Faculté des sciences économiques, des sciences **Date**: 03/07/2021

 de gestion et commerciales (SEGC) **Lieux**: Amphis 14 et 15

Département des sciences économiques **Horaire**: 10 h 30- 12 h 00

**Master I** : Economie Quantitative

**Module : Entrepreneuriat**

 **Corrigé-type de l’EMD**

**Question 1. Parmi les déterminants de la création d'entreprise dans un pays figure la variable démographique.**

 **Expliquez par quels mécanismes ou processus ce facteur démographique peut influer sur l'offre d'entreprises.**

Réponse

 Parmi les déterminants de l’offre d’entreprises, le facteur démographique constitue un élément fondamental puisque la population d’entrepreneurs en dépend directement. La démographie intervient quantitativement par **le volume de la population** et qualitativement par la dynamique de cette population, c’est-à-dire **la croissance** , par **la densité** (les zones urbaines sont traditionnellement plus enclines à créer des entreprises), la **structure de la population** (une pyramide des âges évasée au milieu type « ballon de rugby »- correspond à la structure la plus favorable à la dynamique entrepreneuriale car les créateurs d’entreprises se recrutent généralement dans les catégories d’âges moyennes.

**Le niveau de participation** de la femme à la vie active est aussi une variable importante de la dynamique démographique entrepreneuriale car la population féminine représente environ 50 % la population totale.

Enfin, **l’immigration,** en tant que élément de la dynamique démographique mais du fait aussi de la propension des migrants à créer des entreprises pour contourner les difficultés à l’embauche en pays d’accueil, peut intervenir dans la dynamique entrepreneuriale. Les politiques migratoires des vieux pays industrialisés visent à dynamiser le marché du travail et rajeunir leurs populations.

Remarque : **on ne raisonne pas sur la demande de consommation, même si elle compte (cas des zones urbaines), mais sur l’offre d’entrepreneurs**.

**2. Expliquez correctement les termes suivants:**

Réponse

 **- Essaimage :** L’essaimage est une pratique par laquelle une entreprise favorise le départ de certains de ses salariés, notamment lors des compressions d’effectifs (licenciements), et les aide à créer leurs propres entreprises.

 **- Intrapreneuriat :** c’est de l’entrepreneuriat au sein d’une entreprise déjà existante ; cela peut prendre la forme de conception de nouveaux projets ou de nouvelles activités ou encore le développement des activités actuelles. Cela peut correspondre à la croissance d’une entreprise déjà en activité.

 **- Equipreneuriat :** c’est un terme qui désigne la création d’une activité ou d’une entreprise par un groupe ou un collectif. Cette situation se rencontre dans le cas d’une entreprise familiale ou d’une coopérative mais pas seulement.

 **- Opportunité d'affaire :** Dans le langage courant, l’opportunité est désigné par le mot « occasion ». En économie, l’opportunité peut être définie par l’expression « concours de circonstances favorables à la conclusion d’affaires » ou aussi conjoncture favorable aux gains, profit, etc.

 **3. En quoi l'approche en terme "d'opportunité d'affaires" de l'entrepreneuriat est-elle contradictoire avec la notion de l'équilibre chère aux néoclassiques?**

 **Expliquez.**

Réponse

Le paradigme de l’opportunité d’affaires a été d’abord avancé par J. A. Schumpeter (1935) puis Israel Kirzner (1973). Il a ensuite été repris et développé par Venkataraman (1997). Ce paradigme remet en cause la notion d’équilibre chère aux économistes néoclassiques. Les néoclassiques (L. Walras, W. Pareto,) ont démontré, moyennant des hypothèses très restrictives (absence d’incertitude et de monnaie, centralisation de toutes les offres et demandes de l’économie par un commissaire-priseur, etc.), qu’en concurrence pure et parfaite, il existait un système de prix correspondant à l’équilibre général mais que la stabilité de cet équilibre serait un hasard. Venkataraman et Shane (2000) ont démontré et développé l’idée selon laquelle la plupart des marchés sont inefficients et offrent donc aux individus, qui les repèrent et qui les exploitent, des occasions de profit et donc de création d’entreprise ou d’activité. C’est de là qu’est né le paradigme de l’opportunité d’affaire.