

ENTREPRENEURIAT ET DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL

ENTREPRENEURSHIP AND REGIONAL DEVELOPMENT

BOUSSIF Limam

Doctorant

Faculté des sciences juridiques, Economiques et Sociales Agdal
Université Mohammed V de Rabat, Maroc
Laboratoire des Etudes et Recherches en Sciences de Gestion

BAHIYA Ziri

Doctorante

Faculté des sciences juridiques, Economiques et Sociales Agdal
Université Mohammed V de Rabat, Maroc
Laboratoire des Etudes et Recherches en Sciences de Gestion

AIT –SOUDANE Jalila

Enseignante chercheuse

Faculté des sciences juridiques, Economiques et Sociales Agdal
Université Mohammed V de Rabat, Maroc
Laboratoire des Etudes et Recherches en Sciences de Gestion

Date de soumission : 16/04/2024

Date d'acceptation : 04/06/2024

Pour citer cet article :

BOUSSIF L. et al. (2024) « ENTREPRENEURIAT ET DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL », Revue Internationale du chercheur « Volume 5 : Numéro 2» pp : 1104-1122

Résumé

L'entreprenariat est un vecteur potentiel pour faciliter le développement local et régional. L'entrepreneuriat est un moteur fondamental de l'évolution économique. C'est aussi un processus nettement inégal dans l'espace, et donc une explication importante de l'inégalité du développement économique des régions et des nations. Sans surprise, l'entrepreneuriat est un élément clé de l'économie évolutionniste (Schumpeter 1934 ; Witt 1998 ; Grebel et al. 2003 ; Metcalfe 2004 ; Grebel 2007) et a été reconnu comme un élément important pour expliquer le développement économique régional (Acs et Ar 2004 ; Audretsch et al. 2006 ; Fritsch 2008). Cela signifie que l'explication des variations régionales de l'entrepreneuriat est également devenue une question importante. Cet article examine de manière conceptuelle comment l'entrepreneuriat rural s'engage avec le « lieu » et « l'espace » ainsi que la nature des activités entrepreneuriales en milieu rural. Cet article est une enquête sur le rôle de l'entrepreneuriat dans la géographie économique évolutive. L'accent est mis sur comment et pourquoi l'entrepreneuriat est un secteur fondamental pour le développement régional.

Mots clés : Développement économique ; Entrepreneuriat ; Potentiel ; Variations régionales.

Abstract

Entrepreneurship is a potential driver for facilitating local and regional development. It serves as a fundamental engine of economic evolution and is markedly uneven across space, thereby explaining significant disparities in economic development among regions and nations. Unsurprisingly, entrepreneurship is a key component of evolutionary economics (Schumpeter 1934; Witt 1998; Grebel et al. 2003; Metcalfe 2004; Grebel 2007) and has been recognized as an important factor in explaining regional economic development (Acs et Armington 2004; Audretsch et al. 2006; Fritsch 2008). This implies that explaining regional variations in entrepreneurship has also become a crucial issue. This article conceptually examines how rural entrepreneurship interacts with "place" and "space," as well as the nature of entrepreneurial activities in rural areas. It is an investigation into the role of entrepreneurship in evolutionary economic geography, focusing on how and why entrepreneurship is a fundamental sector for regional development.

Keywords : Economic development ; Entrepreneurship ; Potential ; Regional variations.

Introduction

Depuis plusieurs décennies, les facteurs déterminants de la richesse d'une région sont présents dans débat académique et politique. L'hétérogénéité (et la disparité) des taux de bien-être économique à l'échelle mondiale montre clairement que certaines régions ont développé des capacités au fil du temps pour préserver — et même accroître — leur avantage comparatif en termes de PIB par habitant. Cela nous amène à penser que certaines régions disposent de capacités exceptionnelles pour un développement économique réussi mais que parfois ces capacités travail au détriment du développement social, environnemental et humain. La découverte et l'analyse de ces capacités régionales pourraient nécessiter beaucoup de temps et d'efforts pour débattre. Et de plus, même si nous devions parvenir à un consensus sur les propriétés de ces capacités, les extrapoler pour une construction imitative et une application à d'autres régions pourrait être un exercice périlleux, car les contextes sont différents et toutes les régions n'ont pas la même capacité d'absorption.

Entrepreneuriat et développement régional est unique en ce sens qu'il aborde les facteurs centraux du développement économique - la vitalité entrepreneuriale et l'innovation - en tant que phénomènes locaux et régionaux. Il offre un forum multidisciplinaire pour les chercheurs dans le domaine de l'entrepreneuriat et du développement des petites entreprises et pour ceux qui étudient et développent le contexte local et régional dans lequel les entrepreneurs émergent, innovent et établissent les nouvelles activités économiques qui stimulent la croissance économique et créent de nouvelles la richesse économique et l'emploi. La revue se concentre sur la diversité et caractéristiques complexes des économies locales et régionales qui favorisent la vitalité entrepreneuriale et dotent les grandes et petites entreprises qui les composent d'une compétitivité internationale.

(Audretsch et K,2004) soutiennent qu'une région doit être dotée d'un capital d'entrepreneuriat qui permet de canaliser l'innovation vers le marché et contribue ainsi à croissance économique. Ce processus de canalisation est complexe et parsemé d'obstacles. Certains des obstacles sont ceux du marché lui-même ; d'autres sont institutionnels, culturels, etc. Seulement par surmonter ces obstacles peut créer de la valeur sur le marché et améliorer productivité des ressources.

(González et al,2009) affirment que ce processus pourrait déclencher un cercle vertueux de développement : « alors que le capital d'innovation et le capital d'entrepreneuriat de la région peuvent affecter la réalisation de niveaux plus élevés de productivité, de compétitivité et de bien-être économique, il est également vrai que le niveau de la prospérité peut bien affecter l'enrichissement du capital innovation et du capital entrepreneuriat ». Précisément, ce phénomène endogène peut expliquer en partie la persistance de la disparité entre les régions dans leurs niveaux de bien-être respectifs ainsi que l'impact que certaines capacités régionales (telles que l'innovation et la réussite entrepreneuriale) ont sur leurs économies.

L'objectif principal de cet article est d'analyser la relation entre l'intention entrepreneuriale, l'activité entrepreneuriale et leur impact sur le développement régional.

De ce fait, dans cet article, nous tenterons de répondre à la problématique suivante :

Comment l'entrepreneuriat peut-il être un levier efficace pour le développement régional, et quelles sont les lacunes théoriques et empiriques à combler pour mieux comprendre cette dynamique ?

Cette étude comprend plusieurs cas individuels intégrés dans trois régions différentes, sélectionnés à l'aide d'une stratégie d'échantillonnage ciblée pour obtenir des cas riches en informations.

Dans ce sens, nous adoptons une méthodologie basée sur une revue systématique de la littérature. Cet article explore comment le phénomène de "l'esprit d'entreprise et le développement régional" a été abordé théoriquement et empiriquement par le passé. Il prend en compte les perspectives dominantes, analyse les sujets prédominants, synthétise les idées des principaux courants de recherche et révèle plusieurs lacunes dans les études existantes. La méthodologie comprend une approche qualitative et quantitative, combinant des études de cas détaillées avec des analyses statistiques rigoureuses pour fournir un aperçu complet de la dynamique entre entrepreneuriat et développement régional.

Il est largement reconnu que la région est devenue une base fondamentale de la vie économique et sociale. Le niveau national d'observation, bien que toujours important, n'est plus le seul point d'entrée privilégié de notre compréhension du développement économique, surtout en Europe où les barrières entre les économies nationales sont en panne.

Cet article examinera donc les relations entre entrepreneuriat, activité entrepreneuriale et développement régional à travers une analyse empirique et théorique approfondie. Le plan de travail comprendra une exploration des tendances historiques, une analyse des données actuelles et une projection des implications futures. Organisé de manière à être clair et exhaustif, le plan suivra cette progression :

Dans une première partie, nous plongerons dans l'essence même de l'entrepreneuriat et son impact sur le développement régional.

Ensuite, nous explorerons l'incidence de l'entrepreneuriat sur l'évolution économique, dévoilant les dynamiques sous-jacentes et les tendances observées.

Enfin, nous examinerons les diverses conditions régionales qui nourrissent l'entrepreneuriat, projetant ainsi les perspectives d'avenir pour le développement régional dans ce contexte.

1. ENTREPRENEURIAT ET DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL

Il est largement reconnu que la région est devenue une base fondamentale de la vie économique et sociale. Le niveau national d'observation, bien que toujours important, n'est plus le seul point d'entrée privilégié de notre compréhension du développement économique et ce d'autant plus que les barrières entre les économies nationales sont – à certains égards – en panne, du moins en Europe.

1.1. Définitions et mesure de l'entrepreneuriat et du développement régional

L'entrepreneuriat est un phénomène qui prend plusieurs formes et apparaît dans les petites et les grandes entreprises, dans les entreprises nouvelles et les entreprises établies, dans l'économie formelle et informelle, dans l'économie légale et activités illégales, dans des entreprises innovantes et traditionnelles, dans des entreprises à haut risque et à faible risque dans tous les secteurs économiques (OCDE, 1998).

1.1.1. Développement régional

Le développement régional est la fourniture d'aides et d'autres formes d'assistance aux régions moins développées économiquement. Le développement régional peut être de nature nationale ou internationale. Les implications et l'ampleur du développement régional peuvent donc varier en fonction des régions et la manière dont la région et ses frontières sont perçues à l'intérieur et à l'extérieur.

1.1.2. Déterminants

Le développement régional est un phénomène dynamique avec une évolution permanente des activités des entreprises. Ce changement peut être causé par l'innovation, par le déclin et par la naissance et la mort d'entreprises.

Le développement du secteur des PME joue un rôle essentiel dans la dynamique spatiale, car de nombreuses formes d'entrepreneuriat créatif se retrouvent dans ce secteur. De toute évidence, le système régional (éducation, système d'accompagnement social, culture,

accessibilité, etc.) joue un rôle important dans l'évolution des conditions de l'entrepreneuriat. L'événement entrepreneurial prend forme grâce à l'interaction de deux ensembles de facteurs : facteurs environnementaux (macro). Une grande partie de la littérature sur l'entrepreneuriat s'est concentrée sur les micro-facteurs, les caractéristiques d'un individu pour devenir entrepreneur et démarrer une nouvelle entreprise. Ces études se concentrent sur le rôle de facteurs tels que la personnalité, le niveau de scolarité et/ou l'origine ethnique (Lee, Fl. et Acs, 2004).

Des études de personnalité ont trouvé que l'entrepreneuriat est associé à des caractéristiques telles que la vigilance à l'égard des affaires opportunités ; vision entrepreneuriale et proactive voir (Chell, Ha et Br, 1991). De plus, des recherches sur la personnalité ont révélé que les entrepreneurs font preuve d'un plus grand individualisme que les non-entrepreneurs (McGrath, Ma et Sc, 1992). L'aspect clé des environnements entrepreneuriaux favorables, cependant, est – comme le souligne (Malecki,1997) – des réseaux prospères d'entrepreneurs (voir la section 5 pour plus de détails), d'autres entreprises et institutions, fournissant des capitaux, des informations et d'autres formes de soutien. La notion de Milieu introduite par le groupe GREMI (Groupement de Recherche Européen sur les Milieux Innovateurs) résume ces caractéristiques voir (Maillat,1995). Entrepreneurial. le développement est plus susceptible de réussir dans les grandes régions urbaines, en particulier dans les régions métropolitaines, où l'innovation représente un objectif entrepreneurial.

2. Entrepreneuriat et évolution économique

Les "nouveaux venus" dans l'économie ont un rôle important à jouer dans l'évolution des systèmes. Selon (Schumpeter,1942) « L'impulsion fondamentale qui met et maintient en marche le moteur capitaliste vient des biens des nouveaux venus, des nouvelles méthodes de la production ou le transport, les nouveaux marchés, les nouvelles formes d'organisation industrielle que crée l'entreprise capitaliste. C'est un processus de mutation industrielle – si je puis me permettre, ce terme biologique – qui révolutionne sans cesse la structure économique de l'intérieur, détruisant sans cesse l'ancien, en créant sans cesse un nouveau.

La destruction est le fait essentiel du capitalisme. En créant de nouvelles variations (produits, procédés, business models) dans l'économie, ces nouvelles firmes innovantes concurrencent les firmes en place, ce qui oblige ces dernières à s'imposer, prouver ou modifier leur

production, sanctionnée par la liquidation si cela n'est pas fait avec succès (Schumpeter ,1934 ; 1942).

La création de cette variation est inégalement répartie dans l'espace. Bien que relativement inerte, cette répartition spatiale de la création variétale elle-même évolue dans le temps.

Ces nouvelles variations sont donc créées quelque part, mais ne sont pas diffusées automatiquement à tous les endroits et applications dans lesquelles elles pourraient être utiles.

Un rôle important est joué par les entrepreneurs dans cette diffusion de nouvelles variations : ils comblent les lacunes du marché (Kirzner 1973 ; 1997). La présentation de produits et de pratiques existants à de nouveaux contextes – via le processus de généralisation, de différenciation ou de réciprocité voir (Nooteboom 2008) – peuvent être un véritable effort entrepreneurial qui pourrait même conduire à des innovations radicales. La création et la diffusion sont deux rôles importants joués par l'entrepreneur dans la dynamique économique. Par exemple, la création d'entreprises fondées sur les nouvelles technologies pourrait avoir pour objectif de créer de nouveaux produits à forte intensité technologique ou de diffuser l'utilisation des nouvelles technologies dans la société.

Tout d'abord, tout changement d'un entrepreneur modifie l'environnement économique et offre des possibilités de ajustements par d'autres entrepreneurs. Deuxièmement, l'activité entrepreneuriale est susceptible de créer de la richesse et d'accroître ainsi l'étendue du marché. Troisièmement, la création d'un marché et des créneaux qui n'existaient pas auparavant offrent aux nouveaux entrepreneurs des opportunités d'entrer et élargir ce créneau de marché. Les opportunités entrepreneuriales naissent en raison d'actes d'entrepreneuriat antérieurs (cf. la « croissance des connaissances » de (Metcalfé ,2002) : « Bill Gates n'aurait pas pu faire fortune si Steve Jobs n'avait pas vu l'opportunité de construire et de vendre des ordinateurs, et Steve Jobs n'aurait pas pu construire un ordinateur personnel si Gordon Moore a inventé le microprocesseur » (Holcombe,2007).

Outre la variation et la diffusion, la sélection joue un rôle important dans l'entrepreneuriat, comme en témoigne le fait que la plupart des nouvelles entreprises ne survivent pas longtemps et que même une plus petite partie (souvent moins d'une Start- up sur dix) se développe dans une certaine mesure (Reynolds et Wh ,1997 ; Stam et al. 2008).

La sélection est générée par les décisions des détenteurs de ressources externes d'allouer leurs ressources entre ces entreprises (Aldrich 1999 ; Baum et Si 2004). La création de nouvelles entreprises est affectée par différents environnements de sélection. Plus directement, il y a

concurrence sur les marchés de produits : un manque de concurrence peut indiquer une opportunité (un vide à combler) et une contrainte (avec des barrières à l'entrée trop élevées). La concurrence féroce oblige les entreprises à produire et à vendre efficacement pour survivre. Pour les nouvelles entreprises qui doivent atteindre une taille substantielle, la sélection sur le marché du capital et du travail est également importante. Ils doivent attirer des ressources financières et humaines en concurrence avec d'autres organisations qui ont besoin de ces ressources pour face à une offre limitée. La concurrence est souvent un processus très local : les entreprises plus éloignées sont moins susceptibles de se disputer le même bassin de ressources humaines ou les mêmes marchés de produits que les entreprises proximité (Cattani et al. 2003 ; Baum et Me, 1992 ; Sorenson et Au ,2000).

Historiquement, la littérature a souvent expliqué l'entrepreneuriat soit comme le produit de environnements comme (la fourniture de capital-risque, la demande croissante) ou des attributs personnels comme (la propension à prendre des risques, le besoin de réussite). Les individus sont dotés de manière hétérogène de compétences, de connaissances, d'attitudes et de préférences (valeurs) qui déterminent leurs motivations et leurs comportements (Simon 1957 ; McFadden 2001). Les environnements sont dotés de manière hétérogène de connaissances, d'institutions, de ressources et de demande de produits. Le processus entrepreneurial dépend des opportunités entrepreneuriales dans l'environnement et des individus entreprenants qui identifient et exploitent ces opportunités. Lorsque les individus identifient une opportunité, ils ne réagissent pas automatiquement en créant une nouvelle entreprise (en supposant qu'ils aient l'intention d'en créer une) : les nouvelles entreprises sont créées avec une séquence de processus tels que la création d'une entité juridique, le développement de produits, le financement (Carter et al. 1996).

Étant donné que les perspectives d'emploi, d'éducation et d'autres circonstances diffèrent d'un individu, la population est hétérogène avec des individus différents confrontés à des coûts d'opportunité lorsqu'ils agissent pour exploiter une opportunité qu'ils ont identifiée. L'entrepreneuriat est le résultat de l'interaction entre les attributs individuels et l'environnement environnement. Cela signifie que les entrepreneurs ne sont ni les héros solitaires qui changent l'économie à eux seuls, ni qu'ils sont déterminés par leur environnement : comme tout autre individu ils reproduisent le plus souvent leurs conditions structurelles, mais ils sont entrepreneur car ils transforment aussi ces structures. Ce dernier fait écho au vision schumpétérienne des entrepreneurs en tant qu'exécuteurs de nouvelles

combinaisons transformatrices, et implique la poursuite d'opportunités entrepreneuriales, définies comme « des idées, des croyances et actions qui permettent la création de futurs biens et services en l'absence de marchés actuels pour eux » (Sarasvathy et al. 2003), entraîne des changements sur le marché » voir (Stam,2008). Cette nouvelle activité peut être perçue en réalité comme un nouveau bien ou service qui est produit par ou pour l'entrepreneur, et qui est valorisé par les consommateurs qui paient un prix pour ses droits de propriété. Cela exclut les activités non marchandes c'est-à-dire (pas de mécanisme de prix et de droits de propriété) et de simples changements de contrat c'est-à-dire (pas de nouvelles activités économiques impliquées). Donnons trois exemples de ce que l'entrepreneuriat n'est pas selon cette définition (et en la séparant de l'usage quotidien du terme).

Tout d'abord, le passage d'un emploi à un travail indépendant par un individu implique un changement de le marché, mais pas l'introduction d'une nouvelle activité économique. Deuxièmement, la création et l'introduction d'un nouveau produit dans le cadre d'un effort concerté d'une grande entreprise impliquant les individus échangeables ne comptent pas non plus comme de l'entrepreneuriat.

Troisièmement, la création et l'exécution d'une nouvelle stratégie terroriste dans laquelle les avions sont utilisés comme missiles, implique de nouvelles activités économiques par un groupe distinct d'individus qui pourraient ne pas être interchangeables, mais ne conduit pas à un échange de droits de propriété.

D'un point de vue théorique, une enquête sur le rôle de l'entrepreneuriat dans la géographie économique évolutive s'appuie sur des idées de l'économie évolutionniste, des théories cognitives de l'innovation, des approches des réseaux sociaux et de l'écologie organisationnelle. Ces champs révèlent de grands chevauchements dans les processus Dans les processus d'apprentissage (individuels et collectifs) de l'économie évolutive.

En évolutif En économie, la variance de la performance des entreprises s'explique par l'hétérogénéité des routines (Nelson et Wi,1982 ; Hodgson et Kn, 2004). Les routines peuvent être comprises comme des compétences organisationnelles, qui ne peuvent être réduites à la somme des compétences individuelles, c'est-à-dire qu'elles sont une propriété collective. Cependant, on ne sait toujours pas quel est le rôle des compétences et des connaissances au niveau individuel (une propriété individuelle) par rapport aux routines organisationnelles (une propriété). Nous reviendrons sur cette question dans la dernière section de cet article. La répllication des routines s'opère entre firmes (en tant que porteuses de routines) à travers divers

mécanismes, dont l'une est la création d'une entreprise par un employé (Klepper 2002 ; 2007 ; Klepper et Sl, 2005) à travers laquelle les routines (et les connaissances qui y sont intégrées) sont transféré de la société mère à l'entreprise nouvellement créée. Outre l'accent mis sur la reproduction des routines, la conceptualisation de l'évolution économique par l'économie évolutionniste comme l'émergence et la diffusion de la nouveauté (Witt ,2003) placent l'entrepreneur en tant que créateur et diffuseur de nouveauté sur le devant de la scène économique.

L'émergence de la nouveauté crée de la variété dans tout système en évolution, mais la génération de la nouveauté nécessite des éléments hétérogènes en tant qu'intrants du processus de recombinaison qui le sous-tend (Witt ,2004). Cela nous amène aux théories cognitives. Les théories cognitives de l'innovation soulignent que l'innovation est le produit de l'interaction entre des acteurs qui ont des connaissances afin de faire de nouvelles combinaisons transformatrices (schumpétériennes), mais sont encore suffisamment proches dans un sens cognitif pour pouvoir communiquer du tout (Nooteboom,2000). Au niveau micro, ces innovations sont plus susceptibles d'être réalisées par des entreprises dérivées à la recherche d'opportunités basées sur la base de connaissances existante de la société mère, mais suffisamment différente pour l'exploiter en dehors de l'organisation mère.

Des études empiriques ont montré que des industries comme les fabricants d'instruments (Audia et al. 2006) et automobiles (Carroll et al. 1996 ; Klepper, 2002 ; Boschma et We ,2007) ont émergé de cette manière : les premiers entrants qui ont réussi dans l'industrie automobile provenaient de producteurs de bicyclettes, de constructeurs de voitures et de fabricants de moteurs, tandis que les premiers entrants qui ont réussi dans l'industrie de l'instrumentation provenaient par exemple des industries des machines, de la défense et de la chimie (Audia et al ,2006).

L'écologie organisationnelle étudie les populations de organisations, en se concentrant sur leur évolution dans le temps, en particulier par le biais de processus démographiques de remplacement sélectif – fondation organisationnelle et mortalité (Carroll et Kh,2005). La triade évolutive de la variation, de l'hérédité et de la sélection est centrale dans l'approche de l'écologie organisationnelle. Les fondements organisationnels sont prédits avec des notions telles que dépendance à la densité, inertie structurelle, largeur de niche et répartition des ressources (voir Carroll et Ha, 2000). La densité organisationnelle est déterminée par les fondations organisationnelles et affecte la concurrence et la légitimité d'une forme

d'organisation particulière. Inertie organisationnelle et l'empreinte sont des mécanismes importants de rétention. Dans ce domaine, les nouvelles firmes sont souvent analysées comme des produits organisationnels (Freeman 1986 ; Audia et Ri, 2006 ; Audia et al, 2006).

Enfin, les études de réseaux mettent l'accent sur le rôle de l'acquisition d'informations et de la mobilisation des ressources via les réseaux sociaux dans le comportement des individus et des groupes. Principaux problèmes liés à l'entrepreneuriat sont des processus d'identification d'opportunités et de mobilisation de ressources (Sorenson,2003 ; Stuart et So,2007). Ces littératures prennent toutes en compte le rôle de l'esprit d'entreprise dans la création de quelque chose de nouveau, qui est en quelque sorte lié au passé, et qui est affecté par et affecte son contexte.

3. Conditions régionales de l'entrepreneuriat

Les entrepreneurs ne sont pas des individus isolés qui comptent principalement sur leurs efforts et leurs talents extraordinaires pour surmonter les difficultés inhérentes à la création d'une nouvelle entreprise.

Le processus de création d'une nouvelle entreprise est éminemment social, car les informations et les ressources sont en grande partie acquises via les réseaux personnels de l'entrepreneur (naissant). Pour les entrepreneurs naissants, le choix central est le type d'entreprise à démarrer compte tenu de leur emplacement, pas tellement le choix d'une localisation pour une entreprise donnée (Stam,2007). Les liens sociaux des entrepreneurs potentiels sont susceptibles d'être localisés et incitent les entrepreneurs à créer leur entreprise en étroite proximité de leur domicile et de leur employeur actuel (Cooper et Fo, 2000 ; Sorenson 2003 ; Stam 2007 ; Parwada,2008). C'est un fait stylisé que les entrepreneurs créent leur entreprise en la région où ils vivent et/ou travaillent. La fraction des entrepreneurs travaillant dans la région où ils sont nés est significativement plus élevée que la fraction correspondante pour les personnes dépendantes travailleurs (Michelacci et Si,2007). Une étude des entreprises manufacturières portugaises a révélé que les entrepreneurs étaient prêts à accepter des coûts de main-d'œuvre trois fois plus élevés que dans d'autres emplacements pour implanter la nouvelle entreprise dans leur région actuelle (Figueiredo et al,2002). Plusieurs raisons expliquent l'inertie géographique des entrepreneurs. Tout d'abord, ils peuvent utiliser leur réseau (local) existant pour rechercher des partenaires, des employés, des fournisseurs, des clients, des conseillers et investisseurs (Zander 2004 ; Michelacci et

Si ,2007). Cela diminue les coûts de recherche, mais cela leur permet également de s'appuyer sur la crédibilité et la confiance développées dans les relations passées.

La matrice comportementale de (Pred,1967) est pertinente ici, car l'inertie de la localisation peut également s'expliquer par des informations imparfaites sur les emplacements alternatifs et/ou des capacités cognitives limitées pour traiter toutes les informations disponibles (cf. la rationalité limitée de Simon (1957)). Deuxièmement, des motivations plus normatives pourraient être en jeu ici, car certaines relations impliquent plus que motivations instrumentales rationnelles, et la poursuite de ces relations n'est peut-être possible que lorsque l'entrepreneur reste dans la région. (Dahl et So,2009) concluent dans leur étude empirique sur les entrepreneurs danois que les entrepreneurs semblent valoriser la proximité avec famille et amis non pas pour l'aide que ces relations pourraient offrir à leurs entreprises, mais pour des raisons émotionnelles.

Troisièmement, ils peuvent commencer à temps partiel (souvent à domicile) et retarder l'engagement à temps plein jusqu'à ce que l'entreprise semble suffisamment prometteuse (l'entrée à temps partiel comme véritable stratégie d'option : voir Wennberg et al,2007). Troisièmement, un conjoint peut conserver un emploi afin que le revenu continue d'affluer vers la famille ; d'autres aspects de la vie d'un fondateur peuvent rester les mêmes (Hanson,2003). Toute l'énergie de l'entrepreneur peut alors être consacrée au démarrage.

Dans cet article, il a été dit que l'entrepreneuriat est le résultat de l'interaction entre les attributs individuels et l'environnement qui l'entoure. Pour expliquer les distributions spatiales de l'entrepreneuriat, il convient donc d'examiner les aspects spatiaux de cette interaction. Par géographique, nous nous référons principalement aux caractéristiques de lieux particuliers et à la distance spatiale entre des acteurs particuliers. Nous pouvons commencer l'explication par la disponibilité d'entrepreneurs (potentiels) dans des endroits particuliers. Plusieurs perspectives sont utiles ici : la nature et le nombre d'organisations dans une région, la culture régionale et la structure du marché du travail dans une région. Les éléments clés sont les ressources, les capacités et les préférences des individus. La question est de savoir pourquoi, dans un environnement (d'opportunité) donné, certains individus sont plus susceptibles de créer une entreprise que dans un autre environnement : par exemple en raison de leur volonté de prendre des risques, préférence pour l'autonomie et l'auto-direction, le capital humain spécifique et l'expérience. Un facteur sous-jacent important peut être trouvé dans les effets générationnels : avoir un esprit d'entreprise, les antécédents familiaux renforcent la

probabilité d'accéder à l'emploi indépendant. La transmission intergénérationnelle du travail indépendant est une explication des différences spatiales du travail indépendant (Niittykangas et Te, 2005 ; Vaillant et La,2007). Un autre point de départ représente les opportunités d'entrepreneuriat. De ce point de vue, les individus dans des environnements particuliers sont plus susceptibles d'être des entrepreneurs parce que la disponibilité des opportunités encourage leur exploitation en créant une entreprise. Les sources d'opportunités peuvent être multiples : par exemple un pouvoir d'achat croissant dans la région, évolution technologique, évolution réglementaire.

Les processus historiques produisent des modèles économiques spatiaux inégaux, à la fois des caractéristiques des individus et de la « disponibilité » des opportunités, qui conditionnent mais ne déterminent pas le comportement économique (Boschma et Fr, 2007), dont l'entrepreneuriat est une classe particulière. Dans les sections suivantes, nous allons passer en revue la littérature empirique relative à l'entrepreneuriat, à l'évolution et à la géographie.

3.1. Aspects spatiaux

Au cours de la dernière décennie, l'entrepreneuriat a reçu une place prépondérante dans la théorie économique, car il est de plus en plus reconnu que l'entrepreneuriat joue un rôle essentiel dans la croissance économique. Contrairement à la théorie traditionnelle de la croissance où le progrès technologique et l'innovation était considérée comme une force exogène ("manne du ciel"), la théorie moderne de la croissance endogène tient pour acquis que l'innovation et l'esprit d'entreprise sont des forces endogènes qui sont dirigées par divers acteurs des systèmes économiques et qui peuvent être influencées par des politiques publiques intelligentes. Ce nouveau cadre théorique met beaucoup l'accent sur des facteurs critiques de succès tels que la concurrence, les intérêts acquis, la R&D, les retombées des connaissances, le capital humain, la culture industrielle et la capacité entrepreneuriale.

3.2. Croissance des connaissances

Les nouvelles connaissances créées dans les universités et les centres de recherche génèrent des opportunités d'entrepreneuriat, en particulier dans les industries de haute technologie. Souvent, ces organisations ne sont pas en mesure de reconnaître pleinement et de s'approprier les opportunités de commercialisation qui en découlent. Les travailleurs du savoir de ces organisations réagissent aux opportunités générées par les nouvelles connaissances en créant

une nouvelle entreprise et s'approprient ainsi la valeur espérée de leur dotation en connaissances (Acs et al ,2005)

3.3. Culture

La culture est importante dans l'explication de la variation spatiale de l'entrepreneuriat via son effet sur l'attitude et les valeurs que les gens acquièrent. Les psychologues sociaux ont affirmé que les attitudes et les traits d'un individu ne sont pas hérités mais se développent en interaction avec l'environnement social. Les perceptions sur l'opportunité de devenir entrepreneur sont formées et révisées compte tenu de l'ensemble des informations dont dispose chacun (Lafuente et Sa, 1989 ; Saxenian,1990).

La culture est une propriété des groupes, et il semble que les cultures surtout nationales (Uhlaner et Th ,2007), et dans une moindre mesure régionale (Davidsson et Wi,1997) ont des effets significatifs sur la création de nouvelles entreprises. Ces cultures peuvent changer avec le temps, mais elles ont tendance à être très persistantes (Beugelsdijk ,2007).

3.4. Structure de l'industrie

La création de nouvelles entreprises d'une région à l'autre peut s'expliquer par des différences composition des industries et par les différences dans une industrie particulière dans des régions spécifiques. Ce dernier indiquerait qu'il existe des différences spécifiques au contexte affectant taux d'entrepreneuriat, tandis que le premier indiquerait que l'explication devrait largement être recherchée dans la structure industrielle spécifique de la région. La structure industrielle d'une région affecte les taux globaux de création de nouvelles entreprises dans une région, car les industries diffèrent dans leur degré de la contre stabilité (barrières à l'entrée) et la mesure dans laquelle les opportunités entrepreneuriales émergent (par exemple, beaucoup dans les services aux entreprises et peu dans l'industrie minière).

Conclusion

L'entrepreneuriat et le développement régional suscitent une riche variété de questions de recherche à scientifiques régionaux. C'est un domaine où l'organisation industrielle, la géographie culturelle, la théorie de la localisation, les économies commerciales et la technologie forment un lien entrelacé. A partir d'une macro, la région est une niche stratégique dans un développement global. Mais d'un point de vue micro, la région est façonnée par les actions innovantes d'entrepreneurs à la recherche de risques. Alors que la Concurrence, confiance, organisation en réseau et politique publique sont les ingrédients de

situations gagnant-gagnant au niveau local. Notre examen de ce domaine complexe a clairement démontré les liens entre le thème de « l'entrepreneuriat et le développement régional » et d'autres domaines de recherche, tels que la théorie des réseaux, les externalités spatiales, la théorie culturelle et comportementale, théorie de l'innovation et théorie de la croissance endogène. D'une théorie dynamique de l'entrepreneuriat et de la croissance régionale, l'imbrication des cycles de vie entrepreneuriale, industrielle les cycles de vie et les cycles de vie (multi)régionaux est une question de recherche passionnante, non seulement d'un point de vue théorique, mais aussi d'un point de vue de modélisation appliquée.

Une question fascinante et pertinente pour les politiques est alors de savoir comment les investissements et les retombées de la connaissance sont liés aux processus spatiaux dynamiques. Il va sans dire que dans ce domaine encore une multitude de questions de recherche et de réponses attendent d'être abordées. De cette perspective, il y a un grand besoin d'analyses créatives combinées micro-méso-macro de la croissance au niveau régional.

Une perspective supplémentaire à explorer serait l'impact des politiques d'immigration sur l'entrepreneuriat et le développement régional. Comment les flux migratoires influencent-ils la dynamique entrepreneuriale et la croissance économique dans les régions ? Cette question pourrait fournir des informations précieuses pour les décideurs politiques confrontés à des défis liés à la migration et à la revitalisation régionale.

Il convient de noter que la mesure précise des retombées de la connaissance dans le contexte régional reste une limite importante de cette recherche. Les méthodologies de mesure doivent être développées pour capturer de manière exhaustive et précise les effets de la création et du partage de connaissances sur la croissance économique locale.

Enfin, les principaux apports de cette recherche résident dans sa capacité à éclairer les décideurs sur les stratégies efficaces pour promouvoir l'entrepreneuriat et stimuler le développement régional. En fournissant des insights sur les mécanismes sous-jacents à la croissance économique locale, cette recherche contribue à la création de politiques et de pratiques managériales plus efficaces et orientées vers les résultats.

BIBLIOGRAPHIE

- Abdullah K., Date H. (2009). « Public Sector Knowledge Management : A Generic Framework ». Public Sector ICT Management Review, 3 (1).
- Adler P. & Kwon W. (2002). “Social Capital: Prospects for a New Concept”. Revue Internationale des Sciences de Gestion, Volume 3 : numéro 2, pp : 17-40.
- Acemoglu D., Zilibotti F. (2001). « Productivity Differences ». The Quarterly Journal of Economics, Volume 116, Issue 2, pp. 563–606.
- Adama, M. (2007). « Facteurs clés de succès de la gestion des connaissances et capacités d’innovation des entreprises nigériennes ». La Revue Gestion et Organisation, Volume 9, Issue 1.
- Agarwal N., Brem A. (2012). « Frugal and Reverse Innovation - Literature Overview and Case Study Insights from a German MNC in India and China ». In IEEE Xplor, IEEE Press. The 18th International ICE Conference on technology and Innovation, pp. 1-11.
- Akrich M., Callon M., Latour B. (1988). « A quoi tient le succès des innovations?: L’art de l’intéressement ». Gérer et comprendre, Annales des Mines, Vol 11.
- Archer, M. S. (1995). Realist social theory: The morphogenetic approach. New York: Cambridge University Press.
- Barakat, S., Bassi, S., Krakauer, P., Fernandes, P. & Ribeiro, A. (2012). « The willingness of young people to become entrepreneurs: Quantitative studies with Business Administration studies ». VIIIEGEPE 31, (1), pp.1-18.
- Bazeley, P. (2007). Qualitative data analysis with NVivo. London: Sage Publications Ltd.
- Birch, D. L. (1979). The job generation process. Cambridge, MA: MIT Program on Neighborhood and Regional Change.
- Blanchflower, D., & Oswald, A. (2007). « What makes a young entrepreneur? ». IZA, Discussion papers, Germany, 266 p.
- Borges, C., Filion, L. & Simard, G. (2010). « Jeunes créateurs d’entreprise : leur parcours, de l’initiation à la consolidation ». Chaire d’entrepreneuriat Rogers-J.-A.-Bombardier, HEC Montréal, Canada.
- Baluku, R. (2016). « Capital social et disposition à devenir entrepreneur dans le milieu rural de la RDC ». Mémoire de licence, inédit, UCB, Bukavu, RDC.

- Carrier C., Garand D. (1996). « Le concept d'innovation : débats et ambiguïtés ». 5ième conférence internationale de management stratégique, Lille, 13-14-15 mai 1996.
- Carroll T., Gormley T., Bilardo V., Burton R., Woodman K. (2006). « Designing a New Organization at NASA: An Organization Design Process Using Simulation ». *Organization Science*, 17 (2), pp. 202–214.
- Carter C., Williams B. (1957). “Industry and Technical Progress”. London: Oxford University Press, pp. 244 p.
- Damanpour F. (1991). « Organizational innovation: A meta analysis of effects of determinants and moderators ». *Academy of Management Journal*, 34 (3), pp. 555–590.
- Damanpour F. (2009). « Combinative Effects of Innovation Types and Organizational Performance : A Longitudinal Study of Service Organizations ». *Journal of Management Studies*, 46, pp. 650-675.
- Damanpour F., Aravind D. (2012). « Managerial Innovation : Conceptions, Processes, and Antecedents ». *Management and Organization Review*, Vol. 8, Issue 2, pp. 423-454.
- Fernez-Walch S.; Romon F. (2006). « Management de l'innovation : De la stratégie aux projets ». Vuibert, 376 p.
- Ferrary M., Pesqueux Y. (2011). « Management de la connaissance : knowledge management apprentissage organisationnel et société de la connaissance » (2e éd). Paris: Économica.
- Ferrary M.; Pesqueux Y. (2006). « Management de la connaissance : Knowledge Management, apprentissage organisationnel et société de la connaissance ». Édition Économica, Paris.
- Fillol C. (2006). « L'émergence de l'entreprise apprenante et son instrumentalisation : études de cas chez EDF ». Thèse de Doctorat en Sciences de gestion, Université Paris Dauphine, 412 p.
- Florida, R. (2003). *Entrepreneurship, creativity, and regional development*. In D. Hart (Ed.), *The emergence of entrepreneurship policy: Governance, start-ups, and growth in the U.S. knowledge economy*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Gavard-Perret M. L.; Gotteland D. ; Haon C. ; Jolibert A. (2012). « Méthodologie de la recherche en sciences de la gestion », 2e édition, Paris, Pearson France, p. 115.
- Gavard-Perret M. L, Helme-guizon A. (2008). « Choisir parmi les techniques spécifiques d'analyse qualitative ». *Méthodologie de la recherche : réussir son mémoire ou sa thèse en sciences de gestion*, p. 281.

- Gilbert, L. S. (2002). Going the distance: 'closeness' in qualitative data analysis software. *International Journal of Social Research Methodology*, 5(3), 215-228.
- Hedlund G. (1994). « A Model of Knowledge Management and the N-Form Corporation ». *Strategic Management Journal*, Vol. 15, Special Issue: Strategy: Search for New Paradigms, pp. 73-90.
- Hedlund G., Nonaka I. (1993). « Models of knowledge management in the West and Japan ». In P. Lorange, B. G. Chakravarthy, J. Roos and H. Van de Ven (editors). *Implementing Strategic Processes, Change, Learning, and Cooperation*, Basil Blackwell, London, pp. 117-144.
- Heinrichs J.; Lim, J. S. ; Lim K. S. (2011). “Influence of social networking site and user access method on social media evaluation”. *Journal of Consumer Behaviour*.
- Hindle, K. (2010). How community context affects entrepreneurial process: A diagnostic framework. *Entrepreneurship & Regional Development*, 22(7-8), 599-647.
- Hudson, R. (2001). *Producing places*. New York: The Guilford Press.
- Keith, S. (2002). “What is the 'Knowledge Economy'?: Knowledge Intensity and Distributed Knowledge Bases”. No 2002-06, UNU-INTECH Discussion Paper Series, United Nations University – INTECH.
- Kikandi, A., Kamala, C., Mukenyi, J. & Kabamba, A. (2014). “Mobilité interne et entrepreneuriat des jeunes en République Démocratique du Congo”. *Partnership for economic policy, RDC*, 24 (4), pp. 689-713.
- Liebowitz, J. (1999). “Key ingredients to the success of an organization's knowledge management strategy”. *Knowledge Process Management*, 6, pp. 37-40.
- Lim E. Shiang., Shyamala N. (2007). “Obstacles to Innovation: Evidence from Malaysian Manufacturing”. MPRA, Paper No. 18077. Universiti Sains Malaysia, pp. 1-25.
- Lim E., Shyamala N. (2007). “Obstacles to Innovation: Evidence from Malaysian Manufacturing”. MPRA, Paper No. 18077, Universiti Sains Malaysia, p.1-25.
- Otmani A. ; Benkaraache T. (2019). “Knowledge Management, Innovation et Performance des Organisations : Les Eléments d’une Approche Théorique”. *Revue Internationale des Sciences de Gestion*, N°, Vol., N° 2, pp. 413-426.
- Ottenbacher M. C. (2007). “Innovation management in the hospitality industry: different strategies for achieving success”. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, November 2007, Vol. 31, n°4, pp. 431-454.

- Saporta, G. (2006). “Épidémiologie et data mining ou fouille de données”. In: Sciences E, ed. L'épidémiologie humaine: conditions de son développement en France et rôle des mathématiques, EDP Sciences, Paris, pp.137–142.
- Saubesty, C., (2006). “Quels apports du codage des données qualitatives?”. In : XVe Conférence Internationale de Management Stratégique, Annecy/Genève 13-16.
- Tsai H. (2013). “Knowledge management Vs. data mining: Research trend, forecast and citation approach”. Expert Systems with Applications, 40 (8), pp. 3160–3173.
- Turban E., Frenzel L. E. (1992). “Expert systems and applied artificial intelligence Turban, E., & Frenzel, L.E. (1992). Expert systems and applied artificial intelligence”. Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Winter S., Nelson R. (1982). “An Evolutionary Theory of Economic Change”. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship, 437 p.
- Zheng W. (2010). “A social capital perspective of innovation from individuals to nations : where is empirical literature directing us?”. International Journal of Management Reviews, 12(2), pp. 151-183.
- Ziam, S., (2010). “Les déterminants de la capacité d'absorption des connaissances : le cas des courtiers de connaissances œuvrant dans le domaine de la santé au Canada”. Thèse de doctorat ès Science de gestion, Université de Laval, Québec.