

Expliquer le phénomène entrepreneurial : les variables environnementales

Résumé

La présente recherche se positionne dans le cadre de la problématique de l'entrepreneuriat. Plus précisément, elle se propose de faire un état de l'art de littérature existante sur le phénomène entrepreneurial et plus particulièrement sur les variables environnementales qui l'influencent. Nous avons cherché à mettre en évidence le lien qui existe entre les variables socio-économiques, culturelles et la création d'entreprises, en nous basant sur les principaux modèles conceptuels qui expliquent ce phénomène et les théories développées par les chercheurs en entrepreneuriat.

Mots clés : Entrepreneuriat, environnement, culture, variables socio-économiques, modèles conceptuels.

Introduction

L'entrepreneuriat prend de plus en plus d'importance dans les écrits. Cependant, il est à remarquer que ceux portant sur les facteurs liés à l'environnement sont moins développés. En effet, les principales recherches en entrepreneuriat sont basées sur l'entrepreneur lui-même, sur ses motivations et les traits propres à sa personnalité. Outre ses caractéristiques psychologiques, (approche par les traits), les variables liées à l'environnement ont aussi leur importance.

Hernandez (2001) soutient que « *Les créateurs d'entreprise jouent un rôle important dans son émergence, mais s'intéresser moins à eux (contrairement à ce qui a été trop souvent fait dans les recherches en entrepreneuriat), permet d'étudier d'autres facteurs intéressants et ayant aussi un rôle critique dans le phénomène* ». Ces facteurs peuvent être d'ordre socio-économique ou culturel.

Gartner (1993) soutient que « les créateurs » d'organisation sont une partie importante de l'émergence d'organisations, mais que nous pourrions voir quelques facteurs intéressants et critiques vis-à-vis de ce phénomène si nous détournions une partie de notre attention de l'entrepreneur lui-même et nous nous intéressions un peu plus à l'environnement dans lequel ils baignent. En effet, une entreprise est considérée comme étant la combinaison d'efforts personnels, de l'existence d'une opportunité et d'un environnement favorable.

Dans un premier temps, il nous semble nécessaire d'effectuer un état de l'art de la littérature existante sur ce sujet. Ce travail est dès lors divisé en deux parties. Une première partie où seront présentés les modèles conceptuels les plus connus qui expliquent le phénomène entrepreneurial.

Quatre modèles seront pris en compte, le modèle de Shapero (1975), le modèle de Gartner (1985), le modèle de Covin de Slevin (1991) et, enfin, le modèle de Hayton, George et Zahra (2002). Ces auteurs intègrent la variable « environnement externe ».

Dans une deuxième partie, nous parlerons des différentes variables environnementales, qu'elles soient économiques, culturelles ou sociales. Nous évoquerons dans une première section les variables structurelles et conjoncturelles qui influencent le phénomène entrepreneurial, et dans une deuxième section, les variables culturelles.

1. Comment décrire le phénomène entrepreneurial : Les modèles conceptuels

Différents auteurs ont essayé de comprendre le phénomène entrepreneurial en présentant des modèles conceptuels, évoquant les facteurs pouvant expliquer ce phénomène. Dans cette partie, nous nous intéresserons à ces modèles dans la mesure où ils mentionnent la variable environnement.

1. 1. Le modèle de Shapero (1975)

Le modèle de Shapero de 1975 est le plus connu. Il explique l'évènement entrepreneurial, c'est-à-dire les éléments explicatifs du choix de l'entrepreneuriat.

L'évènement entrepreneurial est le résultat de la combinaison de quatre variables :

- 1- Les déplacements négatifs, positifs ou situations intermédiaires ;
- 2- Les perceptions de la désirabilité de l'acte ;
- 3- La faisabilité de l'acte en prenant en compte les facteurs issus de l'environnement culturel, économique, politique et social ;
- 4- La propension à l'action.

Puisque notre étude se base plus spécifiquement sur les variables liées à l'environnement, nous n'allons pas nous attarder sur les autres variables du modèle. Nous allons plutôt concentrer notre attention sur les facteurs contextuels cités par Shapero.

1. 1. 1. Variables sociologiques

- La famille : la présence d'un père ou d'une mère entrepreneur est un facteur discriminant de l'entrepreneuriat. La famille constitue ainsi, à l'unanimité des chercheurs, une variable déterminante de la création d'entreprise.
- L'entreprise : l'existence d'entreprises encourageant l'intrapreneuriat et l'essaimage est un facteur discriminant.
- Le milieu professionnel : il s'agit de l'existence d'une région propice à l'entrepreneuriat. Il serait judicieux ici de parler des réseaux et de leur importance dans la création d'entreprise. Selon Arocéna (1984) : « la réussite de la création est une affaire de réseaux ».
- Le milieu social au sens large : Weber (1930) évoque la religion, qui est un déterminant essentiel dans l'entrepreneuriat. Il met en évidence l'impact du protestantisme (en particulier le calvinisme) sur le développement du capitalisme. De même, le milieu social peut être plus ou moins favorable à la création d'entreprise. Il a été remarqué que les personnes les plus brillantes sur le plan scolaire ont tendance à se diriger vers la fonction publique, réputée plus sécurisante, plutôt que de créer leur propre entreprise.

1. 1. 2. Variables économiques

La faisabilité de l'acte dépend de six types de ressources, appelées les 6M ou diagramme d'Ishikawa (Money, Men, Machines, Materials, Market, Management). Ce sont les ressources auxquelles doit accéder l'entrepreneur afin de créer son entreprise. Parmi ces ressources, Shapero a pris en compte les suivantes :

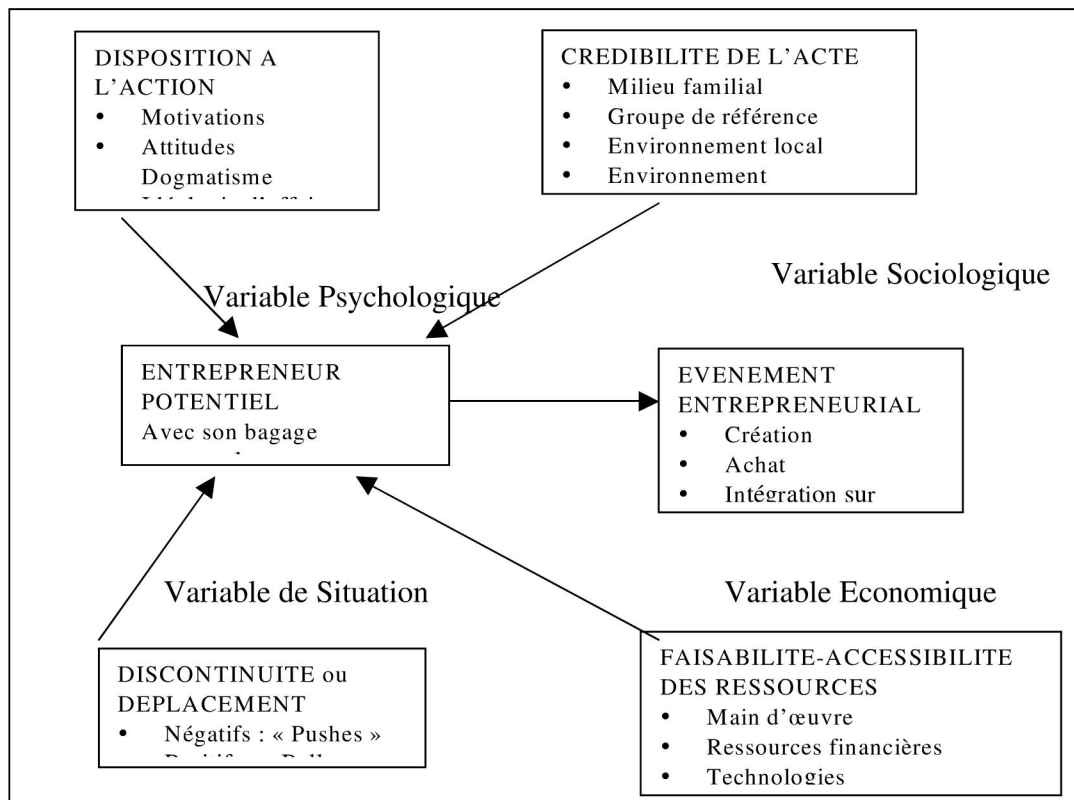
- Capital : la disposition d'un capital financier de départ encourage l'entrepreneuriat. Ainsi, un entrepreneur ne disposant pas des moyens financiers nécessaires rencontrera plusieurs difficultés.
- Main d'œuvre : la présence d'une main d'œuvre qualifiée dans la zone d'implantation favorise l'entrepreneuriat. La main d'œuvre explique aussi la délocalisation. Une région, où la main d'œuvre est bon marché, voit forcément son taux de création d'entreprise s'accroître.
- Encadrement compétent : les petites entreprises trouvent des difficultés à embaucher des cadres compétents vu qu'elles ne peuvent pas leur offrir les mêmes avantages financiers que les grandes entreprises.
- Accessibilité au marché : l'existence de marchés ouverts influence positivement la création d'entreprise. Cependant, il existe des marchés ouverts mais encombrés, d'autres sont fermés ou très réglementés, l'implantation d'une nouvelle entreprise y est quasiment impossible. La mondialisation des marchés est ainsi évoquée par Julien et Marchesnay (1996) comme variable impliquant la création d'entreprises.

Ce modèle de Shapero a été critiqué, notamment par Belley (1989) qui estime que la notion d'opportunité doit être insérée. En effet, la plupart des chercheurs partent de l'hypothèse que l'opportunité est déjà acquise. Les autres ne la mentionnent même pas.

Belley, en 1989, a amélioré le modèle de Shapero en y intégrant cette variable « opportunité », qui peut être de trois origines :

1. Liée à l'expérience de l'entrepreneur ;
2. Liée à quelques circonstances (rencontre avec un investisseur par exemple) ;
3. Recherche d'opportunité, avec brainstorming par exemple.

Modèle 1 : L'évènement entrepreneurial (Shapero 1975)



D'autres modèles conceptuels ont suivi celui de Shapero.

1. 2. Le modèle de Gartner (1985)

Ce modèle d'entrepreneuriat s'inscrit dans le cadre de la théorie de la contingence. En effet, les entrepreneurs et leurs entreprises sont différents, ainsi que l'environnement dans lequel ils baignent. Chacun est donc unique.

Cette théorie de la contingence précise qu'à des situations diverses, il existe des modes d'organisation divers. Hernandez (2001) soutient que « *la recherche d'une forme idéale relève de l'utopie pure et simple* ».

Les auteurs de cette école de la contingence ont montré qu'il n'existe pas une organisation ou un management qui soit la meilleure solution dans tous les cas de figure pouvant être rencontrés. Dès lors, l'entreprise se doit de pouvoir faire preuve d'adaptation et de flexibilité face à la situation.

L'école de la contingence trouve ses origines dans les travaux de Burns et Stalker (1961). Leurs principales idées sont les suivantes:

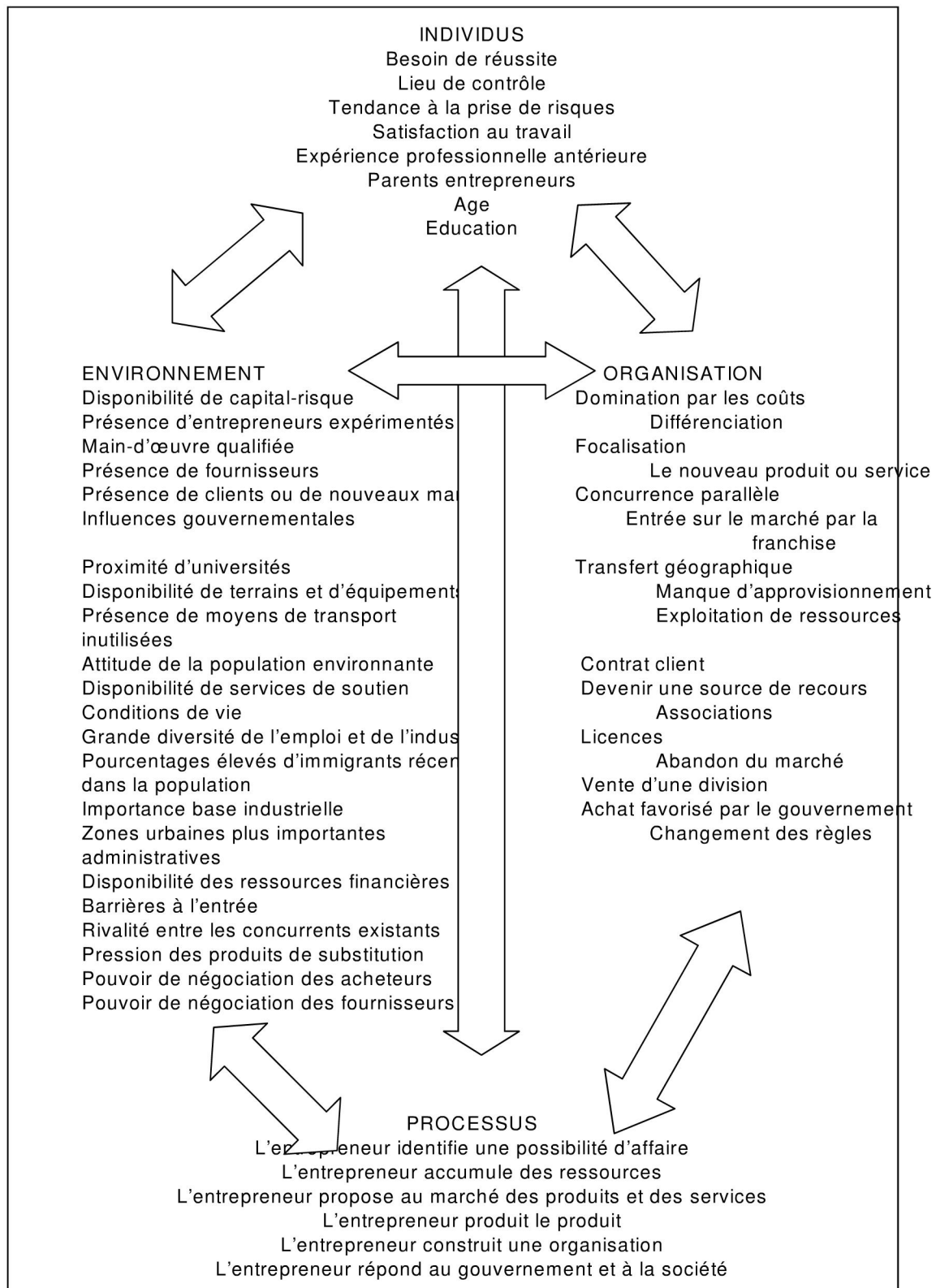
- Un environnement stable c'est-à-dire une innovation technologique faible et un marché régulier: le système de management "mécanique" (centralisation de la décision et règles formelles) est le mieux adapté.
- Un environnement instable, qui implique un système de management "organique" (c'est-à-dire une décentralisation de la décision et nettement moins de formalisme).

Il en est de même en ce qui concerne la création d'entreprise.

Dans cette optique, Gartner (1985) a mis en œuvre un modèle multidimensionnel qui comporte 53 variables : 8 variables individuelles, 22 variables environnementales, 6 variables de processus et 17 variables organisationnelles.

Puisque notre étude porte sur les variables environnementales expliquant la création d'entreprise, nous allons principalement prendre en compte ces variables.

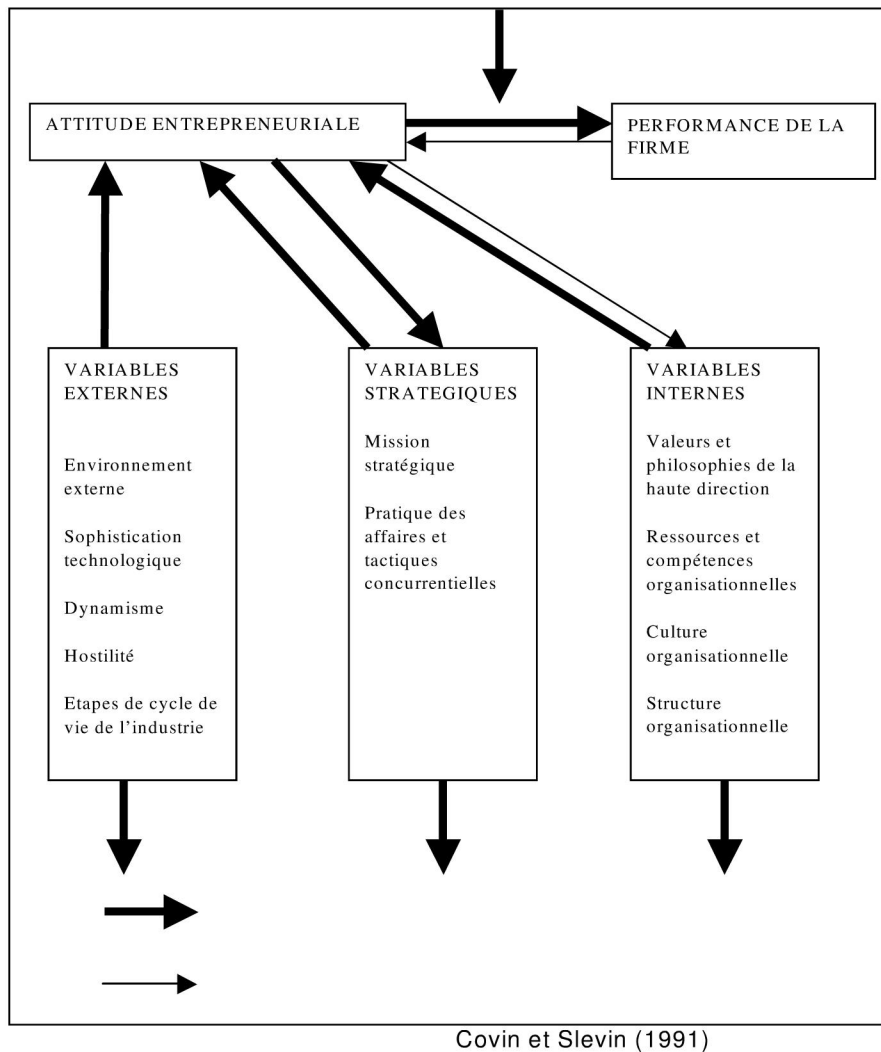
Modèle 2 : Modèle multidimensionnel de Gartner (1985)



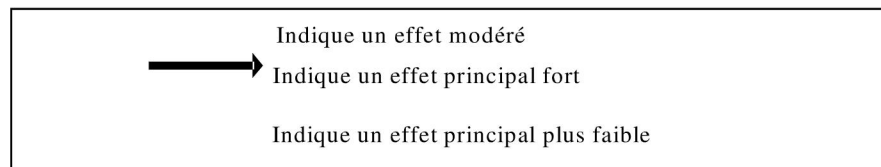
1. 3. Le modèle de Covin et Slevin (1991)

Ce modèle présente l'entrepreneuriat comme un comportement organi-sationnel.

Modèle 3 : Modèle conceptuel d'entrepreneuriat comme comportement d'entreprise



Covin et Slevin (1991)



Chang (2000) s'est inspirée de ce modèle pour construire un modèle conceptuel de l'entrepreneuriat corporatif (corporate entrepreneurship). En effet, l'entrepreneuriat selon Chang est le résultat de l'« *intrapreneurship* » (« *the development of sourcinginnovation internally* ») ou de l'« *exopreneurship* » (« *sourcing innovation externally* ») ou des deux phénomènes en même

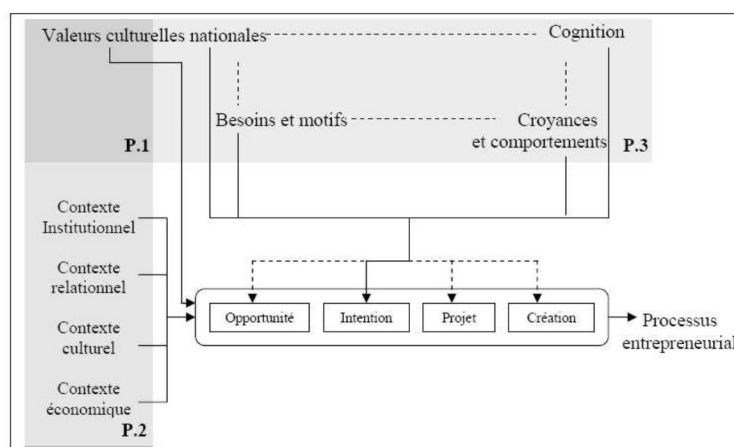
temps. Les variables externes reprises par l'auteur incluent l'environnement externe, le cycle de vie de l'industrie et les interventions gouvernementales.

D'autres auteurs se sont intéressés à la culture et à son influence sur l'entrepreneuriat. On trouve parmi lesquels Hayton, George et Zahra (2002) qui ont intégré dans leur modèle conceptuel la variable culturelle comme élément explicatif de l'entrepreneuriat.

1. 4. Modèle de Hayton, George et Zahra (2002)

Il nous paraît également intéressant de présenter le modèle conceptuel développé par Hayton, George et Zahra (2002), qui s'inspire des travaux empiriques recensés sur la relation entre la culture nationale, l'entrepreneuriat et les caractéristiques de l'entrepreneur. Selon ce modèle, la culture nationale s'exprimerait sous quatre formes de manifestations : les besoins et les motivations de l'entrepreneur, ses croyances et compétences, sa cognition et les valeurs culturelles (individuelles et collectives). La culture serait une variable modératrice de la relation entre les facteurs contextuels (institutionnels et économiques) et l'entrepreneuriat.

Modèle 4 : Modèle d'association culture et processus entrepreneurial



Modèle d'association culture et processus entrepreneurial
Adapté de Hayton, George et Zahra, 2002

Ce modèle présente ainsi une vue d'ensemble de la relation entre les valeurs culturelles, le contexte national (qu'il soit économique, relationnel, institutionnel ou relationnel) et le comportement entrepreneurial.

2. Le phénomène entrepreneurial : variables environnementales explicatives

Vesalainen et Pihkala (1999) affirment la thèse que l'entrepreneuriat est influencé par deux écoles : « l'école environnementale » (environmental school) et « l'école humaine » (people school). En ce qui concerne l'école environnementale, l'entrepreneuriat trouve ses bases dans l'existence de conditions culturelles et structurelles.

Selon Specht's (1993), les facteurs environnementaux (push factors) sont cinq facteurs contextuels : social, économique, politique, infrastructure et liés au marché.

Le push factor agit comme une variable intermédiaire entre l'identité et l'intention de créer une entreprise. Une relation positive existe entre l'intention de créer une entreprise et les facteurs push. Quand les push factors augmentent, l'intention également. Comme push factor, l'auteur a utilisé la « *dissatisfaction with prevailing occupational conditions* », c'est-à-dire que si la personne est insatisfaite par sa condition actuelle, l'intention entrepreneuriale s'accroît.

Certaines contraintes de l'environnement peuvent être identifiées : contraintes de type financière, contrainte d'information (démarche de l'individu quant à l'acquisition d'information se rapportant à la faisabilité de son projet) et contrainte d'insertion dans les réseaux entrepreneuriaux (variable pertinente dans l'explication de la pérennité des entreprises créées).

« *La création d'une entreprise est la synthèse d'un engagement individuel et d'un environnement qui peut être plus ou moins favorable à l'entrepreneuriat* ». (Abdessalam et al., 2002).

2. 1. Variables structurelles et conjoncturelles

Différents auteurs ont présenté ces variables comme des déterminants essentiels de l'acte d'entreprendre. Ainsi par exemple, un taux de chômage élevé favoriserait l'entrepreneuriat, de même qu'une forte immigration.

Dans cette partie, nous tenterons d'énumérer ces facteurs en nous basant sur la littérature existante sur ce propos.

2. 1. 1. Contexte économique régional et entrepreneuriat

Selon Julien et Marchesnay (1996), la création d'entreprise serait causée par trois facteurs principaux :

- La montée des services, qui donne lieu à une variété infinie d'activités ne nécessitant pas beaucoup d'investissements matériels.
- La démographie : une forte croissance démographique et un taux de chômage élevé incitent les jeunes à se lancer dans des activités entrepreneuriales. De plus, l'augmentation des licenciements (à cause de raisons conjoncturelles), pousse les travailleurs débauchés à créer leur propre entreprise. On estime de 10 à 20% les créations d'entreprises dans ce cadre. On remarque de plus en plus maintenant l'émergence de l'entrepreneuriat féminin. Les femmes ont un rôle de plus en plus important dans l'économie.
- La tendance politique actuelle, du point de vue des privatisations et des décentralisations.

D'autres études ont rejoint la théorie de Julien et Marchesnay puisqu'on estime que 70% environ de la variation régionale du degré de l'entrepreneuriat est due à certaines caractéristiques économiques et socio-démographiques de la région en question (Fritsch, 1992; Garofoli, 1992, 1994; Audretsch and Fritsch, 1994; Davidsson et al., 1994; Guesnier, 1994; Hart and Gudgin, 1994; Keeble and Walker, 1994; Reynolds, 1994). Ces caractéristiques sont une présence élevée de petites entreprises dans une économie caractérisée par une forte croissance démographique et un taux de chômage élevé.

Audretsch and Fritsch (1994) montrent qu'il existe un lien entre l'importance des rendements croissants dans une aire géographique et la création de nouvelles entreprises. « *A partir de 75 régions situées en Allemagne, on fournit d'importantes preuves qui laissent supposer que les taux de natalité sont plus élevés dans les régions qui témoignent des caractéristiques reflétant des convexités de production. Cela vient corroborer la théorie suivante : la localisation de la nouvelle activité économique a tendance à se produire dans les espaces géographiques où de telles convexités de production sont à leur maximum* ».

L'environnement est ainsi conditionné par la localisation géographique de l'entreprise nouvellement créée. En effet, il existe des différences même entre les régions d'un même pays, ceci est dû à un ensemble complexe de facteurs liés entre autres à la culture entrepreneuriale régionale.

Dans leur recherche, Abdessalam et al. (2002) ont opéré une distinction entre les entrepreneurs créateurs et les entrepreneurs repreneurs, du fait que les deux types d'entrepreneurs ne réagissent pas d'une manière similaire aux contraintes de l'environnement.

Ce travail empirique est réalisé à partir du fichier SINE⁷. L'échantillon comprend 21549 créateurs et repreneurs d'entreprises du premier semestre 1994 dont certains ont été ré-enquêtés en 1997.

La recherche de Abdessalam et al. (2002) fait ressortir que le profil des créateurs diffère selon la région. Ceci étant, une distinction entre deux groupes de régions (en France) a été élaborée, un premier groupe dans lequel on observe une évolution défavorable de l'effectif salarié (baisse) et une forte intensité entrepreneuriale (taux de création d'entreprises par habitant), et un deuxième groupe caractérisé par une stabilité ou une hausse de l'effectif salarial des entreprises nouvellement créées.

Les régions du Languedoc-Roussillon et de Provence-Alpes Côte d'Azur se caractérisent par un taux de chômage élevé (chômage de croissance) et une forte intensité entrepreneuriale.

Les régions de vieille industrialisation en reconversion et à fort taux de chômage (Nord-Pas-de-Calais, Champagne-Ardenne, Picardie et La Lorraine) sont caractérisées par un taux de chômage faible et également une faible intensité entrepreneuriale.

« Différents travaux (Ashcroft, Love et Malloy, 1991, Keeble et Walkers, 1994, Guesnier, 1994) montrent que la création d'entreprise est favorisée par l'urbanité en particulier par un effet demande qui se manifeste dans les grandes agglomérations surtout dans les secteurs des services aux ménages et aux entreprises, et dans une moindre mesure dans les secteurs du commerce et de l'artisanat ».

« A titre illustratif, pour la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, les migrations de personnes âgées sont souvent avancées pour expliquer les créations d'entreprises dans le secteur des services aux ménages et du commerce. On constate aussi la migration de familles d'actifs vers les régions Languedoc-Roussillon et Midi-Pyrénées qui entraîne la perte d'emploi pour un des membres de la cellule familiale et qui suscite en retour la création de nouvelles activités (Thireau, 1993) ».

Julien et Marchesnay (1996) rejoignent cette idée, puisque la région est considérée comme étant une entité ayant sa propre politique de soutien à l'entrepreneuriat. La politique industrielle régionale s'articule en effet autour d'institutions ou de mesures diverses.

2. 1. 2. Immigration et entrepreneuriat

Parmi les variables évoquées par Gartner dans son modèle, on retrouve le pourcentage des travailleurs immigrés. En effet, l'APCE et le magazine « Maghreb Ressources Humaines » ont élaboré en 2000 une étude sur les créateurs d'entreprises issus de l'immigration. En s'appuyant sur l'enquête portant sur l'emploi de Mars 2000, ils dressent un portrait de l'entrepreneuriat migrant en France : 6% de l'ensemble des créateurs/repreneurs de France sont immigrés ou issus de l'immigration, 46 % des entrepreneurs étrangers sont Européens, 44% Maghrébins. En 30 ans, leur nombre a cru considérablement et en plus forte proportion que l'entrepreneuriat des français de souche, passant de 50 000 en 1972, à 63 000 en 1982 et à environ 150 000 en 1999. Les femmes jouent aussi un rôle puisque 25 % de ces créateurs étrangers sont des femmes.

Butler (2005)⁸ rejoint cette pensée en soutenant que les régions où il n'y a pas d'entrepreneurs « étrangers » sont moins prospères.

Bates (1977) contredit cette idée en affirmant que les entrepreneurs « étrangers » ne sont pas forcément des entrepreneurs à succès. En effet, le succès dépend des connaissances, des habiletés et des ressources financières de l'entrepreneur.

2. 1. 3. Croissance économique et entrepreneuriat

⁷ Le fichier SINE (Système d'Information sur les Nouvelles Entreprises) résulte d'une enquête réalisée par l'Institut National des Statistiques et des Etudes Economiques (INSEE).

⁸ In Shane S. and al. (2005), « Economic development through entrepreneurship », Ed. Edward Elgar.

Kirzner (1979) soutient que l'entrepreneuriat est encouragé un niveau faible de croissance économique.

Yusuf et Schindutte (2000), rejoignent cette théorie en montrant que dans les économies où la croissance est faible, de nouvelles firmes ont tendance à apparaître. Ils ont également évoqué la notion de « survivalist » entrepreneur. C'est en effet un entrepreneur qui est motivé tantôt par les conditions économiques d'un pays et tantôt par la difficulté de trouver un travail bien payé.

Adrangi et al. (2003) ont effectué une recherche dans le but de savoir si les entrepreneurs sont poussés à créer leur propre entreprise en découvrant une nouvelle idée ou bien, s'ils y sont poussés à cause de la faible croissance économique.

Les résultats de leur recherche ont montré que pendant la baisse de la croissance économique, de petites usines ont tendance à émerger, tandis que dans une période de croissance économique forte, de plus grandes industries émergent.

Une étude aux Etats-Unis montre que dans une économie développée, on a tendance à ne pas créer beaucoup d'entreprises parce que les travailleurs ont beaucoup de chance de trouver un travail bien payé.

Kirchhoff (1994) montre que durant les périodes de récession économique, les PME sont les sources majeures de création d'emploi.

D'autres recherches infirment cette idée et soutiennent que l'activité entrepreneuriale s'accroît avec la puissance d'une économie (Zacharikis, Reynolds et Bygrave, 1999).

2. 1. 4. Structure du marché et entrepreneuriat

L'hyper-segmentation des marchés est considérée comme une aubaine pour les créateurs d'entreprises (Julien et Marchesnay, 1996). En effet, elle permet de créer des micro-marchés très localisés ou très spécialisés. Cette hyper-segmentation constitue une source d'avantages concurrentiels pour les entreprises et ainsi, encourage de nouvelles firmes à émerger.

Un autre phénomène, le « déménagement » des firmes hiérarchisées (Julien et Marchesnay, 1996), est considéré également comme favorisant l'entrepreneuriat, puisque ce déménagement permet aux firmes de retrouver flexibilité, adaptabilité et créativité. Celles-ci s'appuient sur les petites entreprises plus flexibles, plus adaptables et plus innovantes. La création de petites structures est ainsi favorisée.

2. 2. Facteurs culturels

A côté des facteurs structurels et conjoncturels, la culture entrepreneuriale apparaît comme un des facteurs les plus susceptibles d'influencer l'intention de créer une entreprise.

Plusieurs auteurs insistent sur l'importance des facteurs culturels.

Borges et al. (2005) pensent que même si beaucoup d'attention a été portée par le passé sur l'entrepreneur, ses traits et caractéristiques, il n'en demeure pas moins que ses attributs sont liés à son milieu de vie social et culturel.

En effet, les caractéristiques de l'entrepreneur sont fort importantes. Néanmoins, un environnement culturel favorable et innovateur a aussi de l'influence.

Plusieurs auteurs (Davidsson et Wiklund, 1997 ou encore Busenitz et Lau, 1996) affirment que la culture d'un pays, ses valeurs et ses croyances influencent la décision d'entreprendre.

Pour Julien (2005), un milieu sera doté d'une culture entrepreneuriale s'il démontre « *cette attitude ou aptitude par laquelle une société territoriale reconnaît et stimule chez les entrepreneurs les valeurs personnelles et les habiletés de gestion, et leur permet donc de mettre à profit dans des* »

expériences diverses leur esprit d'initiative, leur sens du risque ainsi que leur capacité d'innover et de gérer efficacement leurs relations avec l'environnement ».

Les valeurs entrepreneuriales liées à la culture ont été définies par certains auteurs comme étant l'innovation et la créativité, l'attitude face à la prise de risque, l'indépendance, la perception répandue qu'il existe des opportunités dans l'environnement, le statut social de l'entrepreneur, l'image de l'entrepreneuriat projetée dans la société, l'importance accordée au travail dans la société, la peur de l'échec et son association à « perdre la face » (Shane, Kolvereid et Westhead, 1991; McGrath, MacMillan et Scheinberg, 1992; McGrath, MacMillan, Yang et Tsai, 1992; Begley et al., 1997; Busenitz, Gomez et Spencer, 2000; Wennekers, Tilburg, Hofstede et Thurik, 2001; Arenius et Minniti, 2005) »

Ainsi, l'émergence de l'entrepreneuriat serait en corrélation avec le rang que l'entrepreneur occupe dans l'échelle des valeurs et avec l'intensité de l'encouragement et du soutien dont il bénéficie.

Hofstede, en établissant une grille culturelle, pense qu'une culture caractérisée par une faible « distance hiérarchique », un fort « individualisme », une forte « masculinité » et une faible « maîtrise de l'incertitude » (Shane, 1992 ; Mueller et Thomas, 2000) serait propice à l'éclosion d'aspirants entrepreneurs.

Bayad et Bourguiba (2006) proposent d'étudier la question suivante : est-ce que la culture nationale influence la formation de l'intention entrepreneuriale ?

Deux grands courants de recherche ont été considérés : la culture nationale et les variables de mesure en entrepreneuriat ; la culture nationale et les caractéristiques individuelles entrepreneuriales.

Dans le premier cas, il s'agit de mesurer l'impact de la culture nationale sur les mesures de l'entrepreneuriat, par exemple le taux de création de nouvelles entreprises. Les études utilisant la grille d'Hofstede ont démontré l'existence d'un lien entre les dimensions de la culture nationale et quelques caractéristiques entrepreneuriales. Etzioni (1987) indique que « la culture appuie l'environnement pour qu'il accroisse la légitimité de la formation de nouvelles entreprises ».

Dans le deuxième cas, les auteurs relèvent des différences entre les entrepreneurs de nationalités différentes.

Audet et al. (2006) ont effectué une recherche afin de démontrer que les facteurs culturels et les normes sociales ont un impact décroissant avec l'âge. Ce qui équivaut à dire que les jeunes sont plus influencés par l'environnement dans lequel ils baignent. Mais ce ne sont pas tous les aspects de la culture qui auront effectivement un impact sur l'intention des gens de devenir entrepreneurs.

Davidsson et Wiklund (1997) ont pour leur part cherché à identifier les dimensions de la culture du milieu susceptibles d'expliquer les disparités régionales en termes de taux de création d'entreprises. La culture, en tant que valeurs et croyances est un déterminant important du degré de l'entrepreneuriat dans une société. Les résultats de leur recherche montrent ainsi que les valeurs régionales ont un impact sur la création d'entreprises.

L'esprit d'entreprise est une question de culture. Un pays qui désire accroître la création d'entreprises, devrait avant tout favoriser et développer cet esprit d'entreprise.

Parnell et al. (1995) soutiennent que l'entrepreneuriat varie avec les différences culturelles et géographiques d'un pays. Les auteurs ont mené une étude sur la différence du degré entrepreneurial entre des étudiants (futurs entrepreneurs) américains et égyptiens. La propension entrepreneuriale est ainsi fonction de trois facteurs :

- 1- éducation entrepreneuriale, connaissances et compétences ;
- 2- opportunités entrepreneuriales dans l'économie (emploi, avantages financiers...) ;
- 3- accès aux opportunités (risque, travail indépendant...).

Bien que les caractéristiques individuelles aient une place importante dans le démarrage d'entreprise, l'environnement doit pouvoir fournir aux entrepreneurs le reste des ressources dont ils

ont besoin. Le milieu joue plusieurs rôles dans le soutien et la stimulation de l'entrepreneuriat; mais parmi l'ensemble des rôles du milieu, celui de fournir le capital social est sans contredit le plus important (Julien, 2005). La présence de modèles d'entrepreneurs dans son entourage et la perception d'opportunités d'affaires dans sa région se révèlent les dimensions les plus déterminantes. Un lien peut facilement être fait avec le concept de « capital social », une ressource souvent associée au développement régional et entrepreneurial. C'est donc sous cet angle que les recherches futures sur la culture du milieu auraient avantage à être menées.

Afin de bien cerner l'impact des facteurs culturels sur l'entrepreneuriat, les chercheurs devraient prendre en compte toutes les spécificités culturelles d'un pays, à savoir, ses normes, valeurs, modes de vie, mentalités, caractéristiques religieuses etc..

Conclusion

En guise de conclusion, nous avons regroupé dans le tableau suivant les différentes variables retenues dans les principaux modèles expliquant le phénomène entrepreneurial, en mettant en évidence les variables ajoutées ou ignorées entre les modèles.

Tableau 1 : Synthèse des différents modèles

| | Groupes de variables retenues | Ajout de variables | Retrait de variables |
|--|---|---|--|
| Modèle 1 : Shapero (1975) | <ul style="list-style-type: none"> • Milieu familial • Groupe de référence • Environnement local • Environnement organisationnel • Main d'œuvre • Ressources financières • Technologies • Marchés • Aides de l'Etat • Essaimage | | La variable « existence d'opportunité » a été ignorée dans ce modèle. |
| Modèle 2 : Gartner (1985) | <ul style="list-style-type: none"> • Immigration • Environnement organisationnel • Ressources financières • Main d'œuvre • Influences gouvernementales • Milieu familial | <ul style="list-style-type: none"> • Immigration | <ul style="list-style-type: none"> • Technologie • Essaimage • Groupe de référence |
| Modèle 3 : Covin et Slevin (1991) | <ul style="list-style-type: none"> • Dynamisme • Environnement externe • Sophistication technologique • Hostilité • Etapes de cycle de vie de l'industrie | <ul style="list-style-type: none"> • Dynamisme • Hostilité • Etapes de cycle de vie de l'industrie | <ul style="list-style-type: none"> • Main d'œuvre • Milieu familial • Ressources financières • Groupe de référence |
| Modèle 4 : Hayton, George et Zahra (2002) | <ul style="list-style-type: none"> • Contexte institutionnel • Contexte relationnel • Contexte culturel • Contexte économique | | |

Ce tableau nous montre que les variables retenues dans le modèle de Shapero (1975) ont souvent été à la base des autres modèles, bien que certaines aient ensuite évolué. Ainsi, les 22 variables environnementales de Gartner (1985) s'inscrivent pour la plupart dans les catégories de variables de Shapero. Par exemple, la variable « disponibilité du capital-risque » évoquée par Gartner appartient à la catégorie « Ressources financières » définie par Shapero. De même, les variables « présence d'entrepreneurs qualifiés », « présence de fournisseurs » ou encore « présence de clients ou de nouveaux marchés » s'inscrivent dans le cadre de « l'environnement organisationnel » de Shapero. Cependant, le modèle de Gartner tient compte d'une variable supplémentaire : le pourcentage élevé d'immigrés récents.

Ensuite, dans leur modèle, Covin et Slevin (1991) ont rajouté les variables « étapes de cycles de vie de l'industrie », « dynamisme » et « hostilité », suite aux différents débats qui ont eu lieu à cette époque là sur les variables pouvant expliquer le phénomène entrepreneurial.

Enfin, à ces trois modèles, il nous est paru utile de présenter celui de Hayton, George et Zahra (2002), qui ont intégré la variable « culture nationale ». Les modèles semblent donc évoluer vers une approche plus centrée sur les spécificités environnementales, plus particulièrement sur la culture, qui s'avère être un déterminant essentiel du choix d'entreprendre.

Néanmoins, ne serait-il pas nécessaire d'inclure d'autres variables ignorées dans les modèles mentionnés plus hauts ? Ainsi, il ne serait pas inintéressant de considérer une variable « nécessité d'emploi », pouvant être reliée à la discrimination à l'embauche. En effet, ceci pourrait amener ces personnes à entreprendre, contraintes de créer un emploi pour survivre, à défaut d'en trouver un. Et ce phénomène serait d'autant plus prononcé dans les pays où le système de sécurité sociale est faible ou inexistant. Dès lors, l'entrepreneuriat pourrait constituer une alternative.

Une étude empirique prenant en compte ces nouvelles variables serait de mise. L'objectif serait de faire une comparaison des différents facteurs socio-économiques et culturels entre les pays du nord et les pays du sud du bassin méditerranéen ; et enfin de tester l'impact de ces facteurs sur le choix d'entreprendre. Ceci nous permettrait de relever les disparités entre ces pays et d'en comprendre les causes. Cette problématique fera l'objet de notre recherche doctorale.

Bibliographie

Abdessalam R., Bonnet J. et Lepape N. (2002), « Les modèles de créateurs / repreneurs et les facteurs de croissance des entreprises : une approche spatiale », XXXVIII^{ème} Colloque de l'Association de Science Régionale de Langue Française, Trois-rivières, Québec, 27 pages.

Adrangi B., Allender M. E. et Anderson R. (2003), « An empirical analysis of the relationship between employment growth and entrepreneurial activity », *Academy of entrepreneurial journal*, Vol 9, n° 1, pp. 21-30.

Arenius P. et Minniti M. (2005), « Perceptual variables and nascent entrepreneurship », *Small Business Economics*, Vol. 24, pp. 233-247.

Arocéna J. (1984), « Le génie et le carnet d'adresses », *Revue Autrement*, n°59, avril, pp. 182-187.

Ashcroft B., Love J.H. et Malloy E. (1991), « New firms formation in the British Counties with special reference to Scotland », *Regional Studies*, Vol. 25, pp. 395-409.

APCE et Maghreb Ressources Humaines (2000), « Création d'entreprise par les entrepreneurs issus de l'immigration. L'exemple des entrepreneurs d'origines maghrébines », *Collection Focus*, 15 pages.

Audet J., Riverin N. et Tremblay M. (2006), « L'influence de la culture d'un pays sur la propension entrepreneuriale de ses citoyens : le cas du Canada », Working Paper, 26 pages.

Audretsch D.B. and Fritsch M. (1994), « The geography of firm births in Germany ». *Regional Studies* 28, 359-366.

Bates T. (1977), « Race, self employment and upward mobility : An illusive american dream », Baltimore, MD : John Hopkins, University Press.

Bayad M. et Bourguiba M. (2006), « De l'universalisme à la contingence culturelle : Réflexion sur l'intention entrepreneuriale », Congrès International Francophone en entrepreneuriat et PME, 19 pages.

Begley T.M., Wee-Liang T., Larasati A.B., Rab A., Zamora E. et Nanayaakkara G. (1997), « The relationship between socio-cultural dimensions and interest in starting a business: A multi-country study », *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA: Babson College.

Belley A. (1989), « Opportunités d'affaires : Objet négligé de la recherche sur la création d'entreprise », *Revue PMO*, Vol. 4, n° 1, pp. 24-33.

Borges C., Simard G. et Filion L. J. (2005), « Entreprendre au Québec, c'est capital ! Résultats de recherche sur la création d'entreprises », *Cahiers de recherche de la Chaire d'Entrepreneuriat Rogers- J.-A. Bombardier*, HEC, n° 2005-3.

Burns T. et Stalker G.M. (1961), « The Management of Innovation », Londres, Tavistock.

Busenitz L.W. et Lau C. (1996), « A cross-cultural cognitive model of new venture creation », *Entrepreneurship, Theory & Practice*, Vol. 20, n° 4, pp. 25-39.

Busenitz L.W., Gomez C. et Spencer J.W. (2000), « Country institutional profiles : Unlocking entrepreneurial phenomena », *Academy of Management Journal*, Vol. 43, n° 5, pp. 994-1003.

Chang J. (2000), « Model of corporate entrepreneurship: intrapreneurship and exopreneurship », *International Journal of entrepreneurship*, Vol. 4, pp. 69-104.

Covin J. G. et Slevin D. P. (1991), « A conceptual model of entrepreneurship as firm behaviour », *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 16, n°1, pp. 7-25.

Davidsson P., Lindmark L. and Olofsson C. (1994), « New firm formation and regional development in Sweden », *Regional Studies*, Vol. 28, pp. 395-410.

Davidsson P. et Wiklund J. (1997), « Values, beliefs and regional variations in new firm formation rates », *Journal of Economic Psychology*, Vol 18, pp. 179-199.

Etzioni A., (1987), « Entrepreneurship, adaptation and legitimation », *Journal of Economic Behavior and Organization*, Vol. 8, pp. 175-189.

Fritsch M. (1992), « Regional differences in new firm formation: Evidence from West Germany », *Regional Studies*, Vol. 26, pp. 233-241.

Garofoli G. (1992), « New firm formation and local development: the Italian experience », *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 4, pp. 101-125.

Garofoli G. (1994), « New firm formation and regional development: the Italian case ». *Regional Studies*, Vol. 28, pp. 381-394.

Gartner W. B. (1985), « A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation », *Academy of Management Review*, Vol. 10, n°4, pp. 696-706.

Gartner W. B. (1993), « Words lead to deeds: Towards an organizational emergence vocabulary », *Journal of Business Venturing*, May, Vol. 8, n° 3, pp. 231-239.

Guesnier B. (1994), « Regional variations in new firm formation in France », *Regional Studies*, Vol. 28, pp. 347-358.

Hart M. and Gudgin G. (1994), « Spatial variations in new firm formation in the Republic of Ireland, 1980-1990 », *Regional Studies*, Vol. 28, pp. 367-380.

Hayton J.C., George G. et Zahra S.A. (2002), « National culture and entrepreneurship: A review of behavioural research », *Entrepreneurship, Theory and Practice*, Vol. 26, n°4, pp. 33-52.

Hernandez E. M. (2001), « L'entrepreneuriat. Approche théorique », l'Harmattan.

Julien P. A. (2005) « Entrepreneuriat régional et économie de la connaissance. Une métaphore des romans policiers », Québec, Presses de l'Université du Québec, Collection PME et entrepreneuriat.

Julien P. A. et Marchesnay M. (1996), « L'entrepreneuriat », Ed. Economica.

Keeble D. and Walker S. (1994), « New firms, small firms and dead firms: Spatial patterns and determinants in the United Kingdom », *Regional Studies*, Vol. 28, pp. 411-428.

Kirchhoff B. A. (1994), « Entrepreneurship and Dynamic Capitalism », Westport, CT: Quorum Books.

Kirzner I. (1979), « Perception, Opportunity, and Entrepreneurship », Chicago: University of Chicago Press.

McGrath R.G., MacMillan I.C. et Scheinberg S. (1992), « Elitists, risk-takers, and rugged individualists? An exploratory analysis of cultural differences between entrepreneurs and non-entrepreneurs », *Journal of Business Venturing*, Vol. 7, pp. 115-135.

McGrath R.G., MacMillan I.C., Yang E.A. et Tsai W. (1992), « Does culture endure, or is it malleable? Issues for entrepreneurial economic development », *Journal of Business Venturing*, Vol. 7, pp. 441-458.

Mueller S.L. et Thomas A.S. (2000), « Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness », *Journal of Business Venturing*, Vol. 16, pp. 51-75.

Parnell John A., Crandall W. R., Menefee M. (1995), « Examining the impact of culture on entrepreneurial propensity: an empirical study of prospective American and Egyptian entrepreneurs », *Academy of Entrepreneurship Journal*, Vol. 1, n° 1.

Reynolds P.D. (1994), « Autonomous firm dynamics and economic growth in the United States, 1986-1990 », *Regional Studies*, Vol. 28, pp. 429-442.

Shane S. (1992), « Why do some societies invent more than others? », *Journal of Business Venturing*, Vol. 7, pp. 29-46.

Shane S. (2005), « Economic development through entrepreneurship », Ed. Edward Elgar.

Shane S., Kolvereid L. et Westhead P. (1991), « An exploratory examination of the reasons leading to new firm formation across country and gender », *Journal of Business Venturing*, Vol. 6, pp. 431-446.

Shapero A. (1975), « The displaced, uncomfortable entrepreneur », *Psychology Today*, Vol. 9, n° 6, pp. 83-88.

Specht P. H. (1993), « Munificence and Carrying Capacity of the Environmental and Organization Formation », *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 17, n° 2, pp. 77-86.

Thireau V. (1993), « Les nouvelles dynamiques spatiales : à la redécouverte des territoires », Ed. L'Harmattan.

Vesalainen J. et Pihkala T. (1999), « Entrepreneurial identity, intentions and the effect of the push-factor », *Academy of entrepreneur Journal*, Vol. 5, n° 2, pp. 1-24.

Weber M. (1930), « The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism », New York: Scribner's.

Wennekers S., Tilburg N.N., Hofstede G. et Thurik R. (2001), « Cultural and economic determinants of business ownership across countries », *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA: Babson College.

Yusuf A. et Schindehutte M. (2000), « Exploring entrepreneurship in a declining economy », *Journal of Developmental Entrepreneurship*, Vol. 5, n° 1, pp. 41-57.

Zacharakis A., Reynolds P. et Bygrave W. (1999), « Global entrepreneurship monitor: National entrepreneurship assessment for the United States of America » Kansas City: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.

Marie LE BORGNE-LARIVIERE
Professeur ESCM

Atelier n° 2