

L'information, les TIC et la petite entreprise :

résultats d'une expérience au Botswana

Information,
ICTs and Small
Enterprise :
Findings from
Botswana,
Richard Duncombe
et Richard Heeks,
novembre 1999.

Texte publié par l'IDPM
(Institute for
Development Policy
and Management),
Université
de Manchester,
Royaume-Uni, 7^e
document de travail.

Comprendre la contribution potentielle des technologies de l'information et de la communication (TIC) au développement de la petite entreprise implique de connaître les pratiques existantes et leurs besoins en information. Ce document de travail présente les résultats d'un questionnaire et d'une enquête menés au travers d'entretiens auprès de petites entreprises formelles au Botswana.

Ce travail de recherche recense les systèmes d'information actuels des entreprises, souvent non formalisés, ainsi que leurs besoins dans ce domaine. Il faut relativiser les besoins en information car ils peuvent être moins essentiels à l'entreprise que d'autres besoins, tels le financement, le développement de compétences ou l'accès à de nouveaux marchés. En améliorant les systèmes d'information, il faut prendre en compte les changements des systèmes basés sur les TIC ainsi que ceux induits sur les systèmes informels d'information, non électroniques. Les interventions, qu'elles soient proposées par les entrepreneurs ou les agences de développement, doivent être différenciées. Il est nécessaire d'adapter l'offre en regard à une typologie d'entreprises et de leurs besoins en intervention.

CHERCHER DE L'INFORMATION, LES TIC ET LA PETITE ENTREPRISE

Le potentiel des TIC dans l'appui au développement de l'entreprise a fait l'objet de peu de travaux de recherche. Les seuls travaux sur ce thème sont pour la plupart centrés sur la technologie et ne prennent pour hypothèse de départ que les nouvelles technologies comme étant la solution aux problèmes de développement, qu'il faudrait par conséquent diffuser et libéraliser au maximum. Les échecs ne seraient alors dus qu'à des problèmes techniques ou à l'incapacité des personnes impliquées à apprécier et optimiser les TIC.

Ce projet de recherche diffère quelque peu car il a une approche plus globale et systémique :

1. L'information est clef pour comprendre les TIC – les TIC procurent de nouveaux

mécanismes pour capter, stocker et disséminer l'information. Ainsi, nous devons d'abord comprendre les pratiques et les besoins en information avant de pouvoir appréhender les TIC.

2. Les TIC ne sont pas la seule « technologie » qui touche à l'information – d'autres technologies de maîtrise de l'information existent, et il faut les prendre en compte :

- la technologie « intermédiaire », fondée sur les ondes électromagnétiques, tels que la TV, le téléphone ou la radio ;
- la technologie fondée sur l'information écrite ;
- la technologie « organique », basée sur le fonctionnement du corps humain, comme les ondes du cerveau ou les sons.

3. Les systèmes d'information représentent beaucoup plus que la technologie et l'information seules. Deux éléments supplémentaires figurent dans le processus de montage d'un modèle systémique de TIC : une activité se créée ; des

responsables sont désignés pour la mise en œuvre de ce processus. Le tout forme un « système d'information ». Ce système n'est pas physiquement limité car il dépend aussi de nombreux facteurs de l'environnement de l'entreprise.

les entrepreneurs ayant suivi des études supérieures, principalement ceux des plus grandes entreprises, se situaient au-dessus de la moyenne nationale. De même, ils avaient probablement plus accès aux TIC que la moyenne des autres entrepreneurs.

LE PROJET DE RECHERCHE AU BOTSWANA

Le Botswana a été choisi comme terrain de recherche pour trois raisons :

1. De nombreuses entreprises de différents secteurs d'activité y sont présentes.
2. L'infrastructure TIC au Botswana est plutôt bien développée et l'usage de ces technologies est plus important que dans de nombreux autres pays en développement. Cela permet de couvrir une large gamme de besoins : de l'entreprise ne possédant pas le téléphone à celle utilisant internet.
3. Le Botswana présente un environnement politique favorable, où un fort intérêt s'est manifesté envers les MPME depuis 1998.

Le projet de recherche initial visait les entreprises du secteur formel inscrites au registre des entreprises du Botswana.

Deux techniques de collecte de données ont été utilisées : des entretiens semi-structurés sur un échantillon de 20 entreprises, et un questionnaire, adressé à 480 entreprises. 61 réponses de ce questionnaire sont exploitables.

La répartition des profils des répondants à l'enquête représente assez bien la structure des activités identifiées au Botswana. Il faut retenir cependant quelques biais :

RÉSULTATS DE LA RECHERCHE

Les systèmes d'information aux entreprises

Dans la majorité des entreprises étudiées, et quel que soit leur secteur d'activité, l'information dont nous parlons est majoritairement informelle. Les sources et voies de collecte de l'information sont caractérisées par :

- une forte confiance en l'information obtenue par la connaissance et l'expérience du propriétaire de l'entreprise ;
- une information reçue via le réseau informel de la communauté d'affaires ;
- une information reçue par les contacts avec la famille et les amis ;
- une information accumulée par un apprentissage spécifique à l'entreprise.

La qualité de l'information informelle comparée à l'information par voie formelle ou institutionnelle, est difficile à estimer. Elle est en tout cas plus appréciée par les chefs d'entreprise rencontrés. Les entreprises dépendant largement de contrats avec le gouvernement font exception à cette règle et ont des pratiques d'information plus formalisées.

● Les sources de données

Les entrepreneurs semblent dépendre essentiellement de leurs connaissances et expériences développées au sein de l'entreprise ou lors d'une précédente activité.

● Les voies de communication – Primauté au personnel et au téléphone

➤ La grande majorité des personnes rencontrées est en contact direct avec sa clientèle. Les rencontres en face à face sont pour elles le moyen le plus efficace pour communiquer commercialement.

➤ Environ 70 % des personnes questionnées utilisent fréquemment des lignes téléphoniques fixes (téléphone ou fax) pour leurs opérations commerciales. Les services de téléphonie représentent l'investissement commercial le plus courant. La croissance rapide des communications mobiles est un révélateur de la valeur que les entrepreneurs accordent aux communications vocales en temps réel.

➤ Un quart des entreprises – surtout les fabricants et les exportateurs – utilise l'e-mail ou le téléphone mobile : pour le moment, l'e-mail et l'Internet restent fortement liés à certains secteurs.

➤ L'utilisation d'Internet en est à son tout début. Accéder à Internet implique des investissements de départ conséquents, des coûts opérationnels et des investissements en temps et en ressources humaines. Ils ne seront réalisés que s'ils génèrent des bénéfices réels et liés à l'utilisation et l'information fournie. L'expérience montre que seules les entreprises de certains secteurs font de tels investissements, comme les secteurs des technologies de l'information (TI) ou ceux du tourisme.

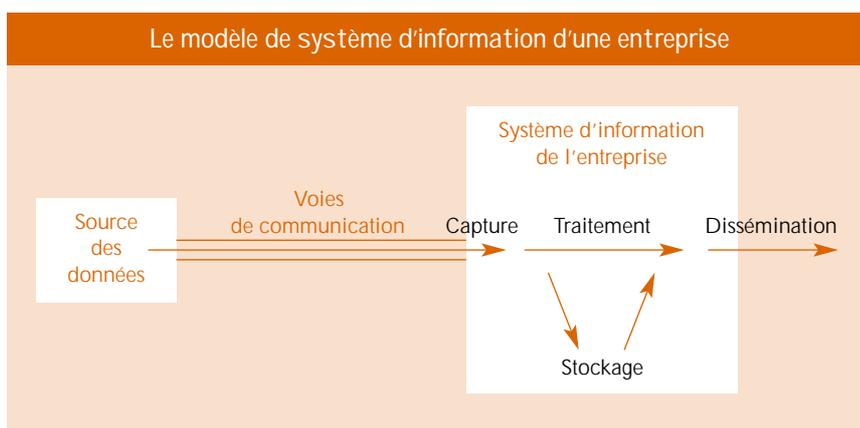
● Le stockage et le traitement de l'information

La majorité des entrepreneurs conserve l'information en mémoire ou sur papier et la traite manuellement. L'utilisation d'ordinateurs à fin de stockage d'informations est très irrégulière parmi les entreprises rencontrées. Ainsi, 70 % des entreprises de services interrogées ont leurs comptes sur informatique, pour seulement 9 % des entreprises de fabrication.

● La dissémination de l'information

Le premier objectif des entreprises est de maintenir ou améliorer leurs ventes en retenant les consommateurs existants

Le modèle de système d'information d'une entreprise



et/ou en localisant de nouveaux. En termes de promotion des produits ou services, les entrepreneurs préfèrent les contacts personnels avec les clients. Les autres formes de communication ne sont pas considérées comme aussi efficaces :

- le marketing via les médias est peu usité au Botswana par les MPME ;
- l'infrastructure postale et de télécommunications est présentée comme insuffisamment développée et pas assez fiable pour effectuer des ventes par téléphone ou appliquer des techniques marketing par courrier direct. Dans ce milieu, les services marketing et publicitaires sont onéreux et peu développés ;
- environ 50 % des entreprises ayant répondu à l'enquête ont un accès Internet, 43 % l'utilisent très souvent, et 30 % le jugent comme une source d'information commerciale « très importante ». Toutefois, Internet est bien moins utilisé pour disséminer l'information que pour la rechercher. Internet ne semble pas pouvoir offrir de bénéfice substantiel pour desservir le marché local. En revanche, ses bénéfices semblent considérables pour les entreprises qui possèdent une clientèle hors du Botswana (exportateurs, industrie du tourisme), afin de disséminer rapidement l'information aux clients potentiels ou existants.

Les besoins en information des entreprises

● Les problématiques de la petite entreprise

L'information n'est bien sûr pas une fin en soi. L'enquête s'est donc attachée à savoir quelle est sa place parmi les autres problématiques qu'une entreprise peut rencontrer. La petite entreprise botswanaise rencontre 3 types majeurs de difficultés :

1. **L'accès aux compétences** (52 % des entreprises l'ont cité comme étant leur principal problème) : manque de compétences en gestion, incapacité à acquérir et retenir les travailleurs qualifiés, manque d'accès à des formations en développement de compétences.

2. **L'accès aux marchés** : besoin d'augmenter les ventes aux clients existants, d'étendre et de diversifier leur base de clientèle.

3. **L'accès aux financements** : ce problème est la clef des fabricants non exportateurs. Les entreprises de fabrication qui exportent et les entreprises de services se sentent beaucoup moins gênées par l'accès aux financements que par l'accès aux compétences et aux ventes.

● Le manque d'information des entreprises

Au sein du secteur formel et dans tous les secteurs d'activité, il y aurait un manque patent en information : **72 % des entreprises ont un besoin urgent d'accéder à l'information** afin d'augmenter leurs ventes, que ce soit en atteignant une nouvelle clientèle locale et/ou en élargissant leurs marchés existants. Selon les catégories, la lacune principale, c'est l'information :

- qui débouche sur du conseil et/ou de l'assistance pour accéder à des financements extérieurs et pour résoudre des difficultés financières internes : pour les exportateurs non fabricants ;
- qui concerne pour les fabricants exportateurs l'accès à du personnel formé et au soutien sur la formation de leur force de travail ;
- qui concerne pour les entreprises de services des opportunités d'accès à des formations en gestion, et sur le recrutement de nouveaux employés qualifiés.

Certaines informations sont difficiles à obtenir car l'offre est insuffisante : concernant la formation en gestion, la qualification des employés, la disponibilité de terrains ou de locaux, ou encore les marchés à l'export.

Bien que l'offre existe, d'autres informations sont difficiles d'accès pour les MPME comme les financements ou les nouveaux consommateurs locaux par exemple.

Cette étude suggère au moins **une priorité transversale : l'offre d'une meilleure information sur les marchés et sur la demande**. Plusieurs initiatives en ce sens ont bien fonctionné, utilisant ou non des méthodes basées sur les TIC : dissémination d'information sur les prix du marché et d'information qualitative, tel le détail de chaînes de distribution.

CONCLUSIONS. RECOMMANDATIONS PAR CATÉGORIE D'ENTREPRISE.

Comprendre les TIC suppose en premier lieu de comprendre l'information. Prendre l'information comme point de départ requiert de modéliser et procéder à l'investigation des systèmes d'information actuellement utilisés par les entreprises et les besoins de celles-ci en information. Comme pour les technologies, il faut avoir un regard systémique sur l'entreprise.

Cette vue systémique permet **de relativiser l'information par rapport aux autres problématiques que rencontre l'entreprise**. Les manques en information sont une question importante pour les petits entrepreneurs, mais ils sont à relativiser avec la problématique des ressources, à savoir **les compétences, les marchés et l'argent**.

Traiter seule l'information peut être une étape nécessaire dans le développement de la petite entreprise, mais elle est loin d'être suffisante. Et ce qui est vrai pour l'information sera forcément vrai plus généralement pour les TIC, qui permettent de manipuler plus efficacement l'information.

L'aspect novateur des TIC peut conduire à élargir le champ d'intervention de ce domaine. Ainsi, **les entrepreneurs et agences de développement doivent avoir une démarche multi-dimensionnelle et reconnaître le rôle critique des systèmes d'information et des technologies « non électroniques »** tels le téléphone, les lettres d'information, ou l'intéressé lui-même.

Le développement de compétences internet/informatiques ne doit pas être séparé mais au contraire **faire partie intégrante de formations spécialisées, non centrées sur la technologie**. Ceci est vital étant donné les contraintes qui freinent l'utilisation des TIC au Botswana : pas de connaissances et un manque d'implantation des TIC ainsi qu'un défaut d'utilisation des compétences ; s'y ajoute un manque de financement et de connexions.

Enfin, la diversité des entreprises suggère **l'intérêt d'une approche différenciée selon leur typologie**. Cinq types sont ressortis de l'enquête :

- les non-utilisateurs de TIC, ou entreprises qui n'utilisent pas d'ordinateurs

et n'ont aucun accès à des services de télécommunication ;

- les non-utilisateurs de TI, qui sont des entreprises ne se servant pas d'ordinateurs mais utilisant des services de télécommunication ;
- les utilisateurs de TIC qui ne sont pas en réseau ;
- les utilisateurs de TIC en réseau ;
- les utilisateurs intensifs de TIC.

Enfin, il est possible d'établir **des catégories selon la sophistication des systèmes d'information** utilisés dans l'organisme. Quelques éléments de catégorisation :

- plus de 70 % des non-utilisateurs de TIC et de TI ont moins de cinq employés ; la même proportion des entreprises de 30 à 99 employés sont des utilisatrices de TIC intensives ou en réseau ;
- toutes les entreprises non utilisatrices de TIC ni de TI (sauf une) appartiennent à des citoyens botswanais ; les deux tiers des utilisatrices des TIC sont la propriété d'étrangers ;
- plus de la moitié des fabricants non exportateurs n'est pas utilisatrice de TIC/ TI ; 80 % des fabricants exportateurs sont des utilisateurs intensifs ou en réseau de TIC.

Non-utilisateurs de TIC

Ces entreprises sont pour la plupart dans le secteur informel.

Le potentiel pour les TIC et les formations liées à ces entreprises n'est pas bien évalué. D'autres études permettent de supposer que les besoins en information de ces entreprises seront plutôt satisfaits par des systèmes informels d'information, « organiques », et non par des informations fondées sur les TIC.

Non-utilisateurs de technologies de l'information (TI)

Le manque de financement, de ressources humaines et de compétences en gestion est perçu comme crucial par 90 % des propriétaires. Cet handicap leur crée d'importantes difficultés.

Dans ce type d'entreprise, **les TIC seront réellement utiles une fois que les com-**

pétences de base et/ou la stabilité financière se seront suffisamment améliorées.

L'amélioration du système d'information et des technologies auxquelles elles ont déjà accès leur permettrait probablement de tirer bénéfice de leurs pratiques de l'information. L'accès à la formation leur serait particulièrement utile pour améliorer leurs compétences en gestion financière, la communication (entre personnes ?), ou encore pour ce qui concerne les ventes et les techniques marketing.

Ces entreprises ont un potentiel évident pour étendre leur utilisation des systèmes de TI, mais le manque de financements et de compétences les retient. La plupart pourrait se permettre d'investir dans un ordinateur mais ne le font pas car, à court/moyen terme, elles en tireraient difficilement un bénéfice.

Utilisateurs de TIC n'étant pas en réseau

Les utilisateurs de TIC n'étant pas en réseau peuvent être décrits comme **les MPME « précurseurs » de l'utilisation de l'informatique**. Ils sont surtout actifs dans la fabrication et les services.

Bien que leurs locaux soient équipés, les niveaux d'utilisation sont généralement faibles : 39 % des utilisateurs n'utilisent pas leurs ordinateurs dans leur activité quotidienne. Parmi ceux qui l'utilisent, 71 % ne se servent que du traitement de texte. Seulement 20 % des utilisateurs ont configuré des fonctions commerciales de base (facturation des clients, comptabilité interne).

La plupart de ces entreprises manque de compétences en gestion et partage nombre de caractéristiques des non-utilisateurs des TI. La même condition préalable d'amélioration des compétences de base en gestion et en information s'applique avant tout investissement dans les TIC. Ces entreprises aussi bénéficieraient d'une amélioration de leur système d'information informel/non électronique. De plus, il n'est pas rare de trouver des ordinateurs relégués au placard car personne n'a pu adapter les logiciels aux besoins de l'entreprise : beaucoup de logiciels ne sont pas adaptés aux réalités des petites entreprises, et combler ce manque devrait être une priorité.

Ces entreprises ont toutefois de plus fortes pressions les poussant vers les TIC que les deux catégories précédentes. 50% d'entre elles ont déclaré comme crucial l'amélioration de leur système informatique :

- elles peuvent avoir des besoins spécifiques dus à des pressions concurrentielles TIC (par exemple dans les secteurs de l'impression ou de la publication) et doivent s'adapter pour survivre ;
- elles peuvent avoir à utiliser les TIC pour être compatibles avec leurs clients ou fournisseurs ;
- elles peuvent être contraintes à adopter les TIC pour s'aligner sur leurs concurrents et se créer une image de modernité.

Utilisateurs de TIC en réseau/« intensifs »

Ces entreprises, essentiellement **présentes dans les secteurs des services techniques et du tourisme, ont pour les 3/4 d'entre elles** une comptabilité et leurs systèmes de facturation sur informatique. Dans 60 % des cas, elles ont aussi d'autres fonctions sur informatique, tels l'inventaire ou l'enregistrement des clients et fournisseurs. L'e-mail et Internet sont souvent utilisés par 85 % d'entre elles.

Toutes les personnes ayant répondu à l'enquête considèrent la poursuite du développement des TIC dans leur entreprise comme crucial ou très important pour le succès futur de leur affaire. Ces entreprises ont pour la majorité introduit et adapté les TIC de façon ad hoc, mais dans la plupart des cas les employés n'ont pas les compétences nécessaires pour gérer ces systèmes. Le processus de développement est donc déficient.

Ces entreprises bénéficieront d'une **approche plus stratégique en gestion de l'information**, afin que les coûts et bénéfices relatifs à l'amélioration des systèmes d'information (associés ou non aux TIC) puissent être évalués. Elles ont aussi besoin de mieux maîtriser leurs systèmes actuels d'information en comprenant mieux par exemple le marketing ou la promotion, précurseurs d'une meilleure utilisation d'Internet. Enfin, des cas de bonnes/meilleures pratiques devraient être divulgués en matière de développement et de gestion des systèmes d'information informatiques.