

Psychology in Business, par L. BEACH et E.-L. CLARKE Un vol.,
5¾ po. x 9½, relié, 325 pages — MCGRAW-HILL, Toronto, 1959

Jacques Lucier

Volume 36, Number 3, October–December 1960

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1001564ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1001564ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

HEC Montréal

ISSN

0001-771X (print)

1710-3991 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this review

Lucier, J. (1960). Review of [*Psychology in Business*, par L. BEACH et E.-L. CLARKE Un vol., 5¾ po. x 9½, relié, 325 pages — MCGRAW-HILL, Toronto, 1959]. *L'Actualité économique*, 36(3), 553–554. <https://doi.org/10.7202/1001564ar>

plus simplement des injections continues d'ingénieurs, de techniciens, d'instructeurs et de chimistes dont certaines générations d'avant la dernière guerre ont su conquérir des sympathies dans le monde arabe et préparer la place de ceux qui vont y travailler à l'époque actuelle.

Paul Gache et Robert Mercier étudient d'une façon très minutieuse l'économie des principaux pays africains qui évoluent dans l'orbite des appétits et des intérêts soit de l'Allemagne de l'Est, soit de l'Allemagne de l'Ouest, les deux parties d'un ensemble, qui malgré la différence fondamentale de leurs régimes politiques semblent avoir la même nostalgie d'un empire colonial.

Les auteurs constatent qu'à l'avenir l'établissement du Marché Commun favorisera les échanges entre l'Allemagne de l'Ouest et l'Afrique en les élargissant à l'ensemble de ce continent. En ce qui concerne l'Allemagne de l'Est, l'expérience récente des accords commerciaux qu'elle vient de conclure avec le Ghana ne permet pas encore de juger du développement des relations commerciales avec les pays africains.

Il demeure évident, en tout cas, que la concurrence des produits et des influences allemandes dans les colonies françaises d'Afrique est menaçante dans le présent et risque de le devenir encore d'avantage à l'avenir.

Paul Gache et Robert Mercier retracent en outre les multiples efforts des industriels allemands, tels que Krupp, Halbach et autres, visant à obtenir une participation dans les divers projets français, anglais ou américains et escomptant l'élimination à la longue de ces partenaires de la première heure. Si dans l'ensemble leurs tentatives furent repoussées par les vieilles puissances coloniales, au contraire les gouvernements arabes semblent leur accorder une confiance toute particulière. En somme, les auteurs semblent suggérer que la «révolution africaine» peut accepter les Allemands, sinon comme nouveaux maîtres, tout au moins comme très précieux conseillers qui, à longue échéance, peuvent même devenir représentants de la nouvelle puissance coloniale.

Il nous semble toutefois qu'autant le danger de concurrence des produits allemands lancés sur les marchés africains reste valable, autant les chances de l'Allemagne de devenir une puissance coloniale de l'avenir demeurent minimes. La haine raciste se retournera tôt ou tard contre les «puristes» et les Arabes, à leur tour, auront peur de se contaminer au contact de la race blanche, fût-elle allemande.

Dans l'ensemble on peut reprocher aux auteurs de l'ouvrage d'avoir développé insuffisamment certaines idées et d'avoir présenté le tout sous un angle qui risque de donner une impression de partialité. À travers le style plein d'entrain et d'esprit perce, en effet, parfois une puissante animosité envers l'Allemagne hitlérienne en particulier. Il serait regrettable qu'aux yeux de certains cette façon de présenter les faits enlève au livre la valeur d'avertissement qu'il possède en réalité.

A.P.

Psychology in Business, par L. BEACH et E.-L. CLARK. Un vol., 5¾ po. × 9½, relié, 325 pages. — MCGRAW-HILL, Toronto, 1959.

Les auteurs de ce volume ont voulu mettre à la disposition générale du public, les textes utilisés pendant plus de cinq années à l'Institut de formation du personnel

de la General Motors. Cette introduction à la psychologie destinée à l'homme de l'organisation, selon l'expression bien connue de Whyte, a le rare mérite d'être sans prétention et de viser à être comprise par le lecteur moyen qui désire assimiler et approfondir un certain nombre de principes de base de la psychologie, qu'il pourra ensuite appliquer à son milieu de travail améliorant ainsi la qualité de ses multiples relations avec son entourage. Les auteurs y abordent avec simplicité et logique des concepts fondamentaux comme les différences individuelles, l'intelligence, le processus de la connaissance, la motivation, les causes de frustrations, etc. . .

En somme, un volume que les préposés à la formation et au développement des cadres dans l'entreprise pourront utiliser avec grand profit: ses qualités d'ordre pédagogique sont indiscutables.

Jacques Lucier

Il turismo nell' economia internazionale, par GIUSEPPE CARONE. Un vol., 10 po. × 7, broché, 500 pages. — ÉDITION DOTT. A. GIUFFRÈ, Milan, 1959.

L'ouvrage constitue une des très rares sources de documentation statistique qui concernent les mouvements touristiques de 26 pays différents situés dans des parties du monde aussi éloignées que l'Amérique du Sud, par exemple, et l'Europe. Cette compilation de chiffres qui constitue un énorme travail occupe environ les trois quarts du volume et les notes bibliographiques remplissent à elles seules 103 pages.

L'auteur a consacré en outre un chapitre distinct à chaque pays traité. Le lecteur y trouvera une description et une justification des phénomènes que révèlent les chiffres des tableaux qui suivent.

Giuseppe Carone montre l'importance que l'industrie touristique a prise dans certains pays et son rôle dans l'équilibre de leur balance des comptes.

Il semble opportun de remarquer à cette occasion l'insuffisance des statistiques canadiennes qui n'établissent pas la nationalité des visiteurs que notre pays reçoit chaque année. Sur le plan international, une plus grande uniformité des études semble également nécessaire. Ainsi, par exemple, certains pays classent dans la rubrique des visiteurs reçus ceux qui ne sont munis que de visas de transit. Cela semble d'autant plus illogique que la personne qui ne fait que changer de train ou d'avion dans un pays donné ne dépensera presque rien et de ce fait ne devrait pas être considérée de la même façon que celle qui y résidera pendant une certaine période de temps.

L'ouvrage de Giuseppe Carone représente un document qui devrait permettre aux lecteurs de se rendre compte de la nécessité des études de l'industrie et des mouvements touristiques dans le monde.

A.P.

Principles of Economics and the Canadian Economy, par R. C. BELLAN. Un vol., 6¾ po. × 9½, relié, 540 pages. — MCGRAW-HILL Co., 253 Spadina Road, Toronto 4. (\$7.50).

Voilà un ouvrage qui mérite sûrement beaucoup d'attention. Ce traité d'économie devrait normalement être très bien accueilli par les professeurs et les étu-