

« Le Comportement d’Achat aux Tendances Rationnelles»: Emergence et Exploration Conceptuelle

Hanan Bouajaja ^{#1}, Fathi Akrouf ^{#2}

#Laboratoire de recherche en Marketing LRM (Sfax)
Faculté des Sciences Économiques et de Gestion de Sfax
Route El-Matar Km 4, BP 1088, 3018 Sfax Tunisie

¹hbouajaja@yahoo.fr

²Fathi_akrouf@yahoo.fr

Résumé— Cet article s’attache à présenter le cadre conceptuel d’emergence d’une notion relativement nouvelle en comportement du consommateur qui est celle des “tendances rationnelles du consommateur”. Basé essentiellement sur la théorie de rationalité limitée [1], et les limites de la rationalité humaine, ce concept présente une alternative plus réaliste à l’hypothèse de rationalité du consommateur issue de la théorie économique classique et fondant la majorité des modèles de prise de decision.

Keywords— Rationalité, Tendances Rationnelle, Comportement du Consommateur, Prise de Décision

I. INTRODUCTION

L’hypothèse de rationalité, originaire de la théorie économique classique, a largement enrichie la compréhension du comportement du consommateur dans plusieurs domaines d’étude. Toutefois, cette hypothèse est source de polémiques à cause de son aspect normatif et sa vision utopique de la rationalité humaine. L’approche de rationalité limitée, vient alors relativiser la notion de rationalité substantive pour lui donner plus de réalisme et lui conférer plus de pragmatisme sans totalement la reléguer. Par ailleurs, plusieurs chercheurs dans différents domaines d’étude se sont intéressés à montrer les limites de la rationalité humaine non prises en comptes par la théorie économique classique. L’absence de consensus sur cette question nous a motivé à creuser d’avantage dans ce créneau de recherche en vue de proposer une version plus acceptable de la rationalité humaine pouvant être facilement étudiée auprès des consommateurs au niveau de leur prise de decision d’achat.

Ainsi cet article s’articule autour de trois parties. La première sera consacrée au concept de rationalité tel qu’il est présenté au niveau de la théorie économique. La seconde énumèrera les limites de la rationalité qui était à la base des critiques de cette hypothèse et même sa remise en cause par certains chercheurs. Enfin, nous présentons le concept du comportement d’achat aux tendances rationnelle”, fruit de la synthèse d’une littérature multidisciplinaire, comme solution alternative à la rationalité parfaite.

II. LA RATIONALITE EN ECONOMIE

A. La Rationalité : Définition

La rationalité est une notion qui a vu le jour au niveau de la théorie économique classique, et plus précisément l’économie comportementale (behavioral economics) considérée comme théorie des choix rationnels où tous les individus sont des agents rationnels [2]. La définition la plus ancienne de l’acteur rationnel est donc celle donnée par les économistes qui considèrent comme rationnel celui qui se base sur des informations complètes et parfaites en vue de choisir la meilleure alternative.

L’individu rationnel se forme alors des attentes rationnelles puisque la condition d’information parfaite et complète lui permet de connaître à l’avance quelle est l’alternative la meilleure [3].

La théorie classique définit aussi le comportement rationnel comme étant un comportement d’optimisation, où les individus cherchent logiquement à maximiser leurs préférences (exprimées par une fonction objective dite fonction d’utilité) ou encore leur bien-être, et de minimiser les coûts tout en tenant compte des contraintes essentiellement de type économique qui peuvent surgir ([2], [4], [5]).

Ce type de rationalité a été caractérisé de substantive [1]. Il existe d’autres équivalences terminologiques de la rationalité substantive à savoir la « forte rationalité », « la rationalité dirigée par les intentions », «la rationalité entre fins et moyens » et «la rationalité dirigée par des objectifs » [6].

Nous concluons à partir de cette définition que la rationalité telle qu’elle apparaît au niveau de la théorie économique classique implique une optimisation des décisions en vue de choisir la meilleure alternative possible. Cette notion de meilleure, désigne que l’agent rationnel est celui qui fait le meilleur choix, c’est-à-dire le choix qui concorde le mieux à ses objectifs personnels.

L’idée de rationalité signifie aussi que chaque agent connaît ce qui est le meilleur pour lui, un maximisateur qui agit pour

avoir le plus possible, il agit dans son propre intérêt. Il a été alors considéré comme un agent économique individualiste, utilitariste et égoïste.

B. La Théorie du Choix Rationnel: la TCR

La Théorie du Choix Rationnel est une théorie générale du comportement humain qui suppose que les individus essaient de prendre des décisions les plus efficaces que possible dans un environnement où les ressources sont rares. L'efficacité désigne la maximisation de l'utilité. Ainsi pour un choix donné, une personne cherche le bénéfice le plus grand par rapport aux coûts.

Cette approche s'inscrit dans le cadre de l'individualisme méthodologique, fondement de la théorie micro-économique néoclassique [7].

Il s'agit d'une théorie instrumentale du comportement humain, essayant d'expliquer comment les gens réalisent les objectifs qu'ils se fixent.

Cette théorie, inspirée de la théorie économique classique, est une théorie de prise de décision et de comportement de choix.

I- Hypothèses de la TCR:

- 1) *Les hommes sont dirigés par des objectifs* : l'objectif premier consiste dans la maximisation de l'utilité représentant l'ensemble de préférences de chaque individu. C'est là l'hypothèse fondamentale de la TCR. La maximisation de l'utilité est la seule et unique motivation du consommateur. Certains auteurs parlent de maximisation de satisfaction comme objectif plus concret ou encore la réalisation d'un niveau de satisfaction fixé à l'avance et supposent que les individus rationnels choisissent l'alternative qui est supposée procurer la satisfaction la plus importante. Cette hypothèse signifie aussi la recherche de la meilleure alternative (l'alternative la plus satisfaisante) disponible sur le marché. ([8], [9], [10], [11]).
- 2) *Les hommes ont un ensemble de préférences ou d'utilités hiérarchisées et ordonnées*. On suppose en outre que ces préférences sont bien connues, précises, cohérentes, stables et ordinaires. Elles sont indépendantes des options de choix disponibles et donc indépendantes de l'environnement de choix et classées selon leur degré d'importance pour le consommateur. Cette notion de préférence occupe une place très importante au niveau de la TCR où elle se base sur l'axiome de transitivité pour être considérée comme rationnelle.
- 3) *Les hommes font des calculs rationnels dans leur choix de ligne de comportement*. Ainsi les individus font des calculs concernant l'utilité des alternatives de choix par référence à leurs préférences hiérarchisées. Ils calculent les coûts de chaque alternative en termes d'utilité rejetée. Ils calculent enfin la meilleure façon de maximiser leur utilité ou réalisation de leurs

préférences. Ils comparent le bénéfice tiré de chaque décision de choix aux coûts encourus.

Le processus de prise de décision rationnelle est le plus souvent présenté comme étant la manière avec laquelle des décisions devraient être prises.

La TCR suppose que l'individu doit anticiper les résultats des cours d'actions à entreprendre et calculer laquelle serait la meilleure pour lui [12]. Cette hypothèse couvre l'essentiel du processus cognitif sous-jacent à la prise de décision rationnelle. Il s'agit d'une investigation des avantages et inconvénients de chaque alternative de choix en vue de choisir celle qui maximisera la réalisation des buts.

Cette rationalité de l'agent économique a été largement généralisée et adaptée à la recherche sur le comportement du consommateur.

II/ La Prise de Décision Rationnelle

La prise de décision constitue un pont entre la pensée et l'action. Elle implique une délibération et un choix qui engage l'action. La logique de la décision, c'est sa rationalité sous-jacente, les raisons sur lesquelles on s'appuie pour décider.

Une prise de décision rationnelle s'opère lorsque le décideur placé dans un environnement donné doit choisir entre différentes alternatives d'action dont chacune amène à des résultats attendus mais différents, où certains sont préférés aux autres selon les objectifs du décideur.

Ainsi, ce dernier doit être capable de prédire les propriétés significatives des résultats attendus en se basant sur une certaine compréhension rationnelle des causes et effets de l'environnement de décision [13].

Le processus de prise de décision a été défini par [14] comme étant un ensemble de comportements qui précèdent, déterminent et suivent la prise de décision en vue d'acquiescer les produits nécessaires et satisfaisants, des idées ou des services. Par ailleurs, plusieurs auteurs se sont intéressés à décortiquer la prise de décision en différentes étapes ou phases permettant de mieux comprendre le déroulement de ce processus.

En effet, l'étude du processus de décision a été un sujet majeur de la connaissance du comportement du consommateur depuis longtemps. La prise en compte de la rationalité du consommateur n'est alors qu'une approche pour étudier ses décisions.

Les étapes d'une prise de décision rationnelle ont été traitées par de nombreux auteurs. Nous constatons un consensus autour d'un certain nombre d'étapes de base, toutefois nous trouvons que certains auteurs préfèrent élargir le processus de prise de décision rationnelle alors que d'autres le rétrécissent. Le processus est alors le suivant :

1) *La reconnaissance des opportunités de décision ou la reconnaissance d'un besoin*. On considère aussi qu'il s'agit de l'étape de définition du problème ([15], [16], [17]). Référence [15], dans son modèle canonique qui a été considéré comme

étant la catégorisation la plus acceptée du processus de prise de décision, a désigné cette phase « intelligence ». Le décideur, qu'il soit un consommateur ou un manager, dans cette phase d'identification peut se baser sur l'écoute des gens (amis, parents, clients, concurrents, employés, fournisseurs...). Il s'agit d'un scanning de l'environnement consistant à un diagnostic externe et interne [15].

2) *L'identification des attributs et de critères* : il s'agit d'une spécification des buts ou objectifs à réaliser ([16], ; [17], [18]).

3) *La recherche des alternatives* qui permet de déterminer quelles sont les différentes actions permettant d'accomplir les buts, il s'agit aussi de déterminer les différentes options de choix et d'identifier des alternatives de solution pour le problème ou l'opportunité identifiés dans la phase précédente. ([15], [17], [6]). Il existe différentes façons de procéder pour générer ces alternatives : le brainstorming, conduire une recherche, revue de la littérature... [15].

4) *Evaluation des résultats* : à ce niveau, le décideur effectue une comparaison entre le résultat de chaque alternative de choix [6], sur la base de chaque critère pour connaître à quel degré les différentes actions réalisent les buts variés ([18], [6], [17]).

5) *Calcul de la décision optimale* : concerne le choix de l'alternative qui maximise la réalisation des objectifs déjà fixés. Référence [6] imposent une condition sur la solution à prendre : il faut qu'elle soit calculable, c'est à dire que le décideur doit disposer d'une règle de décision claire lui permettant d'identifier la décision qui maximisera sa fonction objective.

6) *Exécution de la décision prise* : c'est la phase de choix [15]: elle comprend la sélection d'une alternative ou d'une combinaison d'alternatives. La phase de choix se confond le plus souvent avec la prise de décision. Il s'agit de choisir la meilleure alternative parmi celles qui sont disponibles. C'est la phase la plus difficile du processus de décision. Le choix de la meilleure alternative est expliqué par [15], comme étant le choix de l'alternative permettant de mieux répondre aux désirs du décideur ou de correspondre à ses besoins et donc lui permettant de réaliser ses objectifs. La notion de « meilleur » est donc, selon [15], subjective, elle dépend des objectifs de chacun. Simon confond ici le meilleur choix au choix rationnel.

Cette notion du meilleur « *the best* » ne signifie toutefois pas, pour Simon, le choix optimum ; mais plutôt le choix satisfaisant ou celui permettant d'aboutir à un seuil de satisfaction désiré par le décideur

7) *Contrôle de résultats*.

8) *Répéter le processus si nécessaire* : dans le cas où le résultat obtenu s'avère insatisfaisant pour le décideur, il reprend le même processus jusqu'à ce qu'il obtienne le résultat désiré [16]. Nous trouvons à ce niveau la notion d'apprentissage par essai et erreur.

Le processus de prise de décision rationnelle est ainsi considéré comme étant un cycle tournant autour d'une spécification initiale de but, la collecte d'information,

l'évaluation de cette information qui fait tourner le processus encore.

Le processus de décision comme toute autre activité, possède ses propres attributs. Il s'agit de l'effort, du temps, de l'engagement et du coût. Un décideur rationnel, ne s'engage dans une décision sans s'attendre à ce que le résultat soit plus important que les dépenses.

La prise en compte de ces phases de prise de décision permet une meilleure compréhension de la complexité du monde réel qui affecte la prise de décision.

Il est à remarquer que l'étude du processus de décision a bénéficié de beaucoup d'intérêt de la part des économistes et des psychologues. Toutefois chacun le traite à sa façon. Les premiers s'intéressent plus au processus de traitement d'informations et à sa correspondance avec le choix effectué alors que les seconds s'orientent vers la compréhension de la nature des éléments de décision : comment ils sont établis et modifiés par l'expérience et comment ils déterminent le comportement.

Pour les économistes, la rationalité de la décision est sans pertinence. C'est seulement le résultat final dans sa forme agrégée qui est considéré. Les chercheurs en psychologie considèrent que c'est le résultat final qui est sans pertinence ; ils ne s'intéressent alors qu'au processus par lequel la décision est formée.

Nous pensons que les deux points de vue ne peuvent être exclusifs mais complémentaires. En fait c'est de la qualité du processus de décision que dépendra la qualité du choix qui est le résultat de ce même processus. La rationalité de la décision n'est pas une caractéristique du processus ou sa résultante. C'est un cheminement vers le choix d'une option qui répond le mieux à l'objectif du consommateur.

C. *Limites de la Rationalité Economique*

La question de rationalité telle qu'elle a été préconisée par la TCR a été à l'origine de l'éruption d'un courant d'humiliation de la science économique ayant pour source les travaux des adeptes d'une rationalité plus pratique, basée sur le pragmatisme et l'empirisme.

Le modèle du comportement rationnel est basé en fait sur le raisonnement des économistes et des mathématiciens. Les behavioristes et les psychologues n'ont pas participé au développement de ce modèle bien qu'il concerne l'explication et la prédiction du comportement de choix du consommateur ou du décideur. Nous pouvons donc dire que c'est l'absence des chercheurs en sciences de comportement qui peut justifier dans certaines mesures les limites de la TCR.

Référence [11], résume ces limites dans les points suivants:

- Le décideur est supposé pouvoir identifier le problème de décision alors que dans la majorité des cas ces problèmes ne sont pas clairement définis. Ils doivent être formulés de façon à permettre de prendre des décisions pour les résoudre.

- Les buts, valeurs et objectifs sont supposés être clairs et hiérarchisés selon leur degré d'importance. En réalité, le décideur peut se trouver en état de conflit de buts [15]. Les problèmes de décision peuvent, pour être résolus, soumettre le décideur à des conflits de valeurs. Il s'agit alors de faire des arbitrages entre les différents buts.

- La prise en compte des différentes façons ou méthodes d'adresser le problème. Or pour pouvoir utiliser une technique compréhensible de prise de décision, le décideur a besoin d'une quantité abondante d'informations, chose qui n'est pas toujours réalisable.

- Le décideur est supposé opérer une investigation de coûts et bénéfices ou avantages et inconvénients de chaque alternative de choix, ce qui lui permettra de faire des comparaisons entre les différentes alternatives ainsi qu'entre leurs conséquences futures respectives. Cependant, les décideurs ont besoin de cette capacité de prédiction des conséquences futures des décisions à entreprendre en vue de choisir celle qui correspond le mieux à la réalisation de leurs buts. De plus, la théorie du choix rationnel ignore le coût des décisions précédentes ce qui peut amener à saisir plusieurs alternatives.

- Enfin, le modèle rationnel ne tient pas compte des interactions au niveau de la décision prise. Il suppose l'unité de l'entité de décision; alors qu'en réalité, la décision est la résultante d'une influence sociale et institutionnelle.

C'est pour toutes ces raisons que cette présentation du modèle rationnel standard, a été objet de plusieurs critiques par des chercheurs en quête du réalisme dans leurs théories. Certains auteurs dont [19], vont jusqu'à parler d'échec du modèle standard de la rationalité, faute de fondements empiriques. D'où l'impossibilité de prédiction du comportement individuel et même organisationnel.

Toutes ces critiques ont amené à la recherche des alternatives plus réalistes et empiriquement testables permettant une meilleure modélisation du comportement humain, d'où l'émergence du concept du comportement d'achat aux tendances rationnelles inspire de ces alternatives.

III. COMPORTEMENT D'ACHAT AUX TENDANCES RATIONNELLES

L'idée d'une rationalité relative n'est pas du tout nouvelle. En effet depuis le 19^{ème} siècle, les chercheurs dans le domaine de la philosophie comme [20] et [21] ont reconnu les limites du cerveau humain. La première version de la « rationalité relative » a vu le jour sous l'expression de « *l'intelligence limitée* », répandue depuis 1840.

Depuis, plusieurs autres expressions sont devenues répandues comme la rationalité incomplète [22]; la rationalité limitée : « *limited rationality* » ([23], [24]); la rationalité approximative [25] et enfin la rationalité bornée : « *bounded rationality* » [26] qui continue à être utilisée jusqu'à nos jours.

La version finale de l'alternative offerte à la rationalité parfaite a été proposée par Simon : « Bounded Rationality » ou « rationalité bornée ». Ce concept est apparu pour la

première fois dans « *Models of Man* » ([26], p. 198) dans sa forme la plus mature. Il a été utilisé par Simon pour désigner le choix rationnel qui tient compte des limites cognitives du décideur en termes de connaissance et capacité de calcul. En fait, Simon a été le premier auteur à présenter une critique constructive des limites de la rationalité telle qu'elle a été présentée dans les modèles et la théorie économique.

De La rationalité limitée à la rationalité bornée:

Le concept de rationalité limitée a été établi depuis 1957 pour désigner les comportements réels de la majorité des individus disposant d'une information imparfaite et incomplète et des capacités limitées par des facteurs exogènes (la recherche de l'information en quantité et qualité permettant d'aboutir au choix désiré) et limitées aussi par des facteurs endogènes (capacité de traitement d'information lui permettant de se comporter rationnellement suivant la complexité de l'information à traiter).

Le développement des idées relatives à une rationalité limitée et subjective a permis à Simon de passer d'une rationalité limitée à une rationalité bornée. Cette notion de rationalité bornée tient compte des contraintes sociales externes et des limites cognitives internes du décideur. Elle ne s'inscrit plus dans les limites de la rationalité présentées comme des imperfections du modèle néoclassique ; mais découle des faibles capacités humaines à résoudre des problèmes complexes pour agir de façon parfaitement rationnelle. En fait, plus les problèmes sont complexes, plus les capacités cognitives deviennent limitées pour chercher à maximiser quoi que ce soit. C'est dans ce sens que nous présentons la notion de comportement d'achat aux tendances rationnelles qui s'inscrit dans le cadre d'une approche de rationalité bornée, subjective et relative qui caractérise les situations où le décideur opère de façon à améliorer son bien être dans les limites des conditions dans lesquelles il se trouve [27]. Il tient compte de la procédure qui a généré la décision finale du choix. Ainsi, la logique raisonnable de la procédure est importante. Le caractère rationnel est alors attribué à la procédure poursuivie contrairement à ce qui est admis pour la rationalité parfaite où l'accent est mis sur le choix final. La décision est primordiale mais ne dépend pas de la procédure ou du processus qui la génère.

Selon cette nouvelle approche de la rationalité humaine, l'individu doit trouver en lui-même les bases d'un comportement rationnel. Ainsi un comportement ou une décision sont caractérisés de rationnel lorsqu'ils se justifient par un raisonnement délibératif. Nous considérons de ce fait que la rationalité substantive ne peut avoir qu'une portée normative limitée. En pratique le consommateur ne peut que manifester des tendances rationnelles étant donnée les limites cognitives et environnementales déjà citées.

Cette nouvelle version de la rationalité est enrichissante et ce dans plusieurs sens (Béjean et al., 1999):

Elle permet d'envisager un environnement décisionnel évolutif : il n'y a plus une unique décision rationnelle, mais des manières rationnelles de prendre des décisions en fonction

des informations recueillies et de l'évolution de l'environnement des valeurs individuelles.

Elle autorise une plus grande richesse cognitive en multipliant les moyens d'accéder à la décision qui s'étend à la délibération et au respect des heuristiques, des normes sociales et de modèles de comportement.

Elle permet une plus grande liberté quant au critère de décision. L'optimum ne peut plus servir comme une norme décisionnelle [29]. L'individu accepte des alternatives qu'il juge suffisamment bonnes en fonction du niveau d'aspiration qui lui est propre. La satisfaction devient alors le critère de décision qui remplace l'optimalité. Il s'agit de la satisfaction des procédures mise en œuvre.

I. CONCLUSIONS

Les définitions, les approches de rationalité (parfaite et limitée) ainsi que les différents critiques avancées à la rationalité préconisée par la théorie économique classique ont été présentées et discutées au niveau de cet article à partir d'une revue de la littérature sur le sujet. L'étude de l'approche de la rationalité limitée nous a servi pour introduire la notion du comportement d'achat aux tendances rationnelles présentant les aspects réalistes qui doivent être pris en compte pour toute étude de la rationalité. Toutefois cette notion introduite au niveau de l'étude du comportement du consommateur à partir d'une vision marketing nécessite plus d'approfondissements au niveau conceptuel et opérationnel pour pouvoir évaluer le niveau ou le degré des tendances rationnelles du consommateur et comprendre la nature des variables pouvant agir sur ces tendances pour les renforcer ou les affaiblir.

REFERENCES

- [1] H.A. Simon, "A behavioural model of rational choice", *Quarterly Journal of Economics*, February, vol. 69, n° 1, pp. 99-118, 1955.
- [2] P. Mongin, « L'optimisation est-elle un critère de rationalité individuelle ? », *Dialogue*, vol.33, pp. 191-222, 1994.
- [3] Blume and D. Easley, « Rationality and selection in Asset Markets » In Santa Fe Institute Volume in honor of Kenneth Arrow: *The Economy as an Evolving Complex System*, 2002.
- [4] MacFadden.D, « Rationality for Economists? », *Journal of Risk and Uncertainty*, vol.19, Special Issue, pp. 73-105, August. 1996.
- [5] K.M. Ekstrom, "Revisiting the family tree: Historical and Future Consumer Behavior Research", *Academy of Marketing Science Review*, n°1, 2003.
- [6] P. Romelear and G. Lambert, "The rationalities of decision-making," Centre de Recherche Economique Pure et Appliquée, Université de Paris IX Dauphine, cahier de recherche n°75, 2001.
- [7] W. H. Redmond, "Consumer Rationality and Consumer Sovereignty", *Review of Social Economy*, vol. 58, n° 2, pp. 117-233, 2000.
- [8] A. Heath, "Rational choice and social exchange: A critique of exchange theory". CUP Archive, 1976.
- [9] A. Carling, "Rational choice and household division." *In Families and Households*. Palgrave Macmillan UK. pp. 106-124, 1992.
- [10] J. S. Coleman, "The Mathematics of Collective Action". Chicago: Aldine, 1973.
- [11] J.Jacoby and L. Stern, "Is it Rational to Assume Consumer Rationality? Some Consumer Psychological perspectives on Rational Choice Theory", Working paper, 2000, New York University, Center for Law and Business.
- [12] J. Scott John, "Rational Choice Theory", in *Theory and Society: Understanding the Present*, edited by G. Browning, A. Halcli, N. Hewlett, and F.Webster. Sage Publications, 1999.
- [13] B.Whitworth, B. Van Walle and M. Turroff, "Beyond Rational Decision Making", *Group Decision and Negotiation*, Glasgow, Scotland, 2000.
- [14] P. J Du Plessis, G.G Rousseau, and N.H. Blem, « Consumer Behavior A South African Perspective ». Pritoria. Sigma, 1991.
- [15] H. A Simon, "The New Science of Management Decision." New York: Harper and Brothers, pp. 40-43, 1960.
- [16] L.Th. Heracleous, "The Rational Decision Making: Myth or Reality?" *Management Development Review*, vol. 7, n°4, pp. 16-23, 1994.
- [17] M. Bazerman, "Judgement in Rational Decision Making", 2002.
- [18] W. Parsons "Public policy: an introduction to the theory and practice of policy analysis." *Cheltenham*: Edward Elgar, 1995.
- [19] F.H. Knight, «Risk, Uncertainty, and profit » New York: Harper and Row, 1921.
- [20] D. Davidson, "Paradoxes of irrationality", in *Problems of rationality*, 1974,Oxford University Press, 2004.
- [21] M. Weber, «La profession et le métier de savant », in *Le savant et le politique*, La découverte, 2003.
- [22] H.D.Oakeley, "On the Meaning of value," *Philosophical Review*, vol.31, n°. 5, pp. 431-448, 1922.
- [23] G. A. Almond., «The Political Attitudes of Wealth," *Journal of politics*, vol.7 n°.3, pp.213-255, 1945.
- [24] H. A. Simon, "Administrative Behavior," (2nd ed.). New York, NY: Macmillan, 1947.
- [25] V.W. Bladen., "Economics and Human Relations: The Presidential Address Delivered at the Annual Meeting of the Canadian political Science Association", June 18, *Canadian Journal of Economics and Political Science*, vol.14, n°. 3, pp. 301-311, 1948.
- [26] H. A. Simon, "A Behavioural Model of Rational Choice", *Quarterly Journal of Economics*, February, vol. 69, n° 1, pp. 99-118, 1955.
- [27] B. Venkatesh "What is rationality?" Financial Daily from the Hindu Group of Publication, 2003.
www.blonnet.com/iw/2002/10/27/stories/2002102700961000.htm
- [28] S. Béjean, F. Midy and C. Peyron, « La rationalité simonienne : interprétations et enjeux épistémologiques ». Ideas.repec.org/p/lat/lateco/1999
- [29] H. A. Simon "The science of artificial," Cambridge, *The MIT Press*, 3^{ème} édition, 1996

