



GENRE ET MOTIVATIONS ENTREPRENEURIALES DES ENTREPRENEURS DE LA COMMUNE DE MONT-NGAFULA

Roger TWEKO MUKAWA

Université de Kinshasa, République démocratique du Congo

&

Jonathan ENGUTA MWENZI

Université de Kinshasa (République démocratique du Congo)

jonathan.enguta@unikin.ac.cd

&

Michel REMO YOSSA

Université de Kinshasa (République démocratique du Congo)

michel.remo@unikin.ac.cd

Résumé : Cette étude avait pour objectif de déterminer si les motivations entrepreneuriales des propriétaires de PME de la commune de Mont-Ngafula varient selon le genre. Une échelle de motivations entrepreneuriales fondée sur le modèle Push-Pull a été administrée à un échantillon non probabiliste de 306 entrepreneurs exerçant leurs activités dans ladite commune. Les résultats indiquent que les entrepreneurs sont motivés à la fois par des facteurs de nécessité et des facteurs d'opportunité. Ils montrent également que le genre influence significativement les motivations d'opportunité, davantage présentes chez les hommes, tandis qu'aucune différence significative n'est observée entre les hommes et les femmes concernant les motivations de nécessité. Ces résultats soulignent la coexistence des logiques de nécessité et d'opportunité dans l'entrepreneuriat congolais et mettent en évidence le rôle du genre dans la perception et l'exploitation des opportunités entrepreneuriales.

Mots-clés : entrepreneuriat, motivations entrepreneuriales, genre, PME, commune de Mont-Ngafula

Abstract: This study aimed to determine whether the entrepreneurial motivations of small and medium-sized enterprise (SME) owners in the commune of Mont-Ngafula vary according to gender. An entrepreneurial motivation scale based on the Push-Pull model was administered to a non-probability sample of 306 entrepreneurs operating in the aforementioned commune. The results indicate that entrepreneurs are motivated by both necessity-driven and opportunity-driven factors. They also reveal that gender significantly influences opportunity motivations, which are more pronounced among men, whereas no significant difference was found between men and women regarding necessity motivations. These findings highlight the coexistence of necessity- and opportunity-based entrepreneurial motives in the Congolese entrepreneurial context and underscore the role of gender in the perception and exploitation of entrepreneurial opportunities.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneurial motivations, gender, SMEs, Mont-Ngafula municipality

INTRODUCTION

De nos jours, l'entrepreneuriat est considéré comme un levier important de croissance économique, d'innovation et de création d'emplois. Son rôle dans la transformation des économies et dans le développement des territoires a été abondamment documenté, tant dans les pays développés que dans les économies émergentes (Audretsch & Thurik, 2001 ; Van Stel et al., 2005 ; Acs et al., 2009). En République Démocratique du Congo (RDC), où le marché de l'emploi formel demeure insuffisamment développé, les petites et moyennes entreprises (PME) occupent une place stratégique dans la création de revenus et l'absorption de la main-d'œuvre active (Ngub'usim, 2014 ; Kudiakusika, 2018 ; Enguta & Remo, 2022).

Toutefois, la création et la pérennisation des PME ne dépendent pas uniquement des conditions économiques ou institutionnelles. Elles sont également influencées par des facteurs individuels, parmi lesquels les motivations entrepreneuriales occupent une place centrale. Ces motivations déterminent non seulement la décision d'entreprendre, mais également le niveau d'engagement de l'entrepreneur dans le développement de son activité (Smida & Khelil, 2010). La littérature distingue généralement deux grandes catégories de motivations : les motivations d'opportunité (pull motivations), associées à la recherche d'autonomie, d'accomplissement personnel ou de gains économiques, et les motivations de nécessité (push motivations), qui résultent de contraintes telles que le chômage, l'insécurité économique ou l'absence d'alternatives professionnelles satisfaisantes (Reynolds et al., 2005 ; Kelley et al., 2016).

Les travaux antérieurs montrent que ces motivations sont façonnées par l'interaction de facteurs psychologiques, sociaux et économiques (McClelland, 1961 ; Brandstätter, 2011). Parmi les variables susceptibles de les influencer, le genre a suscité un intérêt croissant dans la recherche en entrepreneuriat. Plusieurs études soulignent que les femmes et les hommes ne disposent pas toujours des mêmes ressources, n'évoluent pas dans les mêmes environnements sociaux et ne font pas face aux mêmes contraintes entrepreneuriales (Ahl, 2006 ; Brush et al., 2009 ; Jennings & Brush, 2013). Ces différences pourraient se traduire par des profils motivationnels distincts.

Les résultats empiriques demeurent cependant contrastés. Certaines recherches rapportent que les femmes s'orientent davantage vers l'entrepreneuriat sous l'effet de facteurs de nécessité, tandis que les hommes seraient principalement motivés par la recherche d'opportunités économiques et d'accomplissement personnel (van der Zwan et al., 2016 ; Li & Setiawan Sanusi, 2023). D'autres études concluent, au contraire, à une faible différenciation des motivations entrepreneuriales selon le genre. Cette absence de consensus

suggère que les relations entre genre et motivations entrepreneuriales pourraient varier selon les contextes socio-économiques et culturels.

En RDC, cette question demeure encore peu explorée. Les recherches disponibles ont principalement porté sur l'entrepreneuriat féminin ou sur les déterminants généraux de la création d'entreprise, sans examiner de manière approfondie les différences motivationnelles entre hommes et femmes. De plus, les rares études réalisées dans le contexte congolais ont produit des résultats divergents. Ainsi, Enguta et Remo (2022) n'ont observé aucune différence significative entre les motivations entrepreneuriales masculines et féminines à Kinshasa, contrairement aux tendances rapportées dans plusieurs études internationales. Cette insuffisance de données empiriques justifie la réalisation de nouvelles investigations dans différents contextes locaux. La présente étude s'intéresse ainsi aux propriétaires de PME de la commune de Mont-Ngafula, l'une des communes les plus dynamiques de Kinshasa sur le plan entrepreneurial. Son objectif est d'identifier les principales motivations entrepreneuriales des entrepreneurs de cette commune et d'examiner leur variabilité selon le genre ainsi que selon certaines caractéristiques sociodémographiques.

Au regard de la littérature existante, nous formulons l'hypothèse selon laquelle les motivations entrepreneuriales varient selon le genre : les femmes seraient davantage orientées vers des motivations de nécessité tandis que les hommes seraient davantage motivés par la recherche d'opportunités entrepreneuriales. Nous postulons également que certaines caractéristiques sociodémographiques, notamment l'âge, le niveau d'études et la formation à l'entrepreneuriat, influencent les motivations entrepreneuriales des entrepreneurs étudiés.

1. Méthodologie

1.1. Participants et cadre de l'étude

Cette étude a été réalisée auprès des propriétaires de petites et moyennes entreprises (PME) exerçant leurs activités dans la commune de Mont-Ngafula, à Kinshasa (République Démocratique du Congo). La population de référence était constituée de 1 530 entrepreneurs formellement enregistrés auprès des services de l'Entrepreneuriat, Petites et Moyennes Entreprises Artisanales (E-PMEA) de la commune.

L'échantillon de l'étude comprenait 306 entrepreneurs sélectionnés selon une méthode d'échantillonnage non probabiliste de commodité. La taille de l'échantillon a été déterminée à l'aide de la table de Krejcie et Morgan (1970). Parmi les participants, 136 (44,4 %) étaient des hommes et 170 (55,6 %) des femmes.

1.2. Instrument de collecte des données

Les données ont été recueillies au moyen d'une échelle d'évaluation des motivations entrepreneuriales élaborée à partir de plusieurs instruments existants dans la littérature. Cette échelle repose sur la théorie Push-Pull de l'entrepreneuriat (Shapero, 1975 ; Gilad & Levine, 1986), selon laquelle la décision entrepreneuriale résulte soit de facteurs de nécessité (Push), soit de facteurs d'attraction ou d'opportunité (Pull). L'instrument comprend 34 items répartis en deux dimensions : les facteurs Push (8 items) et les facteurs Pull (26 items). La dimension facteurs pull est constituée de quatre sous-dimensions : (1) les besoins psychologiques (7 items) ; (2) la contribution à la société (8 items), (3) le savoir-faire (6 items) et (4) la rentabilité (5 items). Les réponses étaient recueillies sur une échelle de type Likert à quatre modalités allant de 1 (« Totallement en désaccord ») à 4 (« Totallement en accord »).

L'étude de la cohérence interne a donné lieu à des coefficients alpha de Cronbach oscillant entre .70 et .75 pour les différentes dimensions (et sous-dimensions) de l'échelle. Ces coefficients attestent une fidélité satisfaisante de l'échelle. Une pré-enquête auprès de 25 entrepreneurs a permis de vérifier la compréhension des items avant l'administration de l'échelle à 306 entrepreneurs entre octobre et décembre 2025. Les données ont été analysées via le logiciel IBM SPSS 20 à l'aide des statistiques descriptives, du coefficient alpha de Cronbach ainsi que des tests U de Mann-Whitney et H de Kruskal-Wallis.

2. Résultats

2.1. Motivations entrepreneuriales dominantes selon le genre

Conformément à l'hypothèse principale, nous avons comparé les scores moyens obtenus aux deux grandes dimensions de l'échelle (les motivations de nécessité « Push » et les motivations d'opportunité « Pull »), selon le genre des répondants.

Tableau 1. Moyennes des motivations entrepreneuriales selon le genre

Genre	Ind. Stat.	Motivations	
		Push	Pull
Masculin	Moyenne	2,62	2,64
	Moyenne théorique	2,5	
	Ecart-type	0,23	0,14
	Variance	0,05	0,02
Féminin	Moyenne	2,56	2,58
	Moyenne théorique	2,5	
	Ecart-type	0,25	0,17
	Variance	0,06	0,03

La lecture du tableau 1 montre que les scores moyens des hommes sont légèrement supérieurs à ceux des femmes tant pour les motivations de nécessité (Push) que pour les motivations d'opportunité (Pull). Toutefois, dans les deux groupes, les moyennes observées dépassent la moyenne théorique de l'échelle (2,5), indiquant que les motivations entrepreneuriales des enquêtés reposent simultanément sur des facteurs de nécessité et sur la recherche d'opportunités. Par ailleurs, les scores obtenus aux motivations Pull sont légèrement plus élevés que ceux relatifs aux motivations Push, aussi bien chez les hommes que chez les femmes, ce qui suggère une prédominance des motivations d'opportunité dans l'engagement entrepreneurial des participants.

2.2. Effet du genre et des variables sociodémographiques sur les motivations entrepreneuriales

Avant de procéder aux analyses différentielles, la normalité des distributions des scores de motivations entrepreneuriales a été vérifiée au moyen du test de Kolmogorov-Smirnov. Les résultats obtenus ont révélé une distribution non normale des données pour les motivations Push ($Z = 3,51$; $p < 0,05$) et Pull ($Z = 2,52$; $p < 0,05$). En conséquence, des tests non paramétriques ont été privilégiés pour les analyses ultérieures, notamment le test U de Mann-Whitney pour les comparaisons entre deux groupes et le test H de Kruskal-Wallis pour les comparaisons impliquant plusieurs groupes.

- Effet du genre sur les motivations entrepreneuriales

Afin de vérifier l'hypothèse selon laquelle les motivations entrepreneuriales varient selon le genre, nous avons comparé les scores obtenus par les hommes et les femmes à l'aide du test U de Mann-Whitney. Les résultats sont présentés dans le tableau 2.

Tableau 2 : Effet du genre sur les facteurs push et pull

Motivations	Sexe	N	Rang moyen	Somme des rangs	U de Mann-Whitney	Sig.	Déc
Push	Masculin	136	163,93	22295,00	10141,00	0,06	NS
	Féminin	170	145,15	24676,00			
	Total	306					
Pull	Masculin	136	167,53	22784,50	9651,50	0,01	S
	Féminin	170	142,27	24186,50			
	Total	306					

Légende : NS : non significative, S : Significative, Sig : signification

Les résultats du tableau 2 montrent que les motivations de nécessité (Push) ne présentent pas de différence statistiquement significative selon le genre (U = 10141,00 ; p = 0,06). Bien que les hommes affichent un rang moyen légèrement supérieur à celui des femmes, cet écart demeure insuffisant pour conclure à une influence significative du genre sur ce type de motivation.

En revanche, le tableau 2 met en évidence une différence statistiquement significative au niveau des motivations d'opportunité (Pull) (U = 9651,50 ; p = 0,01). Les hommes présentent un rang moyen plus élevé que les femmes (167,53 contre 142,27), ce qui indique qu'ils accordent davantage d'importance aux facteurs d'attraction liés à l'activité entrepreneuriale. Ces résultats suggèrent ainsi que les différences observées entre les hommes et les femmes concernent principalement les motivations d'opportunité, alors qu'aucune distinction significative n'apparaît au niveau des motivations de nécessité.

- Effet du genre et des variables sociodémographiques sur les motivations entrepreneuriales

Le test de Kolmogorov-Smirnov a révélé une distribution non normale des scores de motivations entrepreneuriales ($p < 0,05$). Par conséquent, les analyses différentielles ont été réalisées à l'aide des tests non paramétriques de Mann-Whitney et de Kruskal-Wallis.

Tableau 3. Effet des variables sociodémographiques sur les motivations entrepreneuriales

Variable	Test	Push (Stat.)	p	Pull (Stat.)	p	Décision
Parent entrepreneur	Mann-Whitney	U = 7728,00	0,58	U = 7832,00	0,69	NS
Âge	Kruskal-Wallis	$\chi^2 = 8,21$	0,08	$\chi^2 = 3,31$	0,50	NS
Niveau d'études	Kruskal-Wallis	$\chi^2 = 2,89$	0,57	$\chi^2 = 4,46$	0,34	NS
Secteur d'activité	Kruskal-Wallis	$\chi^2 = 7,20$	0,21	$\chi^2 = 4,98$	0,42	NS
Durée de la PME	Kruskal-Wallis	$\chi^2 = 1,84$	0,60	$\chi^2 = 3,21$	0,36	NS
État civil	Kruskal-Wallis	$\chi^2 = 7,62$	0,06	$\chi^2 = 4,26$	0,24	NS

NS : différence non significative au seuil de 5 %.

Le tableau 3 montre qu'aucune des variables sociodémographiques étudiées n'exerce une influence statistiquement significative sur les motivations entrepreneuriales des enquêtés ($p > 0,05$). Ainsi, les motivations de nécessité (Push) et d'opportunité (Pull) apparaissent relativement homogènes quels que soient l'âge, le niveau d'études, l'existence d'un parent entrepreneur, le secteur d'activité, la durée de vie de l'entreprise ou l'état civil des participants.

3. Discussion

Les résultats mettent en évidence trois principaux constats : la coexistence des motivations de nécessité (Push) et d'opportunité (Pull), l'existence d'un effet du genre sur les motivations d'opportunité et l'absence d'influence significative des variables sociodémographiques étudiées.

Les résultats montrent que les entrepreneurs enquêtés sont simultanément motivés par des facteurs de nécessité et par des facteurs d'opportunité. Cette coexistence des motivations Push et Pull confirme les travaux de Reynolds et al. (2005) ainsi que ceux de Kelley et al. (2016), selon lesquels la décision d'entreprendre résulte généralement d'une combinaison de contraintes économiques et d'aspirations personnelles plutôt que d'un seul facteur explicatif. La présence des motivations de nécessité peut être interprétée à la lumière du contexte socio-économique congolais, marqué par la persistance du chômage, du sous-emploi et de l'importance du secteur informel. Dans un tel environnement, l'entrepreneuriat constitue souvent une stratégie d'insertion économique et de sécurisation des revenus. Toutefois, les résultats indiquent également une légère prédominance des motivations d'opportunité, suggérant que les entrepreneurs étudiés ne se limitent pas à une logique de survie économique. Ils semblent également rechercher l'autonomie, la valorisation de leurs compétences, la maîtrise de leur destinée professionnelle et l'amélioration de leur statut socio-économique.

Ces résultats rejoignent les observations d'Enguta et Remo (2022), qui ont montré que les entrepreneurs de Kinshasa développent des motivations entrepreneuriales complexes associant à la fois la nécessité économique et la recherche d'opportunités. Ils confirment également l'idée selon laquelle l'entrepreneuriat, dans les économies en développement, ne peut plus être réduit à un simple entrepreneuriat de subsistance. L'un des principaux résultats de cette étude concerne l'effet différencié du genre sur les motivations entrepreneuriales. Alors qu'aucune différence significative n'a été observée au niveau des motivations de nécessité, les motivations d'opportunité se sont révélées significativement plus élevées chez les hommes que chez les femmes.

L'absence de différence au niveau des motivations Push suggère que les contraintes économiques et professionnelles susceptibles d'orienter les individus vers l'entrepreneuriat affectent de manière relativement similaire les hommes et les femmes. Cette observation est cohérente avec les travaux de Reynolds et al. (2004), qui montrent que dans les contextes caractérisés par une forte précarité économique, l'entrepreneuriat de nécessité concerne une large partie de la population active indépendamment du genre. En revanche, la différence observée au niveau des motivations Pull rejoint plusieurs recherches ayant mis en évidence des variations genrées dans les aspirations entrepreneuriales. Les

travaux de van der Zwan et al. (2016), Patrick et al. (2016) ainsi que Li et Setiawan Sanusi (2023) montrent notamment que les hommes sont plus fréquemment motivés par la recherche d'autonomie, l'identification d'opportunités économiques, la croissance de l'entreprise et l'accomplissement personnel. Les résultats obtenus dans cette étude s'inscrivent dans cette perspective.

Cette situation peut également être interprétée à la lumière de la théorie des rôles sociaux d'Eagly (1987), selon laquelle les hommes et les femmes développent des attentes et des comportements différents sous l'influence des normes sociales. Dans de nombreux contextes, les hommes demeurent davantage encouragés à prendre des risques économiques et à rechercher l'indépendance professionnelle, alors que les femmes sont plus souvent orientées vers des objectifs relationnels ou communautaires. Toutefois, les écarts observés restent relativement modérés, ce qui pourrait traduire une évolution progressive des rôles entrepreneuriaux féminins dans le contexte congolais.

Contrairement aux attentes formulées, aucune des variables sociodémographiques examinées n'a exercé une influence significative sur les motivations entrepreneuriales des enquêtés. L'âge, le niveau d'études, la présence d'un parent entrepreneur, le secteur d'activité, la durée de vie de l'entreprise et l'état civil ne semblent donc pas constituer des facteurs discriminants dans l'explication des motivations entrepreneuriales au sein de l'échantillon étudié.

Ces résultats suggèrent que les motivations entrepreneuriales des entrepreneurs de Mont-Ngafula reposent davantage sur des facteurs individuels et contextuels communs que sur leurs caractéristiques sociodémographiques. Ils rejoignent notamment les observations de Madické (2012), qui n'avait relevé aucune variation significative des motivations entrepreneuriales selon l'âge. Ils s'écartent en revanche de certaines études ayant mis en évidence l'influence du niveau d'études ou de l'environnement familial sur l'engagement entrepreneurial (Filion, 2002 ; Carr & Sequeira, 2007). Une explication possible réside dans les particularités du contexte congolais, où les contraintes économiques, les opportunités limitées d'emploi salarié et l'importance du secteur informel tendent à homogénéiser les motivations entrepreneuriales. Dans un tel environnement, les individus peuvent être conduits à entreprendre pour des raisons relativement similaires, indépendamment de leur profil sociodémographique.

Conclusion

Cette étude avait pour objectif d'examiner les motivations entrepreneuriales des propriétaires de PME de la commune de Mont-Ngafula et d'évaluer leur variabilité selon le genre. Les résultats montrent que les

entrepreneurs sont motivés à la fois par des facteurs de nécessité (Push) et d'opportunité (Pull), avec une légère prédominance de ces derniers. Ils révèlent également que le genre influence significativement les motivations d'opportunité, les hommes présentant des scores plus élevés que les femmes. En revanche, aucune différence significative n'a été observée au niveau des motivations de nécessité. De même, les variables sociodémographiques étudiées n'exercent pas d'influence significative sur les motivations entrepreneuriales.

Ces résultats soulignent l'importance de prendre en compte les spécificités liées au genre dans les politiques de promotion de l'entrepreneuriat et dans les programmes d'accompagnement des PME. Des recherches futures menées dans d'autres communes ou provinces permettraient de vérifier la généralisation de ces conclusions au contexte congolais.

Bibliographie

- Acs, Z. J., Audretsch, D. B., Braunerhjelm, P., & Carlsson, B. (2009). The knowledge spillover theory of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 32(1), 15–30.
- Ahl, H. (2006). Why research on women entrepreneurs needs new directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 595–621.
- Audretsch, D. B., & Thurik, A. R. (2001). Linking entrepreneurship to growth. OECD Science, Technology and Industry Working Papers, 2001(2), 1–27.
- Brandstätter, H. (2011). Personality aspects of entrepreneurship: A look at five meta-analyses. *Personality and Individual Differences*, 51(3), 222–230.
- Brush, C. G., de Bruin, A., & Welter, F. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), 8–24.
- Carr, J. C., & Sequeira, J. M. (2007). Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A theory of planned behavior approach. *Journal of Business Research*, 60(10), 1090–1098.
- Eagly, A. H. (1987). *Sex differences in social behavior: A social-role interpretation*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Enguta Mwenzi, J. & Remo Yossa, M. (2022). Evaluation de la motivation entrepreneuriale des entrepreneurs de la ville de Kinshasa. *International Journal of Innovation and Applied Studies*, 36 (2), 335-346.
- Filion, L. J. (2002). Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances. *Revue Internationale P.M.E.*, 15(2), 129–172.
- Gilad, B., & Levine, P. (1986). A behavioral model of entrepreneurial supply. *Journal of Small Business Management*, 24(4), 45–53.

- Jennings, J. E., & Brush, C. G. (2013). Research on women entrepreneurs: Challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature? *Academy of Management Annals*, 7(1), 663–715.
- Kakenza Kitumba, G., Munganga Malaku, C., Makumole Kikomina, L., & Kimvula Ya-Malosa, P. (2023). Exploration des effets de l'auto-efficacité entrepreneuriale des micro-entrepreneurs sur la demande de soutien entrepreneurial. *Mouvements et Enjeux Sociaux*, 2.
- Kelley, D., Singer, S., & Herrington, M. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor 2015/2016 Global Report*. Global Entrepreneurship Research Association.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610.
- Kudiakusika Kapomba, G. (2018). *Analyse des difficultés rencontrées par les créateurs de Petites et Moyennes Entreprises de la Commune de Lemba*. Travail de fin de cycle de graduat en gestion des entreprises et organisation du travail non publié. Université de Kinshasa. Kinshasa.
- Li, C., & Setiawan Sanusi, N. A. (2023). Gender differences in entrepreneurial motivation: A review of recent evidence. *Journal of Entrepreneurship and Innovation in Emerging Economies*, 9(2), 1–18.
- Madicke, D. (2012). *La motivation entrepreneuriale dans le contexte sub-saharien francophone*. Thèse de doctorat en sciences de gestion. Bordeaux Management School. Bordeaux.
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Van Nostrand.
- Ngub'usim Mpey Nka, R. (2014). Problématique de l'adéquation formation-emploi. Congo-Afrique. 485.303-312.
- Patrick, C., Stephens, H., & Weinstein, A. (2016). Where are all the self-employed women? Push and pull factors influencing female labor market decisions. *Small Business Economics*, 46(3), 365–390.
- Reynolds, P. D., Bygrave, W. D., Autio, E., & Hay, M. (2004). *Global Entrepreneurship Monitor Executive Report*. Babson College and London Business School.
- Reynolds, P. D., Bygrave, W. D., Autio, E., Cox, L. W., & Hay, M. (2005). *Global Entrepreneurship Monitor: 2004 Executive Report*. Babson College and London Business School.
- Shapiro, A. (1975). The displaced, uncomfortable entrepreneur. *Psychology Today*, 9(6), 83–88.
- Smida, A., & Khelil, N. (2010). Repenser l'échec entrepreneurial des petites entreprises émergentes : proposition d'une typologie fondée sur une approche intégrative. *Revue Internationale P.M.E.*, 23(2), 65–106.

- Van der Zwan, P., Verheul, I., Thurik, R., & Grilo, I. (2016). Entrepreneurial progress: Climbing the entrepreneurial ladder in Europe and the United States. *Regional Studies*, 50(7), 1103-1118.
- Van Stel, A., Carree, M., & Thurik, R. (2005). The effect of entrepreneurial activity on national economic growth. *Small Business Economics*, 24(3), 311-321.