

MANAGEMENT DE LA PETITE ENTREPRISE DES LOISIRS SPORTIFS

Une approche socioéconomique

→ **MALEK BOUHAOUALA**

Directeur de la Maison de l'Entrepreneuriat de Grenoble Université, il est Maître de Conférences à l'Université Joseph Fourier-Grenoble 1 et fait partie du réseau Sportsnature.org. L'essentiel de ses travaux de recherche porte, d'une part sur l'analyse socioéconomique du phénomène de l'entrepreneuriat dans le secteur du tourisme et des loisirs sportifs de nature et, d'autre part, sur l'étude du rôle des variables sociologiques dans l'organisation du secteur en question et la régulation des marchés locaux territorialisés. Il enseigne dans un certain nombre d'universités des matières liées à l'entrepreneuriat et la socioéconomie des marchés du tourisme et des loisirs sportifs.

Cet ouvrage consacré à la **petite entreprise** montre dans quelle mesure les facteurs non économiques (passion, réalisation de soi, traditions, etc.) participent à la **détermination du management de la petite entreprise** et à la **régulation des marchés locaux territorialisés**.

Le modèle socioéconomique utilisé ici, fondé sur le concept de micro-mentalités de l'entrepreneur, permet d'aborder ces questions à partir de l'idée que se fait l'entrepreneur du marché, de l'entreprise et de son activité professionnelle et non pas à partir d'une conception exclusive et abstraite qu'a l'économie « du dirigeant idéal » et de la rationalité économique que l'entrepreneur doit adopter.

Dans un premier temps, la confrontation des micro-mentalités de l'entrepreneur avec le fonctionnement réel de la petite entreprise révèle une taxonomie de **quatre types d'entrepreneur** se distinguant par des **logiques d'action passionnelle, entrepreneuriale, conservatrice et managériale**. Dans un second temps, l'articulation de ces quatre logiques d'action révèle des **relations inter-entreprises** non systématiquement fondées sur le **modèle de la concurrence économique**. Il en ressort que le marché localisé correspond davantage à une **offre locale socialisée** où les paramètres économiques ne jouent qu'un rôle secondaire.

L'ouvrage, par son regard pluridisciplinaire, s'adresse aux enseignants et étudiants en management, en entrepreneuriat et en sciences sociales s'intéressant à l'univers de la petite entreprise. Par ailleurs, son caractère empirique et pratique intéressera également l'entrepreneur-dirigeant, mais aussi les formateurs, décideurs et professionnels de l'accompagnement de l'entrepreneur.

LOISPO
ISBN 978-2-8041-5622-0
ISSN 1373-0274



couverture geluck, sylvains & partners



MANAGEMENT DE LA PETITE ENTREPRISE DES LOISIRS SPORTIFS

MALEK BOUHAOUALA

NEW MANAGEMENT



MANAGEMENT DE LA PETITE ENTREPRISE DES LOISIRS SPORTIFS

Une approche socioéconomique

Malek Bouhaouala

Préface de Boualem Aliouat

COMPLÉMENTS EN LIGNE :
■ DIAPORAMA COMMENTÉ
■ QUESTIONS VÉRIFIANT
LES OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

UNIVERSITE.DEBECK.COM

 de boeck