

Recherches en entrepreneuriat: quelles implications conceptuelles ?

Résumé

Contrairement à l'approche fonctionnelle qui met l'accent sur ce que fait l'entrepreneur, nous choisissons l'approche descriptive ou causale pour connaître ce qu'est l'entrepreneur et quels sont les facteurs clés de son comportement. La problématique posée est ainsi: comment peut-on mesurer et prévoir la performance d'un entrepreneur ? Doit-on considérer les caractéristiques internes à l'individu, les traits de personnalité, c'est-à-dire ce qui est inné, ou les caractéristiques externes liées à la situation dans laquelle évolue l'entrepreneur, c'est-à-dire les stimuli externes ? Enfin, devrait-on privilégier une approche synthétique ?

L'analyse de la littérature révèle que l'assise conceptuelle est négligée et donc que la recherche dans ce domaine est très fragmentée. En outre, plusieurs facteurs ont de fortes implications sur la recherche entrepreneuriale.

L'objet de cet article consiste justement à faire ressortir ces raisons fondamentales qui constituent déjà un terrain fortement controversé.

ملخص

قمنا باختيار المقاربة الوصفية أو السببية على عكس المقاربة الوصفية المبينة على ما يقوم به المقاول، لمعرفة ماهية المقاول وما هي العوامل الأساسية المحددة لسلوكه. إن الإشكالية المطروحة هي كالاتي:

- كيف يمكن قياس و توقع أداء المقاول؟
- هل يجب الأخذ بعين الاعتبار المميزات الخاصة بالفرد، السمات الشخصية أي ما هو فطري أو المميزات الخارجية المرتبطة بالحالة التي تمر بها المقاول أي المحفزات الخارجية؟
- أخيراً، هل يجب إعطاء الأولوية لمقاربة تركيبية؟

يسمح البحث في الأدبيات بمعرفة أن القاعدة المفاهيمية لم تعطى أية أهمية وبالتالي، فإن البحث في هذا المجال مازال مبعثراً. بالإضافة إلى ذلك هناك عوامل أخرى تؤثر بدرجة كبيرة على البحث.
يكمن هدف هذا البحث في إبراز هذه العناصر الأساسية المقاولاتية التي مازالت تشكل مجال جدل.

Les recherches en Entrepreneuriat n'ont commencé réellement à se développer qu'à partir de la fin des années 70 qui coïncide avec l'avènement de la mondialisation, notamment, son signe distinctif, l'exacerbation de la concurrence internationale.

Depuis, une multitude d'articles ont été écrits; plusieurs colloques et séminaires ont été organisés sur le thème de l'entrepreneuriat.

Le paradigme de recherche de l'entrepreneuriat a fait et continue de faire l'objet d'un débat controversé entre plusieurs courants. Déjà, Casson (1) postule que le concept d'entrepreneuriat reste flou et qu'il n'existe aucune théorie claire de l'entrepreneur. Fillion (2) va dans le même sens en avançant qu'il est difficile de dresser « *un profil psychologique scientifique absolu de l'entrepreneur* ». Au milieu de ce foisonnement conceptuel, deux grandes approches émergent: il s'agit de l'approche fonctionnelle et de l'approche descriptive ou indicative. La première, chère aux économistes, privilégie l'action, c'est-à-dire ce que fait l'entrepreneur. A la tête des économistes,

figure Shumpeter qui a le mérite de donner son envol au domaine de l'entrepreneuriat en l'associant à l'innovation. D'autres, comme Knight, l'associent à la prise de risque; Hayek à la situation de marché; Liebenstein à l'efficience; Andrew et Penrose à la firme; Williamson à l'agence et Coase aux coûts de transaction (3). Pour Casson,

« un entrepreneur est quelqu'un de spécialisé dans la prise intuitive de décisions réfléchies relatives à la coordination de ressources rares ». D'autres considèrent les fonctions de création, de développement et d'application, des solutions en vue de répondre aux exigences des individus. Cela suppose donc, que l'entrepreneur dispose de qualités et compétences requises pour exercer réellement ces fonctions. D'où la nécessité de recourir à l'approche descriptive ou causale qui cherche à mieux comprendre les causes de ce comportement, autrement dit, les caractéristiques fondamentales internes et externes du sujet.

En raison de sa nouveauté, le domaine a pu emprunter à plusieurs disciplines sans pour autant constituer un corpus homogène. En effet, les recherches dans ce domaine ont été conduites d'une façon fragmentée, privilégiant la quantité à la qualité de telle sorte que Sexton (4) se demandait en 1985 si le domaine était en train de s'épanouir ou de s'étendre. Sexton va plus loin en considérant que ce que la recherche a gagné en généralisation, elle l'a perdu dans la qualité de la conceptualisation. En réalité, alors que le débat reste toujours centré sur la définition d'un entrepreneur, il serait judicieux qu'un autre débat s'instaure sur les caractéristiques individuelles qui permettent de prévoir la réussite d'une entreprise.

Pour la plupart des auteurs, la prédiction d'un profil entrepreneurial reste centrée sur les caractéristiques et le comportement de l'entrepreneur; d'ailleurs, le terme « *entrepreneuriat* » peut être défini en termes de caractéristiques et comportement de ceux qui sont considérés comme des entrepreneurs.

La littérature actuelle assimile les caractéristiques aux traits de personnalité. Timmons, Smoller et Dingee (5) ont pu faire une synthèse des principales caractéristiques et comportements des entrepreneurs à travers une cinquantaine de recherches traitant de l'entrepreneuriat. Pour Tait (6), les qualités communes des chefs sont:

- la vision stratégique,
- les relations humaines,
- la capacité à motiver autrui,
- l'intégrité,
- la sincérité,
- l'ambition,
- la persévérance

Tous ces éléments sont récurrents dans les recherches actuelles sur l'entrepreneuriat.

Carlang, Hoy et Boulton (7) se sont demandés si ces caractéristiques étaient ceux des entrepreneurs, des propriétaires de petites entreprises ou d'un mélange susceptible de mettre en relief l'importance de la fonction entrepreneuriale dans le développement de l'entreprise. Pour Brockhaus (8), la caractéristique la plus proéminente chez les entrepreneurs n'est autre que leur grande propension à prendre des risques. D'autres chercheurs, comme Ulrich et Cole (9), tout en considérant que les entrepreneurs ont des traits de personnalité qui diffèrent du reste de la population, proposent néanmoins que les futurs entrepreneurs devraient suivre une formation adéquate centrée sur les styles de commandement et l'apprentissage des traits de personnalité qui conduisent à la réussite ou, en d'autres termes, l'élaboration de « *répertoires comportementaux* ». Pour Hout et Carter (10), « *ce qui sépare réellement les entreprises les plus performantes des autres, c'est le rôle joué par les dirigeants* ». En fait, c'est le retour de l'importance

des dirigeants telle que décrite par Drucker à la fin des années 50. Hout et Carter ajoutent plus loin que « *les entreprises les plus innovantes attendent de leurs cadres et en particuliers de leurs dirigeants qu'ils soient dotés de capacités techniques, qu'ils obtiennent de bons résultats, qu'ils aient le don de la communication, la capacité de collaborer avec leurs pairs et d'agir rapidement, surtout dans des situations où l'orientation à suivre n'est pas toujours claire.* Pour Kotter (11), les managers dont la performance est très élevée se ressemblent sur les points suivants:

- ambitieux,
- tournés vers les résultats,
- à l'aise dans les relations de pouvoir,
- optimistes,
- d'intelligence supérieure,
- sachant contrôler leurs émotions,
- disposant de réseaux extérieurs à l'entreprise,
- Capables de mobiliser des spécialistes en cas de besoin.

Pour Walter (12), la réussite est affaire de volonté et de tempérament. La formation est indispensable pour acquérir les instruments et les techniques mais pas suffisante pour devenir un véritable dirigeant d'entreprise. En fait, ce que l'on demande au manager est différent de ce que l'on exige d'un cadre technique.

Parmi toutes ces recherches, il reste une poignée qui récuse l'hypothèse que les traits de personnalité, qui sont généralement utilisés pour distinguer les entrepreneurs de non-entrepreneurs, soient des facteurs stables et cohérents à travers toutes les situations. Pour Glueck (13), il n'existe pas de schéma cohérent et systématique entre les caractéristiques entrepreneuriales et d'autres critères. L'inexistence d'un profil uniforme qui est défendue par McCain et Smith (14) est attestée par Hull et al. (15) qui relèvent que les caractéristiques entrepreneuriales qui sont considérées comme *importantes* dans une recherche peuvent ne pas l'être dans une autre. Dans la littérature américaine de gestion, les cadres dirigeants ont fait l'objet d'un intérêt tout particulier, souvent justifié par le fait que la nature des tâches serait proche et que seule la durée passée sur certaines activités varierait. Gomes-Meija (16) va dans le même sens en suggérant que la répartition du temps passé par les cadres dirigeants suit l'ordre décroissant suivant:

- Planification / prévision à long terme,
- Suivi des indicateurs de gestion,
- Coordination,
- Réunions en comités de direction,
- Conseils sur des projets techniques au sein de l'entreprise,
- Relations clients,
- Contrôle des procédures,
- Production / services,
- Relations extérieures,
- Supervision directe et contacts avec les subordonnés.

Ces recherches sont très instructives pour ce paradigme de recherche qu'est l'entrepreneuriat. Les théoriciens de la personnalité ont débattu sur un quart de siècle si les caractéristiques de la personnalité déterminent un comportement ou bien, à l'inverse, si c'est l'environnement qui impose un certain mode de comportement. Une

analyse de cette controverse peut aider à clarifier certaines questions liées à la recherche entrepreneuriale.

Les deux plus importants pionniers de ces deux écoles de pensée sont Mischel (17) qui défend la position situationniste (l'environnement) et Epstein (18) qui prône l'approche des traits de personnalité. De ce débat a émergé une troisième approche qui prit le nom d'interactionniste, et dont le chef de file Bowers (19) postule que les comportements et les caractéristiques dépendent non seulement de l'individu mais aussi de la situation. Nous proposons à travers cet article une brève revue de la littérature entourant ce débat, puis nous tenterons des recommandations quant aux directions que pourrait prendre la recherche entrepreneuriale.

I. L'approche basée sur les traits de personnalité

Cette première approche est défendue par ceux qui considèrent que les dispositions ou les traits constituent les unités de base dans l'étude de la personnalité. Les traits peuvent être décrits par des attributs stables et cohérents susceptibles d'exercer des effets stables et cohérents sur le comportement; exemple: la prise de risque. Le langage des « *traitistes* » est parsemé de termes tels que *facteurs*, *dimensions*, *attitudes*, *dynamiques*, *caractéristiques*, etc...et dans lequel la <personnalité> est appréhendée à travers des dispositions générales sous-jacentes qui influencent fortement d'une manière stable et cohérente le comportement de l'individu par le biais de situations. Un exemple serait l'évaluation de la personnalité sur la base de tests spécifiques en vue d'inférer des dispositions stables à travers des situations différentes. Plusieurs études ont relevé des coefficients de stabilité très significatifs. Il s'ensuit donc que les schémas de comportement émergent de l'intérieur de l'individu.

Cette approche est contrecarrée par les situationnistes qui prétendent qu'elle ne présente aucun support empirique. Les « *traitistes* » opposent dès lors un argument méthodologique en avançant l'idée d'une perte de stabilité de la personnalité en cas d'utilisation de procédures d'évaluation différentes. En tout état de cause, les arguments présentés par les « *traitistes* » peuvent être exposés comme suit:

1) L'expérimentation en laboratoire ne doit pas s'effectuer sur des comportements isolés. Par exemple, une femme qui change continuellement sa garde-robe peut ne pas être incohérente dans son comportement vestimentaire comme le prétendent les situationnistes, mais, selon les traitistes, elle est cohérente en face d'un comportement vestimentaire d'une femme « à la mode ».

2) Le fait d'admettre que certaines personnes sont plus versatiles que d'autres constitue un argument supplémentaire quant à la faiblesse dans la stabilité des coefficients Bem et Allen (20).

3) Dans la vie de tous les jours, les gens choisissent leur propre environnement qui leur permet d'être <dans leur peau> c'est-à-dire «être stable dans leur personnalité ». Or, cette opération est difficile à réaliser dans un laboratoire.

La stabilité peut être démontrée sur la base de relations internes à l'individu mais non à travers des relations inter-individus. Cet argument proposé par Carlson (21) signifie que le concept de personnalité implique une organisation de variables à l'intérieur de l'individu.

Cette approche par les traits dans la recherche entrepreneuriale permet d'effectuer des mesures et de prévoir quels types d'individus possèdent probablement des traits

d'entrepreneurs. Ce qui facilite grandement la formation et le développement d'entrepreneurs.

II. L'approche par la situation

Par opposition à l'approche précédente, les situationnistes mettent l'accent sur les caractéristiques de situations externes à la personne, comme *les stimuli, les sanctions, les récompenses, les signaux, l'apprentissage et les habitudes*. Il s'agit d'une approche behavioriste basée sur un système de *stimulus-réponse* qui a donné lieu à deux théories, celle du conditionnement classique introduit par Pavlov et celle du conditionnement instrumental Skinner (voir Benhabib (22)). Selon cette théorie, il y a peu de stabilité dans la personnalité parce que le comportement est déterminé quasi-exclusivement par des variables externes. Les situationnistes proposent trois types d'arguments:

- 1) Lorsque le comportement dans une situation donnée est corrélé avec le comportement dans un autre type de situation, on trouve des corrélations faibles de l'ordre de 0.3, ce qui laisse penser que le comportement varie d'une façon significative en fonction de stimuli.
- 2) L'observation a montré que lorsque les gens évaluent les autres, ils tendent à attribuer plus de stabilité aux individus à travers les situations Bem, Mischel. Ce qui explique la croyance à propos de la stabilité de la personnalité alors que cette stabilité est faible. Il demeure que ce biais, lié à la perception des individus, continue de faire l'objet de nombreuses recherches.
- 3) Le rôle de la communication publicitaire dans la formation des croyances.

L'inconvénient de cette approche réside dans le fait qu'il est difficile de trouver une concordance entre, d'une part, le cadre situationnel propre à un moment donné, c'est-à-dire le contexte externe, et d'autre part, les caractéristiques internes liées à la personnalité ainsi qu'au style de management permettant de dégager un entrepreneur performant. L'entrepreneur est confronté à une multitude de défis, donc de situations, qui risquent de ne pas coïncider avec ses dispositions internes ainsi que son style de commandement et peuvent conséquemment réduire sa performance décisionnelle.

Malgré l'importance objective de son argumentation, cette approche reste partielle parce qu'elle se situe à l'autre bout d'un continuum, lequel serait mieux intégré en son milieu par les interactionnistes.

III. L'approche intégratrice des interactionnistes

Selon cette approche qui peut être considérée comme une intégration des deux approches précédentes, la question relative au facteur le plus important, la personne ou la situation, devient secondaire dans la mesure où le comportement est perçu dans le cadre d'une fonction commune. Dans son application au problème de la stabilité des différences individuelles, l'approche interactionniste peut être considérée comme un compromis entre les deux approches précédentes dans la mesure où elle accepte l'existence d'un compromis comportemental mais seulement à l'intérieur de contraintes situationnelles. Selon Bowers, il a été observé par un certain nombre de psychologues que l'interaction entre les individus et les situations expliquait plus de variance que les sources de variance prises individuellement. De ce point de vue, le comportement peut

être considéré comme une sorte de transaction entre l'individu et le stimulus, chacun influençant l'autre. Dans la mesure où le comportement ne peut jamais se réaliser dans un vacuum mais dans une situation réelle, il s'ensuit qu'il serait inutile de parler de caractéristiques liées à un comportement donné sans préciser la situation dans laquelle le comportement se réalise. Pour comprendre et prévoir ce comportement, il devient par conséquent nécessaire de dresser un système de classification de situations parallèlement à celui des individus. Dans ce cadre, Mischel (23), qui a redéfini sa position en tant qu'interactionniste, propose que les capacités intellectuelles peuvent rester stables à travers les situations. Il postule que les comportements qui sont fortement liés à l'intelligence (exemple les résultats d'un test Q.I. et d'une performance académique) comme le style cognitif (capacités verbale et/ou quantitative) et la stratégie de résolution de problèmes (capacité de prise de décision) sont souvent cohérents à travers les situations et la variable temps.

IV. L'importance conceptuelle dans la recherche entrepreneuriale

L'analyse de la littérature dans le domaine de la personnalité a fait apparaître que la recherche dans le champ de l'entrepreneuriat a été très fragmentée (trois approches différentes) qui est due en partie au peu d'importance accordée à l'assise conceptuelle telle que formulée par les psychologues. La littérature révèle l'émergence de plusieurs facteurs qui ont de fortes implications sur la recherche entrepreneuriale. Par exemple, lorsque Epstein recommande dans les cas de situations uniques que les variables de situation sont déterminantes dans le comportement, il apparaît que les activités entrepreneuriales sont des cas uniques. Cependant, une taxonomie de situations relatives aux activités entrepreneuriales n'a pas été développée d'une façon systématique, ce que recommande vivement Fredericksen (24). Ce dernier propose que les chercheurs en personnalité utilisent une classe différente de variables prédictives liées aux situations que la psychologie n'a pas pu classer. De la même manière, une taxonomie des opportunités entrepreneuriales n'a pas été réalisée. Par exemple, les situations peuvent varier dans le domaine de la culture, l'économie, l'industrie, la géographie ainsi que d'autres variables liées à la consommation.

Si cette approche était prise, le futur entrepreneur pourrait recevoir une formation dans l'analyse des opportunités spécifiques ainsi que la modélisation de comportements qui pourraient apparaître dans une classe de variables de situation similaires à celles dans lesquelles il cherche à s'impliquer.

Aussi, en utilisant la formulation de Mischel, un entrepreneur potentiel aurait besoin d'une bonne intelligence, de compétences académiques, d'un style cognitif et d'une capacité de résolution des problèmes en vue de percevoir l'avantage d'une opportunité entrepreneuriale spécifique. Il apparaît que la mesure de ces capacités et habiletés à travers diverses taxonomies de situations pourrait constituer une base de données importante pour les entrepreneurs potentiels.

Références

1. Casson M., (1991) "l'entrepreneur", Edition Economica.

2. Fillion J., (1997) « les champs de l'entrepreneuriat : historique, évolution et tendance », Revue Internationale des PME, Vol 10.
3. Lachachi W., (2000) «caractéristiques et performances du manager/entrepreneur: cas du manager/entrepreneur Algérien. Magister, faculté des Sciences économiques et de Gestion, université de Tlemcen.
4. Sexton D.L. (1988) < The field of entrepreneurship: is it growing or just getting bigger? >, Journal of small business management, pp 5-7.
5. Smoller ,Timmons & Dingee (1985) < The entrepreneurial mind > New venture, 2nd Edition, p 139.
6. Tait R. (1995) < Roads to the top > London, Mac Millan Business.
7. Carlang J.W., Boy F., Boulton W.R., Carlang J.C., (1984) < Differentiating entrepreneurs from small business owners: a conceptualisation > Academy of Management Review, 9, pp 354-359.
8. Brockhaus R.H., (1980) < Risk taking propensity of entrepreneurs > Academy of Management Journal, 23, n°3, pp309-320.
9. Ulrich T.A., Cole G.S., (1987) < toward more effective training of future entrepreneurs > Journal of small business Management, pp 32-35.
10. Hout T., Carter J., (1995) < Getting it done new roles for senior executives > Harvard Business Review, Nov-Dec.
11. Kotter J., (1987) < General manager > in Lorsch J., Handbook of Organisational behaviour. Englewood cliff. Prentice hall, pp 292-403.
12. Walter M., (1988) < Votre personnalité de manager > Editions d'Organisation.
13. Glueck W., (1980) < Entrepreneurship: a literature analysis of concepts> The 40th annual meeting of the academy of Management, Detroit, Michigan.
14. McCain G. & Smith N.A., (1981) < A contemporary model of entrepreneurial style > Small Business Institute Review, 44.
15. Hull D.L., Bosley J.J., Udell G., (1980) < Renewing the hunt for the Heffalump: Identifying potential entrepreneurs by personality characteristics > Journal of Small Business Management, pp 11-18.
16. Gomes-Meija L., (1985) < Industrial relations> 1985, Vol 24 pp 147-154.
17. Mischel W., (1977) < On the future of personality measurement> American Psychologist, 34.
18. Epstein S., (1979) < The stability of behaviour: on predicting most of the people much of the time > Journal of Personality and social psychology, 37.
19. Bowers K.S., (1980) <Situationism in psychology : an analysis and a critique> Psychological Review, N°5, pp 307-331.
20. Bem D., & Allen A., (1974) < On predicting some of the people some of the time : the search for cross-situational consistencies in behaviour>Psychological Review, 81, pp. 506-520.
21. Carlson R., (1971) <Where is the person in personality research ?> Psychological Bulletin, 75, pp 203-219.
22. Benhabib A., (1998) « Marketing : le marché et son comportement » Tome I, Université de Tlemcen, pp. 88-94.
23. Mischel W., (1983) <Toward a cognitive social learning reconceptualization of personality> Journal of personality and social psychology, 1982 , 35, pp 252-283.
24. Fredericksen N., (1972) < Towards a taxonomy of situations > American Psychologist. □