al., 2001 ; Williams, 2009). Cette logique dichotomique est admise dans la littérature, et affirme que le choix d'une création d'entreprise peut être subi (pression) ou choisi (attraction). Néanmoins, pour étudier l'acte de création d'entreprise, une série d'interrogations subsistent sur la validation de cette approche binaire exclusive. Au-delà de cette classification binaire (*pull/push*) utilisée pour identifier les motivations entrepreneuriales, certains travaux soulignent que l'individu peut combiner plusieurs motivations hétérogènes en son sein. Les individus feraient le choix de s'engager dans une activité entrepreneuriale en raison d'un continuum de motivations (Van Der Zwan et al., 2016). Par exemple, une femme qui crée son entreprise à la fois pour prouver qu'elle est capable de relever un défi (en tant que femme) mais aussi pour assurer la subsistance de ses enfants, relève-t-elle de la logique *push* ou de la logique *pull* ? Plusieurs chercheurs soulignent également que les facteurs favorisant le passage à la création d'entreprise diffèrent d'un individu à un autre et peuvent mitiger cette dichotomie (Hughes, 2003 ; Evans et Leighton, 1989 ; Giacomini et al., 2011).

Cependant, depuis les travaux de Reynolds et al. (2001), la plupart des études se sont cantonnées à cette classification binaire entre entrepreneuriat d'opportunité versus entrepreneuriat de nécessité pour étudier la bifurcation vers la création d'entreprise. En dépit de l'admission de cette taxonomie dans la littérature (Acs et al., 2008 ; Hessels et al., 2008), à l'exception de quelques récentes recherches, peu d'études ont critiqué ce clivage, par exemple en raison des critères utilisés pour segmenter les individus soit en *push entrepreneur*, soit en *pull entrepreneur* (Dawson & Henley, 2012 ; Williams & Williams, 2014). Aujourd'hui, à notre connaissance, peu de travaux étudiant l'acte entrepreneurial mettent en exergue la compilation de motivations de nature différente chez un même individu. De plus, ces différents stimuli peuvent exprimer un besoin ou un désir, un motif pécuniaire ou non pécuniaire, intrinsèque ou extrinsèque.

Notre recherche pourrait permettre de comprendre plus finement les profils d'entrepreneurs en fonction de différents déterminants de la création d'entreprise. Dans cet article, nous explorons, sur la base d'un échantillon original d'entrepreneurs de Mayotte, la question des

¹ Le GEM est une enquête qui vise à mesurer chaque année la dynamique entrepreneuriale dans plus de cent pays actuellement. Il utilise l'indicateur de mesure du TAE (Taux d'Activité Entrepreneuriale) en prenant en compte le pourcentage de la population appartenant à la classe d'âge 18-64 ans qui est en train de créer une entreprise ou qui a déjà créé une entreprise de moins de 3 ans et demi.

motivations de ces entrepreneurs, pour comprendre quels seraient les meilleurs leviers de stimulation de la création d'entreprise sur ce territoire. En d'autres termes, cette étude se propose d'analyser : en-quoi les entrepreneurs de type opportunité diffèrent des entrepreneurs de type nécessité en termes des motivations ante-crédation. Nous tentons de répondre à ces questions de recherche : quels sont les critères de discrimination entre les entrepreneurs d'opportunité et les entrepreneurs de nécessité à Mayotte ? Pourquoi les individus sont incités et/ou poussés à entreprendre ? Existe-t-il des motivations multiples qui feraient que la distinction classique *push/pull* n'est pas assez fine ? Pour y répondre, nous utilisons des données micro-économiques provenant d'une enquête originale menée auprès de 160 entrepreneurs mahorais. Nous testerons l'effet des motivations ante-crédation ainsi que des caractéristiques individuelles des entrepreneurs sur la probabilité de la décision d'entreprendre.

Cet article s'articule comme suit. Dans la section 1, nous justifions notre démarche méthodologique, ainsi présentons les caractéristiques de notre échantillon. Dans la section 2, nous spécifions les modèles économétriques que nous utilisons. La section 3 est consacrée aux résultats empiriques et aux différentes interprétations. Enfin, la conclusion insiste sur les préceptes de nos principaux résultats et leurs implications.

1. Méthodologie

1.1. Source de données

Les données utilisées dans cette recherche empirique proviennent d'une enquête de terrain que nous avons administré à Mayotte. Notre enquête a été effectuée en juillet et août 2019 et porte sur des entreprises de moins de 10 salariés. Sur la base de notre étude exploratoire, les entretiens menés en face-à-face nous ont permis, en premier lieu, d'allouer les entrepreneurs sur des décisions de création soit d'opportunité ou de nécessité.

Notre variable endogène correspond à la question : « *Quels sont les facteurs qui ont déclenché votre passage à l'acte d'entreprendre ?* ». Plusieurs réponses possibles sont proposées telles que la migration forcée (nécessité), le divorce (nécessité), l'échec scolaire (nécessité), la perte d'emploi (nécessité), le veuvage (nécessité), la misère sociale (nécessité), la présence des clients (opportunité), la formation entrepreneuriale (opportunité), la présence des aides financières (opportunité) et autres catégories. D'une manière générale, la question a donné lieu à des entretiens durant plusieurs minutes. Cela nous a permis de prendre des notes et de mieux disséquer les réponses des enquêtés. Sur la base de ces différents critères décisionnels nous avons établi, d'abord, une classification binaire (Modèle 1), puis polytomique (Modèle 2) avec quatre alternatives possibles.

En premier lieu, nous avons opté pour l'approche binaire afin d'appréhender la problématique de la création d'entreprise dans le contexte mahorais. A cet effet, nous tentons de capter la décision entrepreneuriale de l'individu à l'aide de différents facteurs motivationnels et des caractéristiques socio-économiques. La clé de répartition adoptée est une technique alternative à une méthode exogène d'allocation (sur des critères observables) et de celle reposant sur du déclaratif, l'entrepreneur interrogé se classant lui-même dans l'une des catégories.

Pour ce faire, nous avons réquisitionné certains indicateurs issus de la littérature afin d'identifier si la décision de création d'entreprise est dictée par une volonté (opportunité) ou par une contrainte (nécessité). Nos résultats trouvés alertent sur les limites de cette analyse

dichotomique pour analyser le passage à l'acte d'entreprendre. Aussi, certaines difficultés peuvent survenir lorsqu'on interprète les résultats issus du modèle dichotomique.

Pour cette raison, en deuxième lieu, une seconde classification a été effectuée. Nous avons essayé d'étudier le passage à l'acte selon différents volets économique et non économique. Nous avons déconstruit la variable dichotomique en abrogeant le caractère binaire (exclusif) de ces deux approches *push* et *pull*. Cette analyse est donc affinée par un modèle logit multinomial non ordonné dans lequel la variable dépendante décrit plus finement la décision entrepreneuriale selon quatre segments : 'opportunité économique'(OE), 'opportunité non-économique'(ONE), 'nécessité économique'(NE), 'nécessité non-économique'(NNE). La modalité 'nécessité économique' étant prise comme modalité de référence.

1.2.Échantillon

Notre étude porte sur 160 entrepreneurs interrogés en 2019 à Mayotte. Toutes les entreprises interrogées possèdent entre 0 et 10 salariés. Concernant les secteurs d'activités, le commerce est le secteur d'activité le plus représenté dans l'échantillon, 54,38% des promoteurs sont des commerçants. Ensuite vient en deuxième position le secteur des services (services aux particuliers et services aux entreprises), 16,88% des entreprises opérant dans ce secteur d'activité. Les secteurs de la restauration et de la construction occupent la troisième position, chacun représente 10,00% des entreprises enquêtées. La proportion d'artisans s'élève à 8,75%.

En ce qui concerne l'âge des promoteurs, la tranche d'âge la plus représentée dans notre échantillon est celle des 30-40 ans. Environ 35,00% des entrepreneurs interrogés ont leur âge compris entre 30-40 ans. Ceux qui ont 50 ans/+ sont bien représentés, la proportion s'élève à 30,00%. En troisième position, 18,12% des entrepreneurs appartiennent à la tranche d'âge des 40-50 ans. Environ 20 entrepreneurs sur 160 représentent les jeunes de 20-30 ans, soit une proportion de 12,50%.

Concernant l'état matrimonial, l'échantillon est constitué majoritairement d'entrepreneurs mariés². Quelle que soit la nature du contrat de mariage réalisé, civil ou religieux. La proportion des entrepreneurs ayant déclaré être célibataire s'élève à environ 14,35%. Les entrepreneurs polygames représentent 8,75% de l'échantillon. Environ 3,75% des entrepreneurs ont mentionné respectivement être divorcés et veufs. Le niveau d'éducation des entrepreneurs interrogés est pris en compte et revêt une grande importance dans notre étude. La proportion du niveau d'études secondaires demeure la plus élevée, soit 30,00% des entrepreneurs ayant atteint ce niveau. Le pourcentage des entrepreneurs interrogés qui ont un niveau d'études primaires s'élève à environ 21,25%. À peu près 18,12% des entrepreneurs de notre échantillon mentionnent ne pas avoir d'éducation du tout (des individus qui n'ont jamais été scolarisés). Environ 12,50% des entrepreneurs sont diplômés de Bac +2, 11,88% ayant atteint un niveau Bac +3. La proportion des entrepreneurs ayant un Bac +5/+ s'élève à environ 6,25%.

² Mariage état civil ou religieux

1.3. Description des variables

Genre (*réf.* : la modalité femme), cette variable est muette, elle prend la valeur 1 si l'individu est un homme, 0 si l'individu est une femme.

Niveau d'éducation (*réf.* : niveau d'instruction primaire), niveau d'instruction de l'entrepreneur prenant la valeur 1 s'il est diplômé dans l'enseignement supérieur, 0 sinon ; niveau d'instruction de l'entrepreneur prenant la valeur 1 s'il a un niveau secondaire, 0 sinon ; niveau d'instruction de l'entrepreneur prenant la valeur 1 s'il n'a jamais été scolarisé, 0 sinon.

Etat matrimonial, état matrimonial de l'entrepreneur prenant la valeur 1 s'il est marié (polygamie ou monogamie et civil ou religieux), 0 sinon. Le mariage religieux (en Islam) est effectif si certaines conditions préalables sont remplies, à savoir l'accord des deux parties (la femme et l'homme), le consentement du tuteur (de la femme), la présence des deux témoins et l'acquittement de la dot³ par le prétendant.

Nombre d'enfants (*réf.* : + de 9 enfants), nombre d'enfants de l'entrepreneur prenant la valeur 1 si le nombre est <5, 0 sinon ; nombre d'enfants de l'entrepreneur prenant la valeur 1 si le nombre se situe entre 5-9, 0 sinon.

Âge (*réf.* : 30 ans/-) : l'âge de l'entrepreneur prenant la valeur 1 s'il est compris entre 30-39 ans, 0 sinon ; l'âge de l'entrepreneur prenant la valeur 1 s'il est compris entre 40-49 ans, 0 sinon ; l'âge de l'entrepreneur prenant la valeur 1 s'il a 50 ans/+, 0 sinon.

En ce qui concerne la variable exogène **motivation**, les entrepreneurs enquêtés étant invités à évaluer la motivation avant la création de leur entreprise sur une échelle de Likert 'pas du tout d'accord ou en désaccord', 'ni d'accord, ni en désaccord', 'd'accord ou tout à fait d'accord'. Cette variable a été codée de la façon suivante. 1 = 'pas du tout d'accord et en désaccord' ; 2 = 'ni d'accord, ni en désaccord' et 3 = 'd'accord et tout à fait d'accord'

2. Modèles économétriques

2.1. Modèle Dichotomique

La modélisation du passage à l'acte entrepreneurial (de l'individu i) selon un choix binaire :

$$y_i = \begin{cases} 0 & \text{si l'individu } i \text{ appartient à la catégorie entrepreneur de nécessité} \\ 1 & \text{si l'individu } i \text{ appartient à la catégorie entrepreneur d'opportunité} \end{cases}$$

Cette analyse est menée à l'aide d'un modèle dichotomique de type probit. Le modèle est estimé en utilisant la méthode du maximum de vraisemblance. Le modèle s'écrit de la façon suivante :

$$y_i = F(X_i\beta) + \varepsilon_i \quad (1)$$

Où $y_i = 1$ si l'individu appartient à la catégorie 'entrepreneur d'opportunité' et $y_i = 0$ si l'individu appartient à la catégorie 'entrepreneur de nécessité'; $F(.)$ représente la fonction de

³ En Islam, c'est un droit qui appartient à la femme (mariée). La dot est obligatoire pour que le mariage religieux soit effectif, à défaut, le contrat de mariage est caduc et la relation ne peut pas être consommée

répartition de la loi normale centrée réduite ; $X_i =$ (genre, âge, niveau d'éducation, état matrimonial, nombre d'enfants, motivations) ; β est le vecteur des paramètres à estimer ; et ε_i est le terme d'erreur supposé suivre une loi normale. La fonction de répartition $F(\cdot)$ correspond en effet à la fonction de répartition de la loi normale centrée réduite $\forall \omega \in \mathbb{R}$:

$$F(\omega) = \int_{-\infty}^{\omega} \frac{1}{\sqrt{2\pi}} e^{-\frac{z^2}{2}} dz = \Phi(\omega) \quad (2)$$

2.2. Modèle Logit Multinomial

Dans cette modélisation, notons l'hypothèse qu'un individu i doit choisir l'alternative j si l'utilité espérée associée est supérieure à tous les autres alternatives. $j=1,2,\dots,m$

$$y_i = \begin{cases} 1: & \text{si l'individu } i \text{ choisit le segment opportunité économique} \\ 2: & \text{si l'individu } i \text{ choisit le segment opportunité non-économique} \\ 3: & \text{si l'individu } i \text{ choisit le segment nécessité économique} \\ 4: & \text{si l'individu } i \text{ choisit le segment nécessité non économique} \end{cases}$$

A chacun de ces m alternatives correspond à une fonction d'utilité notée :

$$U_{ij} = X_{ij}\beta + \varepsilon_{ij} \quad (3)$$

X_{ij} correspond à un vecteur de variables exogènes, β est un vecteur de paramètres inconnus et ε_{ij} est un terme d'erreur. La probabilité de préférer j équivaut à estimer à l'aide de la méthode du maximum de vraisemblance le modèle ci-dessous:

$$Prob(y_i = j) = \frac{\exp(X_i\beta_j)}{\sum_{k=1}^m \exp(X_i\beta_k)} \quad \forall_i = 1 \dots, N, \forall_j = 1, 2, \dots, m_i \quad (4)$$

3. Résultats empiriques

3.1. Statistiques descriptives

Le Tableau (1) présente des statistiques descriptives pour les variables utilisées dans cet article. La variable 'entrepreneur d'opportunité' est utilisée comme variable dépendante et est dichotomique. En moyenne, 51,9 % des individus enquêtés appartiennent à la catégorie 'entrepreneur d'opportunité'. La moyenne de la motivation 'quête d'autonomie' (mieux représentée) s'élève à 2,744 avec un maximum = 3. Inversement, la motivation 'perpétuer la tradition familiale' est, en moyenne, la moins représentée. Sa moyenne est de 1,488 avec un minimum = 1.

D'un point de vue descriptif, les hommes entrepreneurs sont majoritaires dans la catégorie 'entrepreneuriat d'opportunité' en comparaison avec la catégorie 'entrepreneuriat de nécessité'. Soit, environ 64,47% des entrepreneurs masculins se trouvent dans la catégorie 'entrepreneur d'opportunité' contre 35,53% dans la catégorie 'entrepreneur de nécessité'. Sur les 83 entrepreneurs de type 'opportunité', environ 59,04% sont des hommes contre 40,96% des femmes. A contrario, à travers ces résultats descriptifs, il est important de soulever la forte proportion des femmes dans la catégorie 'entrepreneur de nécessité' en comparaison avec leurs homologues masculins (soit environ 64,94% des femmes contre 35,06% des hommes).

Les résultats sur l'âge renseignent que les promoteurs de type 'nécessité' sont plus âgés que les promoteurs de type 'opportunité' (sur les 77 promoteurs de type 'nécessité', environ 62,34% sont âgés de plus de 40 ans contre 38,55% sur 83 de ceux de type 'opportunité'). Les promoteurs de type 'opportunité' sont plus instruits que le groupe 'entrepreneur de nécessité' (sur les 77 promoteurs appartenant à la catégorie 'entrepreneur de nécessité' seulement 9,09% ont un niveau d'éducation d'enseignement supérieur contre 50,60% de ceux appartenant à la catégorie 'entrepreneur d'opportunité'). En ce qui concerne l'état matrimonial, nous constatons peu de différences entre les statuts, hormis le statut célibataire, 20,48% des promoteurs appartenant à la catégorie 'entrepreneur d'opportunité' sont célibataires contre 7,79% des promoteurs de type 'entrepreneur de nécessité'.

Tableau 1 : Statistiques descriptives portant sur les variables explicatives

Variables	Moyenne	Écart-type	Min	Max
Entrepreneur d'opportunité	0,519	0,501	0	1
Sortir du chômage	2,088	0,948	1	3
Etre mon propre patron	2,681	0,648	1	3
Etre autonome	2,744	0,564	1	3
Etre respecté au sein de ma communauté	2,156	0,865	1	3
Gagner un maximum d'argent	2,413	0,788	1	3
Subvenir aux besoins de ma famille	2,713	0,598	1	3
Perpétuer la tradition familiale	1,488	0,769	1	3
Elever le rang de ma famille	2,063	0,909	1	3
Besoin d'accomplissement	2,238	0,865	1	3
Contribuer au développement de l'île de Mayotte	2,388	0,861	1	3
Relever un défi	2,182	0,910	1	3
Développer de nouvelles combinaisons	2,038	0,924	1	3
Offrir du travail aux gens de ma communauté	2,131	0,891	1	3
Pour mieux gérer ma vie	2,744	0,564	1	3
Niveau d'éducation supérieur	0,306	0,462	0	1
Niveau d'éducation secondaire	0,3	0,460	0	1
Aucune scolarité	0,181	0,386	0	1
Genre : masculin	0,475	0,501	0	1
Marié	0,738	0,441	0	1
Nombre d'enfants : < 5 enfants	0,556	0,498	0	1
Nombre d'enfants : 5-9 enfants	0,281	0,451	0	1
Âge : 30-39 ans	0,363	0,482	0	1
Âge : 40-49 ans	0,188	0,392	0	1
Âge : 50ans/+	0,313	0,465	0	1

N.B. : la variable motivation est évaluée de la façon suivante : 1 = 'Désaccord et pas du tout d'accord', 2 = 'Ni d'accord, ni en désaccord' et 3 = 'D'accord et tout à fait d'accord'.

Source : Calculs effectués par les auteurs à partir du logiciel STATA 13

Le tableau (V) présente les corrélations entre les variables motivationnelles que nous incluons dans notre étude. Certains coefficients de corrélation sont supérieurs à 0,5, ce qui pourrait générer un problème de multicollinéarité entre les variables concernées lors des régressions. C'est la raison pour laquelle nous avons diagnostiqué la multicollinéarité pour chaque variable explicative en calculant la Variance Inflation Factors (VIF). Par conséquent, le test de colinéarité ne révèle pas de problème de multicollinéarité entre nos variables exogènes car les

valeurs associées à chaque VIF calculé sont largement inférieures à 10. La moyenne des VIF est égale à 2,18. Plus le VIF calculé converge vers la valeur 1, moins il y a de problème de colinéarité.

Tableau 2 : Matrice de corrélation portant sur les motivations entrepreneuriales

Variables	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1. Sortir du chômage	1,0000													
2. Être mon patron	0,2403** *	1,0000												
3. Être autonome	0,2425** *	0,7223* **	1,0000											
4. Être respecté	0,3590** *	0,2240* **	0,2503* **	1,0000										
5. Gagner d'argent	0,2293** *	0,0497	0,1828* *	0,4120* **	1,0000									
6. Besoins de la famille	0,3113** *	0,2004* *	0,2654* **	0,3914* **	0,2934* **	1,0000								
7. Perpétuer la tradition f.	0,2001**	0,1119	0,1305	0,2062* **	0,1020	0,0469	1,0000							
8. Elever le rang famil.	0,3003** *	0,2049* **	0,2279* **	0,4192* **	0,2886* **	0,2186* **	0,2171* **	1,0000						
9. Accomplissement	-0,0639	0,2706* **	0,1901* *	0,1265	0,0676	0,0964	0,0991	0,1330*	1,0000					
10. Développement	-0,2421** *	0,0424	-0,0015	0,0448	-0,1628* *	0,0834	0,2163* **	0,1215	0,4075* **	1,0000				
11. Défi	-0,2445** *	0,2052	0,1156	0,0437	-0,0347	0,0386	0,1156	0,1078	0,5600* **	0,5756* **	1,0000			
12. Innovation	-0,1761**	0,1356* *	0,0669	-0,0703	-0,0732	0,0538	0,1069	0,0646	0,2091* **	0,3925* **	0,5153* **	1,0000		
13. Offrir du travail	-0,0435	0,1165	0,0173	0,0630	-0,0149	0,1540*	0,1814* *	0,1451*	0,2367* **	0,4987* **	0,4202* **	0,4828* **	1,0000	
14. Gérer ma vie	0,1954**	0,2744* **	0,3465* **	0,2503* **	0,2961* **	0,2281* **	0,0434	0,1911* *	0,2805* **	0,0115	0,1156	-0,0297	0,0173	1,0000

N.B. : (*), (**) et (***) indiquent le niveau de significativité des coefficients de corrélation estimés respectivement au seuil de 10%, 5% et 1%.

Source : Calculs effectués par les auteurs à partir du logiciel STATA 13

3.2. Analyses économétriques : modèle Dichotomique

Les résultats du modèle Probit dichotomique sont consignés dans le Tableau (5). Ainsi, les effets marginaux des variables explicatives figurent dans la colonne (4). A l'issue des régressions du modèle Probit, six variables motivationnelles apparaissent significatives : 'sortir du chômage' (effet négatif), 'être respecté au sein de ma communauté' (effet négatif), 'gagner un maximum d'argent' (effet positif), 'perpétuer la tradition familiale' (effet positif), 'relever un défi' (effet positif) et 'développer de nouvelles combinaisons' (effet négatif).

Le coefficient associé à la variable 'sortir du chômage' exerce un effet négatif sur la catégorie 'entrepreneur d'opportunité'. Cette variable est significative au seuil de 1%. Cela dit, plus l'individu est motivé à quitter la situation de sans emploi, moins il est susceptible d'entreprendre par opportunité. Le fait que l'individu soit motivé à quitter le statut de sans emploi réduit de 27,0% la probabilité d'être un entrepreneur de type 'opportunité'. Également, La variable 'être respecté au sein de ma communauté' est significative et manifeste un impact négatif sur la dynamique entrepreneuriale de type 'opportunité'.

La probabilité de se diriger vers l'entrepreneuriat de type 'opportunité' diminue avec la quête de respect. Le coefficient associé à la variable 'gagner un maximum d'argent' manifeste un effet positif et la variable est significative au seuil critique de 5%. Le fait de chercher à gagner plus accroît la probabilité de créer une entreprise par opportunité de 21,6%. Cet effet pourrait résulter du fait que l'individu souhaite avoir une autonomie financière, ainsi s'épanouir financièrement. Mais aussi, l'entrepreneuriat peut apparaître chez l'individu comme une source de revenu complémentaire ou un moyen d'accumulation de la richesse.

La dynamique entrepreneuriale d'opportunité est positivement et significativement influencée par la variable 'perpétuer la tradition familiale'. La perpétuation de la tradition familiale entraîne une hausse de 19,3% de la probabilité d'entreprendre en tant qu'entrepreneur d'opportunité. Ce résultat peut être justifié en le combinant avec plusieurs mécanismes. D'une part, lorsque les parents sont entrepreneurs, ils peuvent inculquer à leur progéniture des aptitudes entrepreneuriales. De la sorte, il est plausible que l'individu soit encouragé par ses parents à préserver et à honorer la tradition entrepreneuriale familiale. De même, l'individu pourrait également bénéficier d'un soutien (financier ou non financier) au sein de son entourage familial pour accomplir des activités entrepreneuriales. D'autre part, cela pourrait résulter de l'expérience relative aux activités entrepreneuriales imprégnées dans les entreprises familiales.

En ce qui concerne le facteur motivationnel 'relever un défi', nous observons qu'il est significatif et agit à la hausse sur la probabilité d'être entrepreneur de type 'opportunité'. Cela signifie que lorsque l'individu est stimulé par le défi, la propension de s'inscrire dans une logique entrepreneuriale de type 'opportunité' augmente. Autrement-dit, lorsque l'individu est d'accord avec la motivation de 'relever un défi', cela accroît de 15.1% la probabilité de créer une entreprise par opportunité. Ce résultat trouvé peut-être interprété de deux façons. En premier lieu, à Mayotte, certaines personnes peuvent être motivées à créer une entreprise pour montrer à la société qu'elles peuvent réussir. Par exemple, certaines personnes qui se sentent sous-estimées et dénigrées peuvent vouloir montrer qu'elles sont capables de relever le défi (motivation de pression) de l'entrepreneuriat. D'une certaine façon, créer une entreprise, c'est prouver aux autres qu'on peut aussi faire fructifier un *business*. En deuxième lieu, un certain nombre d'individus peuvent décider de mettre un terme à leur contrat de travail pour relever le défi (motivation d'attraction) de création d'entreprise.

La motivation 'développer de nouvelles combinaisons' n'agit pas positivement sur l'entrepreneuriat de type 'opportunité'. A première vue, ce résultat peut paraître étonnant car dans la littérature empirique, l'innovation est associée positivement à l'entrepreneuriat d'opportunité. Néanmoins, ce résultat peut être lié à la faiblesse des activités à fort potentiel d'innovation dans les *Très Petites Entreprises* (TPE) à Mayotte. En l'occurrence, le frein à l'innovation peut être assimilé à un contexte macroéconomique défavorable.

Contrairement aux femmes, les promoteurs masculins sont enclins à devenir des entrepreneurs de type 'opportunité'. La variable 'genre' est significative et affecte positivement la catégorie 'entrepreneuriat d'opportunité'. Une variation d'une unité de la variable 'genre' accroît de 25,4% la probabilité d'entreprendre par opportunité. Dans la société mahoraise, le patriarcat a toujours eu un rôle prééminent, pour des raisons liées aux préceptes de la confession religieuse et aux principes de la tradition, les hommes sont considérés comme responsables de leur foyer. Egalement, les résultats montrent un effet significatif et positif du niveau d'instruction 'supérieur' de l'individu sur l'entrepreneuriat de type 'opportunité'. Cela signifie que plus le niveau d'éducation de l'individu est élevé, plus l'impact sur la probabilité d'être un entrepreneur de type 'opportunité' est important. Le fait de détenir un niveau d'instruction dans l'enseignement supérieur accroît de 55,9% la probabilité d'être un entrepreneur de type 'opportunité'.

La théorie du capital humain soutient que la connaissance procure aux individus une augmentation de leurs facultés cognitives, ce qui conduit à une activité potentielle plus productive et efficace (Schultz, 1959 ; Becker, 1964 ; Mincer, 1974). Aussi, le fait de bénéficier d'un niveau d'éducation secondaire est associé positivement à l'entrepreneuriat de type 'opportunité'. Le niveau d'instruction secondaire accroît de 26,9% la propension à créer une entreprise en tant que 'entrepreneur d'opportunité'. Ce niveau d'instruction pourrait être combiné par un niveau élevé d'expérience professionnelle de l'individu.

L'état matrimonial de l'individu n'est pas sans effet sur la probabilité d'être un entrepreneur de type 'opportunité'. Cela-dit, la variable 'marié' exerce un effet négatif sur l'entrepreneuriat d'opportunité. Le fait que l'individu soit marié réduit de 37,5% la probabilité d'être un entrepreneur de type 'opportunité'. En fait, avoir moins de cinq enfants augmente la probabilité d'être un entrepreneur de type 'opportunité' de 31,5 %. Plus la taille du ménage est petite, plus l'individu s'inscrit dans une logique entrepreneuriale d'opportunité puisqu'il a moins de charges et de responsabilités à assumer.

Tableau 3 : Effets sur la probabilité de l'entrepreneuriat d'opportunité

Modèle 1				
Variables explicatives	Coef.	Écart-type	dF/dx	Écart-type
Sortir du chômage	-	[0,189]	-	[0,075]
	0,680***		0,270***	
Être mon propre patron	0,269	[0,380]	0,107	[0,151]
Être autonome	0,259	[0,416]	0,103	[0,165]
Se faire respecter dans ma communauté	-0,510**	[0,210]	-0,203**	[0,083]
Gagner un maximum d'argent	0,545**	[0,245]	0,216**	[0,097]
Subvenir aux besoins de mes enfants	-0,139	[0,281]	-0,055	[0,111]
Perpétuer la tradition familiale	0,486**	[0,208]	0,193**	[0,082]
Elever le rang de ma famille	0,074	[0,187]	0,0295	[0,074]
Besoin d'accomplissement	-0,153	[0,219]	-0,061	[0,087]
Contribuer au développement de Mayotte	-0,244	[0,252]	-0,097	[0,100]
Relever un défi	0,586**	[0,254]	0,232**	[0,101]
Développer de nouvelles combinaisons	-0,347*	[0,198]	-0,138*	[0,078]
Offrir du travail aux gens de ma communauté	0,059	[0,215]	0,0236	[0,085]
Gérer ma vie	-0,305	[0,304]	-0,121	[0,121]
Niveau d'instruction : supérieur	1,686***	[0,497]	0,559***	[0,116]
Niveau d'instruction : secondaire	0,708*	[0,431]	0,269*	[0,152]
Niveau d'instruction : aucune scolarité	-0,254	[0,533]	-0,101	[0,211]
Genre : masculin	0,651**	[0,315]	0,254**	[0,118]
Marié	-	[0,387]	-	[0,119]
	1,040***		0,375***	
Nombre d'enfants : < 5 enfants	0,811*	[0,445]	0,315*	[0,164]
Nombre d'enfants : 5-9 enfants	0,648	[0,559]	0,247	[0,199]
Âge : 30-39 ans	0,008	[0,436]	0,003	[0,173]
Âge : 40-49 ans	0,293	[0,556]	0,114	[0,212]
Âge : 50ans/+	0,370	[0,495]	0,145	[0,189]
Constante	-0,590	[1,047]		
Obs.			160	
p value			0,0000	
LR Chi ²			94,66	
McFadden R ²			0,4272	
Log-likelihood			-63,463	

N.B. : Les valeurs entre crochets représentent les écarts types robustes. (*), (**) et (***) indiquent le niveau de significativité des coefficients estimés respectivement au seuil de 10%, 5% et 1%. La colonne dF/dx contient les effets marginaux des variables explicatives, où une variation d'une unité de la variable explicative entraîne une augmentation ou une diminution d'être entrepreneur de type 'opportunité'.

Source : Calculs effectués par les auteurs à partir du logiciel STATA

3.3. Analyses économétriques : modèle Logit Multinomial

3.4.

On utilisera le codage suivant tout au long de nos interprétations : 'OE' = opportunité économique, 'ONE' = opportunité non-économique, 'NNE' = nécessité non-économique et 'NE' = nécessité économique. À la lumière des résultats (Modèle 2), un premier constat peut

être établi : le choix entrepreneurial de l'individu n'est pas exclusivement influencé par des motivations d'opportunité ou de nécessité. Comme nos résultats le confirment (Modèle 2), chaque segment entrepreneurial semble être influencé par une combinaison de motivations. Les résultats montrent que les entrepreneurs du segment 'OE' recherchent, par le biais de la création d'entreprise à perpétuer la tradition familiale. Ce résultat nuance le fait que les individus appartenant au segment 'OE' ne sont pas uniquement motivés par des facteurs de nature purement économique.

A titre d'exemple, il est possible d'être motivé par la reproduction familiale sans pour autant être dépourvu d'aspiration pécuniaire. La perpétuation des activités familiales pourrait être réalisée par le transfert d'une entreprise prospère et rentable. Les investigations empiriques de Hughes (2006) arrivent aux mêmes conclusions, l'individu peut mixer à la fois des motivations d'opportunité et de nécessité.

La variable 'offrir du travail aux gens de ma communauté' est une autre motivation intéressante à étudier. Cette variable est significative et positivement associée au segment 'ONE'. Le fait que l'individu soit motivé par la création d'emplois augmente la probabilité de 10,7% d'être dans le segment 'ONE'. Ce résultat pourrait être annexé à la culture locale, fondée sur des valeurs communautaires encourageant les individus à faire preuve de solidarité. L'auto-satisfaction et la réussite individuelle correspondent à des facteurs intrinsèques et la création d'emplois communautaires est un facteur extrinsèque qui a plus de valeur et de mérite aux yeux des gens. La société mahoraise, qui est fondée sur des valeurs de solidarité et d'entraide mutuelle, la réussite d'un individu est jugée à l'aune de son rendement pour les autres.

La quête de l'autonomie et le fait de relever un défi ont un effet positif sur le segment 'ONE'. La quête de l'autonomie peut être associée à la volonté d'exercer pour son propre compte. En revanche, concernant la variable 'sortir du chômage', il convient de noter que ce facteur motivationnel affecte négativement les segments 'OE' et 'ONE'. Le fait de créer une entreprise pour quitter le statut de sans emploi réduit la probabilité d'être dans les segments 'OE' et 'NOE' de 9,3% et de 10,9% respectivement. Le fait de créer son entreprise pour se faire respecter au sein de la communauté a un impact négatif sur les segments 'OE' et 'ONE'.

Cela-dit, les entrepreneurs de type 'OE' et 'ONE' ne créent pas pour chercher la renommée ou pour gagner le respect de la population. La variable 'subvenir aux besoins de ma famille' a un effet négatif sur le segment 'OE'. La motivation pour des raisons pécuniaires concerne tant les individus dans le segment 'ONE' que dans le segment 'OE'. Par exemple, un promoteur dans le segment 'ONE' peut être instantanément stimulé par le défi et l'espoir de gains plus élevés. Nous avons deux stimuli (économique/non-économique) présents chez le même individu.

La variable 'développer de nouvelles combinaisons' a un effet significatif et négatif sur le segment 'OE'. On pourrait justifier ce résultat par la faiblesse ou l'inexistence des activités innovantes dans les *Très Petites Entreprises* (TPE) mahoraises. Egalement, notons que la motivation 'besoin d'accomplissement' est significative et a une influence négative sur les segments 'ONE' et 'NNE'. Le besoin de réalisation d'accomplissement inhibe le comportement des individus qui créent leur entreprise pour des motifs non-économiques.

La variable 'Genre' impacte positivement le segment 'ONE'. Être un homme stimule l'individu pour des motifs de type attraction non-économique. La probabilité d'entreprendre

par 'ONE' augmente de 12,5% lorsque l'individu est un homme. Sur la base des statistiques descriptives, les femmes expriment des motivations liées aux contraintes familiales, tandis que les promoteurs masculins aspirent à gagner davantage et à travailler pour leur propre compte. La variable « niveau d'instruction supérieur » est significative et positive pour les trois segments 'OE', 'ONE', avec un effet modéré sur le segment 'NNE'.

En ce qui concerne la variable 'Âge', la tranche d'âge des 50ans/+, les régressions affichent un effet positif sur le segment 'opportunité non-économique'. Ce signe positif dans ce segment (non-économique) pourrait être justifié par le fait que les promoteurs mahorais plus âgés ont déjà travaillé auparavant, ainsi ils se dirigent vers la création d'entreprise après leur retraite. Deux façons d'interpréter ce signe positif.

D'une part, la création d'entreprise résulterait d'un choix sans contrainte économique, mais plutôt, l'individu pourrait décider de créer une entreprise pour occuper son temps libre (activité de loisir ou de divertissement). D'autre part, l'individu pourrait promouvoir une activité entrepreneuriale en vue de la léguer plus tard à sa descendance. Force est de constater la divergence qu'existe dans la littérature en ce qui concerne l'effet de l'âge sur les activités entrepreneuriales.

Tableau 4 : Effets selon les segments de l'entrepreneuriat

Variables explicatives	Modèle 2		
	OE	ONE	NNE
Sortir du chômage	–**	–***	ns
Être mon propre patron	ns	ns	ns
Être autonome	ns	ns	ns
Être respecté au sein de ma communauté	–*	–**	ns
Gagner un maximum d'argent	ns	+**	ns
Subvenir aux besoins de mes enfants	ns	ns	ns
Perpétuer la tradition familiale	+*	ns	ns
Elever le rang de ma famille	ns	ns	ns
Besoin d'accomplissement	ns	+**	–**
Contribuer au développement de l'île de Mayotte	ns	ns	ns
Relever un défi	ns	+**	ns
Développer de nouvelles combinaisons	–**	ns	ns
Offrir du travail aux gens de ma communauté	ns	+*	ns
Gérer ma vie	ns	ns	ns
Niveau d'instruction : supérieur	+***	+***	+*
Niveau d'instruction : secondaire	+*	ns	ns
Niveau d'instruction : aucune scolarité	ns	ns	ns
Genre : masculin	ns	+*	ns
Etat matrimonial : marié	ns	–***	ns
Nombre d'enfants : moins de 5 enf.	ns	+***	ns
Nombre d'enfants : 5-9 enf.	ns	ns	ns
Âge : 30-39	ns	ns	ns
Âge : 40-49	ns	ns	ns
Âge : 50/+	ns	+**	ns
Constante	ns	ns	ns
Obs.		160	
<i>p</i> value		<0.0001	
LR Chi ²		167.37	
McFadden R ²		0.413	
Log-likelihood		-119.110	

N.B. : (*), (**) et (***) indiquent le niveau de significativité des coefficients estimés respectivement au seuil de 10%, 5% et 1%. (+) signifie que le coefficient est positif et (–) qu'il est négatif. (ns) indique que le coefficient n'est pas significatif, 'nécessité économique' étant prise comme la modalité de référence. Le test d'indépendance des alternatives non pertinentes indique que l'hypothèse de l'IIA n'est pas violée, le rapport P_j/P_k est indépendant des autres possibilités de choix dans le modèle (Hausman & McFadden, 1984). **Source** : Calculs effectués par les auteurs à partir du logiciel STATA

Conclusion

Dans cette recherche, nous avons tenté de mettre en évidence les articulations, au niveau microéconomique, entre les motivations et les critères de création d'entreprise basés sur le principe 'nécessité/opportunité'. Nos modèles ont été pondérés par les attributs individuels socio-économiques et démographiques. Les résultats du modèle dichotomique attestent que l'entrepreneur d'opportunité par rapport à l'entrepreneur de nécessité est dicté par des motivations de nature différente (*pull/push, intrinsèque/extrinsèque et pécuniaire/non-pécuniaire*). La quête d'indépendance, l'espérance de gains plus élevés et la volonté de relever un défi sont davantage des motivations qui stimulent l'entrepreneur d'opportunité. Néanmoins, il faut être modéré quant à l'interprétation des motivations en considérant l'approche push et pull comme deux forces antagonistes. De plus, nos résultats révèlent que certaines caractéristiques s'avèrent plus importantes pour un groupe particulier d'entrepreneurs. Mais aussi, ces motivations dépendent relativement des attributs personnels des entrepreneurs. Le capital humain et le genre de l'individu sont associés positivement à l'entrepreneuriat de type 'opportunité'. Les hommes sont plus susceptibles de devenir des entrepreneurs de type 'opportunité' par rapport à leurs homologues féminins. Ce résultat peut être mis en contraste avec le rôle des hommes et leur responsabilité étendue dans la société mahoraise. De même, le niveau d'instruction est positivement associé à l'entrepreneuriat d'opportunité. Le capital humain permet aux individus de pouvoir identifier les opportunités d'affaires (Davidsson & Honig, 2003). Dans notre modèle Logit Multinomial, les résultats sont conformes aux conclusions de Dawson & Henley (2012) et Hughes (2003). En d'autres termes, l'individu peut être motivé à la fois par des motivations de type *pull* et *push*. Ou encore, ce dernier peut compiler des motifs pécuniaires et/ou non-pécuniaires (Gabarret & Vedel, 2015 ; Dawson & Henley, 2012). La décision entrepreneuriale résulte d'une mixité de motivations pull et/ou push à caractère économique et/ou non-économique. La situation de l'individu au moment du processus de création d'entreprise joue un rôle prééminent.

En fait, un individu peut vraisemblablement considérer l'entrepreneuriat comme une opportunité de réduire le taux de chômage à Mayotte, mais aussi comme un défi étant donné l'incertitude inhérente. Les motivations pécuniaires d'un individu en situation de misère sociale sont différentes de celles d'un individu en situation d'aisance. Comme pour l'autonomie, la femme avec des enfants qui crée une entreprise ne perçoit pas l'autonomie de la même manière que l'homme célibataire sans enfant qui crée pour l'indépendance et la liberté d'exercer pour son propre compte.

En somme, favoriser l'entrepreneuriat à Mayotte, revient à discerner concrètement les motivations ante-crédation. Nonobstant, il est essentiel d'identifier plus finement l'hétérogénéité des motivations présentes chez le créateur. Concernant la mise en œuvre des programmes et des mécanismes d'appui à l'entrepreneuriat, Bhola et al. (2006) soulèvent que les politiques d'accompagnement efficaces pour les entrepreneurs de type 'nécessité' pourraient être infructueuses pour les entrepreneurs de type 'opportunité', et vice versa. Enfin, dans le contexte de la promotion de l'entrepreneuriat, nos résultats impliquent que les créateurs peuvent avoir besoin de différentes mesures d'appui conçues pour répondre de façon singulière (plutôt que des programmes et dispositifs uniformisés) à leurs aspirations et motivations. Dans les pays en développement, certaines politiques mettent en place des dispositifs d'accompagnement et d'aide en faveur de l'entrepreneuriat d'opportunité tout en ignorant. Or, les travaux du *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) indiquent que l'entrepreneuriat de nécessité est majoritaire dans les pays en développement. L'une des implications de ce papier pour les pouvoirs publics est de les aider à comprendre en finesse

les motivations qui incitent et/ou poussent l'individu à entreprendre. Cela-dit, il est contre-productif d'élaborer une politique d'appui ne répondant pas aux aspirations des futurs créateurs et des entrepreneurs. Si l'entrepreneuriat de type nécessité est le plus répandu dans un pays ou une contrée, il sera illusoire de proposer des mécanismes d'aide répondant aux attentes de l'entrepreneuriat d'opportunité.

Bibliographie

- Acs, Z. J., Audretsch, D. B., Braunerhjelm, P., & Carlsson, B. (2005). *Growth and Entrepreneurship: An Empirical Assessment* (No. 3205). Papers on Entrepreneurship, Growth and Public Policy.
- Acs, Z. J., Desai, S., & Hessels, J. (2008). Entrepreneurship, economic development and institutions. *Small business economics*, 31(3), 219-234.
- Audretsch, D. B., & Thurik, A. R. (2000). Capitalism and democracy in the 21st century: from the managed to the entrepreneurial economy. *Journal of evolutionary economics*, 10(1-2), 17-34.
- Audretsch, D. B., & Thurik, R. (2001). Linking entrepreneurship to growth.
- Becker, G. S. (1964). Human capital theory. *Columbia, New York, 1964*.
- Bhola, R., Verheul, I. I., Thurik, R. A., & Grilo, I. I. (2006), Explaining engagement levels of opportunity and necessity entrepreneurs.
- Block, J. H., & Wagner, M. (2010), Necessity and opportunity entrepreneurs in Germany: characteristics and earnings differentials. *Schmalenbach Business Review*, 62(2), 154-174.
- Block, J., & Sandner, P. (2009), Necessity and opportunity entrepreneurs and their duration in self-employment: evidence from German micro data. *Journal of Industry, Competition and Trade*, 9(2), 117-137.
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of business venturing*, 18(3), 301-331.
- Dawson, C., & Henley, A. (2012), "Push" versus "pull" entrepreneurship: an ambiguous distinction?. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 18(6), 697-719.
- Evans, D. S., & Leighton, L. S. (1989). The determinants of changes in US self-employment, 1968-1987. *Small Business Economics*, 1(2), 111-119.
- Gabarret & I., & Vedel, B. (2015), Pour une nouvelle approche de la motivation entrepreneuriale. *La Revue des Sciences de Gestion*, (1), 13-20.
- Giacomin, O., Janssen, F., Guyot, J. L., & Lohest, O. (2011), Opportunity and/or necessity entrepreneurship? The impact of the socio-economic characteristics of entrepreneurs
- Hausman, J., & McFadden, D. (1984). Specification tests for the multinomial logit model. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 1219-1240.
- Hessels, J., Van Gelderen, M., & Thurik, R. (2008). Entrepreneurial aspirations, motivations, and their drivers. *Small Business Economics*, 31(3), 323-339.
- Hughes, K. D. (2003), Pushed or pulled? Women's entry into self-employment and small business ownership. *Gender, Work & Organization*, 10(4), 433-454.
- Hughes, K. D. (2006). Exploring motivation and success among Canadian women entrepreneurs. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 19(2), 107-120.
- Kirzner, I. M. (1973). Entrepreneurship and competition.
- Mincer, J., & Polachek, S. (1974). Family investments in human capital: Earnings of women. *Journal of political Economy*, 82(2, Part 2), S76-S108.

- Reynolds, P. D., Bygrave, W., Autio, E., Cox, L. W., & Hay, M. (2001), Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2001 Executive Report. *Kaufman Center for Entrepreneurial Leadership*.
- Schultz, T. W. (1959). Investment in man: An economist's view. *Social service review*, 33(2), 109-117.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.
- Van der Zwan, P., Thurik, R., Verheul, I., & Hessels, J. (2016), Factors influencing the entrepreneurial engagement of opportunity and necessity entrepreneurs. *Eurasian Business Review*, 6(3), 273-295.
- Van Stel, A., Carree, M., & Thurik, R. (2005). The effect of entrepreneurial activity on national economic growth. *Small business economics*, 24(3), 311-321.
- Verheul, I., Wennekers, S., Audretsch, D., & Thurik, R. (2002). An eclectic theory of entrepreneurship: policies, institutions and culture. In *Entrepreneurship: Determinants and policy in a European-US comparison* (pp. 11-81). Springer, Boston, MA.
- Wagner, J. (2005). Nascent necessity and opportunity entrepreneurs in Germany evidence from the regional entrepreneurship monitor (REM). *Labor and Demography*, 506004.
- Williams, C. C. (2009), The motives of off-the-books entrepreneurs: necessity-or opportunity-driven?. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5(2), 203.
- Williams, N., & Williams, C. C. (2014). Beyond necessity versus opportunity entrepreneurship: some lessons from English deprived urban neighbourhoods. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(1), 23-40.